

SULLE ROTTE D'ORIENTE

Ricerca realizzata dal Dott. Giovanni Savini



Associazione Veneziana Albergatori

Sulle rotte d'Oriente

Di Giovanni Savini

Con il contributo di



CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
VENEZIA

Indice

- 11 *PER COMINCIARE:
UNA NUOVA IDENTITA' DEL TURISMO STRANIERO*
- 23 *GLI ALBERGHI AVA E I NUOVI TURISTI:
ALCUNE ESPERIENZE E RIFLESSIONI*
- 43 *TURISTI STRANIERI, CULTURE E STEREOTIPI*
- 53 *I TURISTI GIAPPONESI: QUANDO L'APPARENZA INGANNA*
- 67 *CINESI...*
- 77 *...ARABI...*
- 81 *....RUSSI...*
- 89 *...E INDIANI*
- 101 *QUANDO IL CLIENTE E' (DEVOTO AL) SACRO,
OVVERO LE RELIGIONI E IL TURISMO ALBERGHIERO*
 La religione musulmana, 107
 L'Ebraismo, 113
 Il Cristianesimo, 119
 Le religioni del subcontinente indiano, 127
 L'Induismo, 131
 Il Buddismo, 137
 Il Sikhismo, 141
 Il Jainismo, 145
 Religioni tradizionali africane, 149

153	<i>PER NON COMBINARNE DI TUTTI I COLORI...</i>
159	<i>...O DARE I NUMERI</i>
163	<i>INNOCENTI GESTI, PERICOLOSE GAFFES</i>
171	<i>RIFLESSIONI CONCLUSIVE: VERSO L'HOTEL MELTING POT?</i>
179	<i>BIBLIOGRAFIA ESSENZIALE</i>

PARTE I

Per cominciare: una nuova identità' del turismo straniero

Per cominciare: una nuova identità' del turismo straniero

Venezia e turismo alberghiero internazionale: un binomio sul quale si è scritto e discusso molto in svariate occasioni.

Su questo argomento non serve più dedicare tempo, se non in relazione alle variazioni numeriche di americani e le entrate economiche complessive riguardanti le città d'arte come Venezia?

A ben vedere questo tema può invece essere ora considerato anche con una nuova visione, non esclusivamente finanziaria, ma non per questo estranea agli interessi economici e imprenditoriali del settore: una prospettiva socio-culturale funzionale alle strategie del mercato alberghiero veneziano, tale da risultare più rispondente al modello di sistema integrato di offerta che verrà sempre più richiesto come componente organizzativa della impresa turistico-alberghiera.

Il turismo sta veramente cambiando anche dal punto di vista culturale e delle relazioni o il fattore di novità e di attenzione degli ultimi anni è unicamente influenzato da variazioni delle presenze straniere legate a varie ragioni, esclusivamente strutturali, economiche, politiche e di marketing?

Riflessioni e considerazioni sul piano sociologico e culturale sono solo esercizi da studiosi senza alcuna rilevanza per quanto riguarda la pratica quotidiana della attività di ospitalità alberghiera?

Il turismo in sé è in realtà un fenomeno in costante evoluzione nei sistemi, nei targets e nelle modalità di gestione dei servizi.

Ricerche, interviste, studi e analisi che si leggeranno in seguito confermano tale idea.

Questi aspetti vanno esaminati e tenuti in considerazione come punti di riferimento per meglio comprendere un dato molto importante: il turismo a Venezia non ha le medesime caratteristiche della realtà urbana stessa, ossia di città unica al mondo, fragile e quasi sospesa nel tempo per la sua immutabilità di dimensioni e per il patrimonio di storia, di immagini e fantasie che trasmette.

Il turismo alberghiero veneziano riflette invece in chiari termini gli eventi, il dinamismo e le trasformazioni che avvengono su scala mondiale sia sul piano economico sia su quello socio-culturale e politico internazionale.

A ben vedere tutte le società stanno cambiando, anche quelle di molti Paesi che un tempo si consideravano estranee al turismo nelle città d'arte italiane... ..e

di pari passo stanno cambiando le tipologie di turisti, sia in relazione alle aree di provenienza, sia in relazione alle modalità di chiedere e apprezzare l'accoglienza e ospitalità alberghiera.

In effetti, anche il turismo alberghiero veneziano è strettamente legato alle dinamiche dei processi di globalizzazione, e, quasi paradossalmente, i clienti stranieri che sembravano da tempo conosciuti perché considerati "sempre gli stessi" vanno col tempo a mutare caratteristiche e accentuare le differenze di gusti, comportamenti ed esigenze, quasi in senso opposto alla idea di standardizzazione a livello mondiale dei comportamenti e dei rapporti di comunicazione.

"Lo sviluppo economico che negli ultimi decenni ha interessato nuove regioni del globo ha creato crescenti occasioni di mobilità di persone, oltre che di merci. Ciò è stato favorito dalle nuove condizioni del contesto, quali:

- lo sviluppo dei trasporti e dei sistemi di comunicazione;
- la diffusione delle tecnologie, che essendo fortemente pervasive, hanno avuto rapida diffusione in nuove aree del mondo;
- la diminuzione dei prezzi aerei, conseguente ai processi di deregulation del settore;
- la crescita culturale delle popolazioni che ha generato nuovi interessi di conoscenza;
- una maggiore conoscenza delle lingue; in passato la poca competenza linguistica (in Italia il problema era ed è ancora fortemente avvertito) ha largamente limitato il turismo oltrefrontiera.

Di questi processi di ampliamento dei mercati turistici, conseguenti allo sviluppo economico, sono investite soprattutto le aree emergenti del mondo.

[.....]

Negli ultimi due decenni l'Europa occidentale ha avvertito gli effetti dell'apertura dei mercati turistici principalmente in relazione a due grandi aree: il Sud-Est asiatico, soprattutto in conseguenza della partecipazione di nuovi Paesi accanto al Giappone, e l'Europa dell'Est.

In entrambi i casi si tratta di regioni che sono portatrici di una cultura assai differente da quella dell'Europa occidentale; questa differenza è molto più evidente nel caso dell'area asiatica, ma è comunque percepibile anche nel caso dell'Europa dell'Est, ancora poco conosciuta dalle popolazioni occidentali a causa di una lunga divisione.

Il fenomeno è destinato a far sentire effetti ben più rilevanti negli anni a venire: le previsioni per il 2020 della World Tourism Organization indicano tra i primi quattro Paesi generatori di turismo due Paesi dell'area asiatica (Giappone e Cina) e tra i primi dieci la Federazione russa.

Già oggi in Italia la presenza dei flussi turistici provenienti dalle nuove aree di origine è chiaramente percepito. Da un'analisi effettuata qualche anno fa (Macchiavelli, 1999) risulta che la componente del Sud-Est asiatico incide per il 9% delle entrate del Paese e che la componente proveniente dall'Est Europa incide per quasi il 5%." (da "Turismo e globalizzazione: nuovi fabbisogni formativi" di A. Macchiavelli, in *La Rivista del Turismo*, n. 6/2002)

Tali interessanti osservazioni compiute su ampia scala temporale e geografica riflettono anche la situazione anche legata ai mutamenti della clientela straniera che si sta vivendo e che si vivrà nei prossimi anni nel settore alberghiero dell'area veneziana?

I dati e analisi di carattere statistico contenute nelle più recenti ricerche possono fornire elementi utili a formulare alcune affermazioni e ipotesi.

Partendo dai dati generali, nel 2002 nel Veneto, a una prima stima comprendente italiani e stranieri, si valuta che ci siano stati circa 11 milioni di arrivi turistici nelle strutture ricettive contro i 12 milioni avuti nel 2001 per un complessivo di circa 55 milioni di permanenze nelle medesime (notizia comparsa sul Corriere della Sera del 30 Gennaio 2003, inserto Veneto/Venezia, pag. 5).

Secondo il rapporto 2003 del Ciset (Centro internazionale di studi sull'economia turistica, organismo dell'Università di Venezia, Touring club italiano e Regione Veneto), durante il 2002 i turisti stranieri arrivati in Veneto sono stati stimati esser stati circa 7.139.000, registrando così, a dispetto di considerazioni "catastrofiche" ripetutamente diffuse dai media, un aumento di circa 0,9% rispetto al 2001.

Per le città d'arte del Veneto è stata stimata una presenza complessiva di circa 3.125.000 turisti stranieri per il 2002 e di circa 3.221.000 per il 2003, con un aumento del 3,1%.

Secondo lo stesso rapporto vi sono sì stati cali, talvolta notevoli, in relazione a certe aree di provenienza del turismo più tradizionale, ossia quello americano (diminuito del 6,5% nel 2002) e quello giapponese (diminuito in alcuni mesi fino a -9,8%), ma al contempo un aumento appunto dei "nuovi turisti", in particolare dell'Est Europa (Russia, Ungheria e Repubblica ceca).

Per il 2003 il rapporto prevede che il totale degli stranieri nel Veneto arriverà a 7.351.000, con un +3% rispetto al 2002, e prevede pure che persisteranno gli effetti di sostituzione, con una dinamica positiva soprattutto dei flussi dall'Europa dell'Est e dall'Area Mediterranea, mentre la ripresa dall'extra Europa interesserà soprattutto i flussi dall'Asia, non necessariamente identificabili con il solo Giappone, e dunque anche da altri e diversi Paesi dell'Estremo Oriente.

Nel leggere l'interessante e significativo rapporto Ciset va tenuto comunque presente che esso nelle stime e analisi esamina singolarmente solo 21 Paesi di tradizionale interesse per il Veneto, ossia i Paesi con maggiore Pil e spesa per turismo internazionale che interessano il nostro territorio. Tale studio, dunque, pur rimanendo un qualificatissimo e valido osservatorio e "termometro" sulla evoluzione della economia turistica e dei flussi turistici italiani e stranieri nella Regione, non pone in evidenza per gli alberghi dell'area di Venezia i trends e le presenze dei mercati emergenti ovvero quelli abitualmente considerati "poveri" o pregiudizialmente ritenuti di ridotto peso nella generale economia del turismo internazionale e italiana, ma che, come già detto, forse non sono da considerarsi sempre e comunque tali.

Indicazioni interessanti in merito a possibili o reali cambiamenti per quanto

riguarda la presenza turistica alberghiera straniera nel territorio veneziano e nelle strutture ricettive aderenti alla Associazione Veneziana Albergatori possono essere ricavate dalla lettura combinata e comparata dei risultati e previsioni del Rapporto sopra citato e dei dati forniti dal servizio Statistica della Azienda Promozione Turismo di Venezia unitamente alle osservazioni e riflessioni fatte da alcuni albergatori aderenti alla Associazione in occasione di alcuni incontri-interviste e qui riportate in un successivo capitolo.

Un primo dato interessante è dato dal numero complessivo di arrivi negli alberghi dell'area turistica comprendente il centro storico, il Lido, Mestre e Marghera: secondo l'APT gli arrivi di stranieri registrati nel 2002 sono stati 1.983.250 per un totale di 4.096.465 pernottamenti, mentre l'anno precedente risultavano esservi stati 2.067.419 stranieri con 4.389.189 permanenze.

Si può già pensare che i cali di certe presenze turistiche "storiche" siano ben state compensate da altre presenze di più recente ingresso ma in costante aumento nel mercato della clientela internazionale.

Esaminando le schede riguardanti gli arrivi e le presenze negli alberghi del territorio veneziano per il periodo compreso dal 1999 a tutto il 2002, si trovano i dati riguardanti gli arrivi e le permanenze di 39 Paesi stranieri più le voci "Altri Paesi Europei", "Altri Paesi dell'Asia", "Altri Paesi del Medio Oriente", Altri Paesi dell'America Latina", "Paesi dell'Africa Mediterranea", "Altri Paesi dell'Africa" e "...Altri Paesi".

anno 2002
ARRIVI E PRESENZE TURISTI STRANIERI
NEGLI ALBERGHI VENEZIANI

Nazionalità	5 Stelle lusso e 5 S		4 Stelle		3 Stelle		Totale Alberghiero	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Austria	1840	4909	9983	22961	18940	43551	42822	97549
Belgio	1614	4962	10783	28050	13223	35453	33691	87236
Croazia	77	210	1008	1762	1600	3652	3562	8602
Danimarca	264	1339	1857	6105	2871	7768	7857	22700
Finlandia	125	524	1100	2930	2152	5718	4556	11669
Francia	10124	27069	43245	114319	78758	197293	174432	446201
Germania	6750	18680	29301	71888	35542	96528	92866	242678
Grecia	784	2154	17701	30557	7682	17003	29507	56229
Irlanda	451	2729	2878	8686	4526	12389	11265	31540
Islanda	33	111	107	348	182	501	412	1150
Lussemburgo	137	475	473	1710	390	1083	1168	3695
Norvegia	264	1191	2201	6504	3584	10278	8265	23133
Paesi Bassi	1111	3291	9132	21448	9530	25952	25610	66292
Polonia	146	611	1020	2152	2624	5063	6315	11868
Portogallo	533	2173	8546	16124	6378	14487	17583	37749
Regno Unito	14151	38273	67682	165861	76551	197495	195032	495856
Repubblica Ceca	112	242	457	973	1174	2357	2576	5303
Russia	1287	4275	4828	12266	3892	8785	11686	29345
Slovacchia	14	21	87	172	232	600	462	1065
Slovenia	45	96	616	1285	975	1762	2218	4427
Spagna	7873	20782	50271	102525	38041	81401	120092	246738
Svezia	513	1909	3212	8490	6176	14924	13237	33306
Svizzera e Liechtenstein	2435	7267	10696	28779	19106	48709	46895	120276
Turchia	245	942	3791	7771	1946	3973	7224	15068
Ungheria	187	944	1113	3078	3104	6988	6599	15778

Nazionalità	5 Stelle lusso e 5 S		4 Stelle		3 Stelle		Totale Alberghiero	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Altri Paesi Europei	561	2349	4407	11095	9426	18688	22089	49661
Canada	1733	5180	9756	21459	15044	31515	36040	78268
Stati Uniti d'America	37161	83844	168700	330955	125151	266345	399802	818906
Messico	2293	5616	16986	28231	17922	29147	43611	72611
Venezuela	281	763	2191	4212	2020	4082	5564	10886
Brasile	1097	2864	8639	15227	9289	17262	23562	43324
Argentina	319	841	3112	6054	3848	7526	9642	19003
Altri Paesi dell'America Latina	537	1727	6571	10853	9740	17611	22622	39806
Cina	844	1569	49536	56764	27332	33587	91163	109289
Giappone	18810	33626	192959	255587	51995	82216	285585	402856
Corea del Sud	216	727	6724	9210	5729	8392	27347	35017
Altri Paesi dell'Asia	1135	3186	17198	25789	11086	19813	39964	65199
Israele	470	1586	6031	11932	7152	14063	18562	36672
Altri Paesi del Medio Oriente	1415	4666	2442	5445	2974	6561	8172	19218
Egitto	110	496	517	1241	607	1389	1501	3819
Paesi dell'Africa Mediterranea	198	644	984	2013	1139	2540	3149	7259
Sud Africa	212	726	905	2900	2424	4903	4827	10998
Altri Paesi dell'Africa	72	292	489	1267	835	2104	1867	4803
Australia	798	2722	7814	18159	23393	47564	45303	95811
Nuova Zelanda	100	352	1027	2392	3349	7592	7096	16296
Altri Paesi	1308	3537	7466	14336	8369	17053	19850	41310
Totale Stranieri	120785	302492	796542	1501865	678003	1483666	1983250	4096465

(Fonte: Ufficio Servizio Statistica Azienda Promozione Turismo Venezia; semplificazione dell'autore)

L'esame complessivo (dove l'ultima voce "Totale Alberghiero" include anche alberghi di categoria a 2 Stelle e 1 Stella) fa notare che se nell'ultimo anno sono arrivati un po' meno turisti, la loro permanenza nelle strutture alberghiere è sensibilmente aumentata. In altre parole, sono stati registrati meno "primi pernottamenti" da parte di stranieri ma al contempo sono aumentati gli "ulteriori pernottamenti", mostrando così una tendenza a fermarsi qualche giorno nel territorio veneziano per conoscere e apprezzare meglio la bella città d'arte, con la conseguenza di dovere richiedere alle strutture alberghiere una capacità di relazionarsi ad una clientela straniera non esclusivamente passeggera, superficiale nel senso del "mordi e fuggi" ossia del tipo "arrivo di tarda notte e lascio l'albergo subito il mattino dopo", bensì una clientela che sempre più ama fermarsi qualche giorno nell'albergo e che quindi richiede da parte dello staff e della direzione del servizio una crescente cura e attenzione nei rapporti interpersonali di comunicazione, accoglienza e ospitalità.

Venendo a esaminare le variazioni di arrivi e presenza negli alberghi da parte di alcuni specifici Paesi si possono trovare alcuni dati interessanti non solo per considerazioni statistiche, ma anche per valutazioni di targets e di possibili strategie di marketing.

Ad esempio, osservando i dati raccolti si scopre che i turisti Russi, arrivati in 11.686 nel 2002, se nel complesso sono leggermente diminuiti (nel 2001 erano 12.217), risultano comunque di numero superiore alla Irlanda (che ha registrato 11.265 arrivi), come era già avvenuto nei due anni precedenti.

Sempre esaminando comparativamente questi due Paesi, è interessante osservare che 1.287 turisti russi sono stati clienti di alberghi a 5 stelle e in 4.828 sono stati clienti di hotels a 4 stelle, per un totale di 16.541 pernottamenti, mentre dei turisti irlandesi solo 451 hanno usufruito di alberghi a 5 stelle e in 2.878 sono stati clienti di alberghi a 4 stelle.

Dunque, contrariamente a quanto generalmente si è portati a immaginare, il turista proveniente dalla Russia non è prevalentemente "povero" e marginale per spesa e presenza nel contesto alberghiero.

Analogamente, la Polonia ha registrato nel totale più arrivi e presenze nelle categorie alte di alberghi rispetto alla ricca Finlandia.

Molto significativo è pure il consistente aumento della presenza turistica cinese: se nel 1999 nelle schede statistiche dell'APT non costituiva un Paese singolarmente contato, ma era aggregato ancora tra gli "Altri paesi dell'Asia", nel 2000 registrava 55.590 arrivi e 73.106 pernottamenti per poi crescere nel 2002 a ben 91.163 arrivi e 109.289 pernottamenti, dei quali 58.333 in alberghi a 5 o 4 stelle. Nel 2002 come arrivi ha registrato quindi un numero complessivo quasi eguale a quello della Germania (92.866).

Pure importante è la non meglio precisata voce "Altri Paesi dell'Asia", peraltro tenuta distinta dalla separata casella degli "Altri Paesi del Medio Oriente".

Infatti, gli "Altri Paesi dell'Asia" hanno registrato un passaggio da 35.468 arrivi e 59.906 pernottamenti del 2001 a 39.964 arrivi e 65.119 pernottamenti per il 2002, dei quali 28.975 in alberghi a 5 e 4 stelle. Come arrivi è stato superiore

al turismo di origine canadese avuto nello stesso anno e rimasto peraltro pressoché invariato dal 2000 (36.040) e come presenze quasi al pari dei Paesi Bassi (66.292).

Ma quali possono essere questi “Altri Paesi dell’Asia” che costituiscono una simile crescente clientela negli alberghi veneziani?

Considerato che il Giappone, la Cina e la Corea del Sud sono conteggiate singolarmente (anche quest’ultima, come la Cina, è stata registrata singolarmente a partire dal 2000, e dopo un calo avuto nel 2000, ha visto aumentare la propria presenza di arrivi da 15.804 nel 2001 a ben 27.474 nel 2002, superiore al doppio della cifra del turismo di origine svedese), possono ritenersi inclusi in tale gruppo Paesi emergenti come l’India, il Pakistan, il Taiwan, la Malesia, Singapore, Stati asiatici dell’ex Unione Sovietica.

Per passare ad un altro continente, può sorprendere sapere che il turismo alberghiero proveniente dal Messico nel 1999 registrava 29.335 arrivi (già allora numericamente superiori a quelli di origine belga) e nel 2002 ha raggiunto la cifra di 43.611 arrivi con 72.611 pernottamenti (dei quali 33.847 in hotels a 5 e 4 stelle): come arrivi e presenze nelle categorie alte di alberghi ha superato il numero dei più vicini turisti austriaci, risultato pari a 42.822 arrivi e 27.870 permanenze.

Inoltre, l’insieme di arrivi da Venezuela, Brasile e Argentina (38.768) hanno da qualche anno oltrepassato la somma degli arrivi e permanenze di Danimarca, Portogallo e Croazia (69.051 rispetto alle 73.213 dei Paesi sudamericani).

Infine, l’insieme degli arrivi provenienti da Ungheria, Turchia e gli altri Paesi del Medio Oriente (escluso l’Israele), complessivamente 21.995, sono rimasti quasi identici rispetto a quelli riportati nel 2000 (22.105) e ormai sono paragonabili ai numeri del turismo scandinavo a Venezia.

Inoltre, dalle interviste e in occasione degli incontri avuti in meeting e convegni è venuta emergendo un’altra circostanza: da alcuni Paesi di tradizionale ed elevata affluenza turistica-alberghiera nel veneziano è venuta gradualmente ad aumentare la presenza di clienti di origine mista, conseguenza dei fenomeni migratori e della globalizzazione.

Da un paio d’anni circa accade con sempre maggiore frequenza l’arrivo di nuove presenze all’interno di certi Paesi di tradizionale turismo.

Ad esempio il turista tipico statunitense non è più esclusivamente il cosiddetto W.A.S.P. (White Anglo-Saxon Protestant, ossia l’americano di origine e aspetto somatico inglese con tradizione religiosa cristiana protestante e libero professionista) ma sempre più spesso accade che sia un banchiere ebreo, un informatico cinese o indo-pakistano, un professore universitario in realtà nato e vissuto fino al tempo degli studi universitari in Oman o in Malawi, oppure il turista con passaporto della Germania può bene essere il ricco e brillante commerciante turco o curdo fresco di acquisto di cittadinanza tedesca in seguito alla nuova legge in materia, o infine nuovo turista francese può appartenere alla tradizione e cultura mediorientale, maghrebina o dell’Africa subsahariana.

Allo stesso tempo anche flussi turistici provenienti da Paesi e aree caratterizzate

da una presenza tutt'ora monoetnica, quale quella giapponese, stanno mostrando cambiamenti negli arrivi, nei comportamenti e nelle aspettative della ospitalità e della accoglienza alberghiera.

Qualcuno in tono sconcolato può pensare “non è più il turismo di una volta....” E' vero, ma questo fa parte del dinamismo e della storia del turismo, che pure comporta gradualmente o talvolta improvvisi cambiamenti di tendenze, di gusti nei consumi, di espressioni di cortesia preferibili.

Tutto questo rende opportuno dedicare interesse e attenzione alle nuove condizioni di incontro tra la comunità ospitante e il turista “esotico”, anche perché molte di tali nuove presenze dispongono di poco tempo e di poca esperienza in materia di viaggi in Europa mediterranea, dimostrano una capacità di spesa spesso elevata e sensibilità circa la qualità dei servizi, spesso questi ultimi legati alla idea che “una buona accoglienza e ospitalità consiste nel far sentire il cliente ancora a casa propria, con le abitudini e codici di cortesia e buon comportamento del proprio Paese d'origine”.

“La complessità del fenomeno turistico precedentemente evidenziata fa emergere con evidenza la necessità di una maggiore intensità di relazioni tra le aree del sapere che interagiscono con il turismo. In particolare oggi avvertiamo, più che nel passato, come il turismo si esprima attraverso un incontro di natura culturale... [...]”

La globalizzazione del turismo ha fatto emergere con più chiarezza questa dimensione perché ha consentito di accostare culture tra loro diverse e lontane. Ma la differenza culturale esiste a prescindere dalla distanza: anche se la presenza del turista interessa territori vicini, si verifica sempre un “incontro” tra identità culturali, poco o tanto, diverse.

Se è vero che i processi di globalizzazione comportano la tendenza all'omologazione di servizi e comportamenti, ciò interessa alcune componenti del comportamento turistico; per altre, al contrario, il turismo tende a valorizzare le diverse peculiarità.

In questo contesto l'incontro che il fenomeno turistico produce risulta efficace se le culture delle due o più parti (ospitanti e ospitati e, talvolta, personale alberghiero immigrato straniero) hanno modo di conoscersi reciprocamente, di capirsi, interagendo anche attraverso i servizi e i beni che si scambiano.

Nel mondo di oggi ci sono sempre meno distanze fisiche, ma le distanze culturali sono ancora molte e il turismo può contribuire a colmarle ma non può ovviamente cancellarle. [...]

Per questo anche per chi opera nel turismo c'è bisogno di una formazione culturale e non solo di una formazione finalizzata all'acquisizione di tecniche; una formazione che risulti da una combinazione di conoscenze, competenze e valori di riferimento” (da Macchiavelli, “Turismo e globalizzazione....”, già citato).

Da queste premesse e considerazioni è emersa l'idea di questa pubblicazione: fornire informazioni e tecniche di comunicazione interculturale per le clientele straniere non occidentali.

Sapere che con il nostro usuale brindisi si crea un certo stupore e imbarazzo con

molti giapponesi o che vi sono loro abitudini o desideri non esplicitamente espressi ma ritenuti di particolare importanza nella buona etichetta di comportamento, oppure comprendere il motivo del rifiuto da parte dei cinesi di vedersi assegnate certe camere o un certo arredamento o ancora che vi sono festività e usanze religiose non solo islamiche verso le quali dimostrare rispetto non sono più semplici curiosità, ma aspetti integranti le modalità di accoglienza nella nuova realtà del servizio di ospitalità alberghiera nell'era della globalizzazione e post 11 Settembre.

Per tali motivi viene in seguito proposta una serie di analisi e descrizioni dei principali gruppi turistici stranieri non occidentali da conoscere meglio per superare contrasti e incomprensioni, stereotipi o pregiudizi culturali nei confronti degli stessi e controproducenti in molti casi per la valorizzazione del servizio della ospitalità alberghiera.

PARTE II

Gli alberghi AVA e i nuovi turisti: alcune esperienze e riflessioni

Gli alberghi AVA e i nuovi turisti: alcune esperienze e riflessioni

Questo capitolo intende offrire una panoramica delle esperienze di alcuni albergatori che, per alcune caratteristiche dell'Hotel dagli stessi diretto, ovvero della organizzazione o del servizio, risultano particolarmente significative e indicative dei mutamenti della clientela straniera e della cultura dell'ospitalità in relazione al nuovo turismo.

Le interviste, condotte in occasione di incontri personali e svolte secondo le modalità di interviste semistrutturate, hanno permesso di cogliere meglio i cambiamenti e di passare dal piano delle considerazioni puramente quantitative ad analisi delle nuove presenze straniere sul piano qualitativo, passaggio opportuno per meglio conoscere ed esaminare gli aspetti culturali e comportamentali legati alle modalità di accoglienza e ospitalità.

1. Incontro con Dott. Salviato, Hotel Mondial a Marghera

Marghera, come è noto, non è una meta di particolare attrattiva turistica, ma nonostante questo vi si trovano numerosi alberghi particolarmente dinamici e con una buona offerta di ospitalità per eterogenee categorie di turisti, molto spesso gruppi di viaggi organizzati provenienti da Paesi anche diversi dai tradizionali Stati Uniti d'America o Giappone o Paesi Europei.

Proprio per il fatto di non essere luogo di particolari amenità turistiche, il turista straniero che prima o dopo aver visitato Venezia si ferma a pernottare a Marghera considera con particolare interesse e attenzione gli aspetti dell'ambiente e dell'accoglienza dell'albergo del proprio soggiorno lagunare.

In una bella ma fredda mattinata di Febbraio il Dottor Salviato dell'Hotel Mondial mi riceve con piacevole cordialità per riferirmi osservazioni e ricordi in relazione a situazioni ed episodi avuti durante i diversi anni di attività svolta, in particolare riguardanti le conoscenze delle abitudini e comportamenti dei clienti avuti nel proprio albergo, prevalentemente provenienti dal Centro e Sud America e dall'Estremo Oriente.

COME INTERPRETA L'OSPITALITA'?

“Qui in albergo la vivo e cerco di farla vivere come una componente essenziale del prodotto offerto, non riducibile alla sola camera e alla prima colazione.

La ospitalità è una dimensione umana e sociale che deve arricchire e impreziosire il rapporto con il cliente.

Personalmente la considero e cerco di esprimere nel ricevere e comunicare con i clienti ospiti in uno spirito e calore squisitamente mediterranei, caratterizzato dalla disponibilità ad ascoltare e parlare amichevolmente e modalità e servizio tradizionali.”

PENSA CHE L'ACCOGLIENZA RICHIEDA MODALITA' CHE VARIANO CON PARTICOLARI CULTURE E CATEGORIE DI TURISTI?

“Diverse volte mi è capitato di avere operatori turistici o accompagnatori di gruppi di viaggi organizzati che indicavano particolari esigenze o abitudini o richieste gradite e insolite per i normali standards alberghieri italiani. Un caso frequente è la segnalazione che alcuni gruppi di turisti asiatici, soprattutto se si tratta di inesperti viaggiatori, non hanno perso l'abitudine di aspettarsi una prima colazione costituita da alimenti salati o anche speziati, quindi senza croissants marmellate e mieli o dolci vari come accompagnamento al the o al caffè. Certe volte le diverse abitudini o richieste hanno creato imbarazzi e/o disagi non tanto per i clienti ma piuttosto per i camerieri e addetti al servizio, in particolare se stranieri provenienti da culture a loro volta ancora differenti.

In molti casi adattamenti di modalità di accoglienza possono derivare non tanto da distanze culturali di tradizioni e abitudini di certi Paesi, ma perché certe presenze di stranieri (magari da non identificare con l'intera cultura e società di quel Paese di provenienza) che si affacciano da poco nel nostro mercato turistico-alberghiero non hanno ancora assimilato la cultura del viaggiatore. Tali adattamenti e flessibilità di accoglienza sono talvolta dovuti quindi dalla difficoltà del 'nuovo' turista di volere comprendere nella propria esperienza di viaggio anche l'aspetto dell'accettare, magari con curiosità e con l'effetto della scoperta della novità, le caratteristiche e tradizioni della cultura ospitante, ossia la nostra italiana e veneziana. Simili aspetti di chiusura impediscono di creare una dimensione di ospitalità più completa, personalizzata, anche perché il turista 'nuovo', specie se non 'skilled', appare esigente, specie perché arriva privo di standards di riferimento in relazione all'accoglienza in altri Paesi e proprio per questo, ossia per la sua mancanza di conoscenze di modelli di ospitalità internazionali, è più esposto alla delusione o alla situazione di scontento.”

NELLA SUA ESPERIENZA DI ALBERGATORE, HA AVUTO MODO DI VEDERE CAMBIAMENTI DEL TIPO DI TURISTA ALL'INTERNO DEL MEDESIMO PAESE DI ORIGINE?

“Personalmente no, o almeno in termini significativi. Ho avuto modo in questi anni di notare che in generale i turisti Sudamericani che vengono qui si dimostrano, almeno per quanto riguarda una loro identità di clienti alberghieri, molto tradizionalisti e al contempo poco facili ad esser contaminati da altri modelli culturali e questo penso sia dovuto o al fatto che sono prevalentemente di origine europea (sudamericani solo di seconda o terza generazione) o al fatto che normalmente si uniformano all'interno del gruppo di viaggio organizzato

con il quale arrivano qui in albergo.

Nelle ultime stagioni poi sta sensibilmente aumentando l'arrivo e la presenza di clienti provenienti da Paesi dell'Estremo Oriente quali Cina, Singapore, Taiwan e Corea del Sud, ma al momento con tali nuovi clienti non riesce possibile un immediato adattamento del servizio ai loro desideri o alle loro aspettative e questo o perché non sono sempre ben manifestati o espressi o perché non sono sempre evidenti o infine non ci sono tutti conosciuti o previsti. Un discorso diverso va fatto per la clientela di nazionalità russa, anch'essa in costante aumento nelle ultime stagioni. Essa risulta infatti composta prevalentemente dalla neoborghesia o dalla nuova imprenditoria moscovita, molto occidentalizzata e per quanto riguarda la dimensione dell'ospitalità turistica alberghiera più vicina ai gusti latini che agli stereotipi della società sovietica."

HA AVUTO MODO DI NOTARE CONSEGUENTI CAMBIAMENTI NELLE MODALITA' DI MANIFESTAZIONE DI DESIDERI DI ACCOGLIENZA?

"No, e questo perché parte della mia clientela si sta manifestando ancora tradizionalista, parte della nuova clientela non ha ancora permesso di farmi comprendere le caratteristiche dell'ospitalità legate alle proprie abitudini o aspettative."

HA NOTATO ANCHE SIGNIFICATIVI CAMBIAMENTI NELLA PRESENZA STRANIERA IN RELAZIONE AI PAESI DI ORIGINE?

"Come ho detto prima, nelle ultime stagioni ho visto un sensibile ma costante aumento di ospiti di nazionalità cinese, coreana e russa. Non escludo che nell'arco di uno-due anni la varietà della clientela si cambi ulteriormente comprendendo Indiani e Arabi."

SI RICORDA QUALCHE PARTICOLARE EPISODIO LEGATO A "MISUNDERSTANDINGS INTERCULTURALI"?

"Più che con riferimento al servizio ho avuto ripetute situazioni di comportamenti talvolta inaspettati o sorprendenti più legate a differenti abitudini o modi di valutare il rapporto cliente-albergo. Non è raro il caso di trovare un certo disagio per lo stato in cui vengono lasciati i servizi della camera, ma in ristorante accadono le situazioni più curiose e talvolta di imbarazzo per i camerieri o gli altri clienti: è successo a volte che clienti dell'Estremo Oriente si siano messi a utilizzare le posate per pulirsi i piedi, o che si mettano a giocare con palline di mollica di pane o caramelline o gomme da masticare mettendosele in bocca, poi maneggiandole e magari rimetterle nel bicchiere pieno di bevanda.

Un aspetto che può avvicinarsi alla idea di 'misunderstanding' può essere data dagli episodi legati alla diversa modalità di gestione degli orari e del concetto di puntualità, effettivamente variabile in relazione a certi gruppi stranieri e sia nei riguardi dell'albergo oppure del gruppo con il quale si effettua il viaggio organizzato. Personalmente, in relazione alla mia esperienza alberghiera maturata in prevalenza con solo alcuni gruppi di turisti stranieri provenienti da determinate aree geoculturali, riterrei i visitatori Sudamericani come i più 'indisciplinati'

circa i rispetto dei tempi e delle attività del gruppo con il quale sta viaggiando e soggiornando nell'albergo.”

COME VEDE L'OSPITALITA' ALBERGHIERA VENEZIANA NELL'ERA DELLA GLOBALIZZAZIONE?

“Una delle più versatili perché il turismo veneziano è sempre stato cosmopolita ed è sempre stata un a delle voci delle attività e della economia della città lagunare e l'ospitalità a mio avviso è stata da sempre o quasi intesa come una componente della vita socio-economica veneziana. A mio avviso l'ospitalità veneziana esisteva anche nei tempi storici dei rapporti marittimo-commerciali, ossia quando non c'era ancora il turismo moderno e tantomeno la globalizzazione. Personalmente io preferisco immaginare l'ospitalità alberghiera veneziana come un 'carattere naturale', ossia un elemento acquisito da antichissime generazioni nel DNA della cultura e società veneziana e non un elemento strumentale a sé appositamente creato da una realtà imprenditoriale storicamente recente.”

2. L'albergo come incontro di stili, culture e storie di tradizioni: una brillante conversazione con la direzione dell'Hotel Vienna

Sostenere che l'albergo di una città d'arte di richiamo mondiale come è Venezia viene ad essere sempre più un melting pot, ossia uno spazio fisico delimitato che fa unire soggetti normalmente lontani, quindi un ambiente ricco di contatti tra diverse culture e società di passaggio è cosa piuttosto ovvia.

Nel fare questa evidente constatazione nota a tutti non si tiene generalmente in considerazione un aspetto basilare per tema della comunicazione e degli scambi interculturali: la visione etnocentrica.

In altre parole, con la apparentemente banale affermazione che “nell'albergo si hanno contatti tra diverse culture e società di passaggio” si ritiene implicitamente che la “normale” e corretta cultura possa essere unicamente la nostra, unico termine di riferimento e di paragone per le altre che si definiscono più o meno consapevolmente “diverse” in un senso talvolta di “imperfette” o “non corrispondenti al modello esemplare” (e ciascun individuo, per inconscia dinamica psichica, ritiene naturalmente “modello esemplare” il proprio o quello che per esperienza ritiene essere tale).

Sulla rilevanza e il ruolo dell'etnocentrismo si leggeranno alcune considerazioni anche nei capitoli successivi.

Fatte queste brevi premesse introduttive, è giusto porsi il seguente quesito: come si può interpretare e considerare un modello di ospitalità e accoglienza in un albergo che si trova in Italia e viene gestito da stranieri provenienti da un altro continente? Italiano? Straniero? Né l'uno né l'altro, vista l'internazionalità dell'ambiente?

Con queste curiosità a metà strada tra l'interrogativo intellettuale ed il pratico si è dialogato per un paio d'ore con i titolari e direttori del personale dell'Hotel Vienna di Marghera.

Nonostante il nome e la sede dell'albergo i titolari non sono né italiani né

austriaci.

Il signor Luigi è arrivato una ventina d'anni fa dai dintorni di Shanghai e la Signora Caterina, venuta in Italia più recentemente, proviene dalla regione di Zhejiang.

La clientela dell'albergo è prevalentemente proveniente dall'Estremo Oriente, soprattutto Corea, Taiwan, cinesi di Hong Kong e di altre regioni.

La conversazione, anche se impostata sul medesimo schema della intervista semistrutturata degli altri incontri qui sinteticamente riportati, ha ben colto alcune riflessioni e aspetti caratteristici di culture e società (non "diverse"!) non sempre conosciute adeguatamente.

COME INTERPRETA L'OSPITALITA'?

"Ritengo, come albergatore, che sia un concetto legato alla capacità di ricreare nei confronti del cliente, specie se non viene qui per affari o non è 'intruppato' in un numeroso gruppo di un viaggio organizzato, l'atmosfera di un rapporto familiare ma allo stesso tempo curato ed efficiente come attività professionale, in grado di essere anche individualizzato per rendere l'ospite a proprio agio anche fuori della propria dimensione domestica o comunque del proprio Paese.

D'altra parte posso anche esprimere quello che mi è stato dato di capire circa il come interpretino in questi anni l'ospitalità i turisti provenienti dall'Estremo Oriente, specie da Paesi diversi dal Giappone.

Sempre più spesso questi ospiti seguono una idea e modello di ospitalità legata al lusso che abitualmente non si concedono o non si possono concedere nella vita casalinga quotidiana e tale cambiamento di interpretazione, diverso dal concetto derivante dalla secolare tradizione, è derivata e maturata dal crescente peso e ruolo del consumismo nelle società dei Paesi dell'Est asiatico, come si può notare ad esempio con Taiwan e Hong Kong e alcuni quartieri di Shanghai."

PENSA CHE L'ACCOGLIENZA RICHIEDA MODALITA' CHE VARIANO CON PARTICOLARI CULTURE E CATEGORIE DI TURISTI?

"Devo ammettere che a volte cambiano. Facendo riferimento agli attuali turisti cinesi, che per la mia realtà personale e lavorativa penso di conoscere meglio di altri turisti stranieri che vengono qui a Venezia, devo dire che risultano generalmente una presenza ancora in buona parte inesperta alla moderna dimensione del viaggio e del turismo: la conoscenza di una lingua veicolare di portata internazionale quale è oggi quella inglese tra le generazioni non giovanissime, ossia tra la maggioranza di coloro che vengono in Italia per visitare le città d'arte, non è bene conosciuta e abitualmente tali ospiti cercano un interlocutore-interprete che parli il putonghua (il mandarino) o ancor meglio il dialetto specifico della regione di loro provenienza. Per questi clienti il fattore linguistico ha valore integrante dell'accoglienza nell'albergo.

Forse una modalità di offerta e che può apparire un fatto caratteristico e pensato per una precisa categoria di clientela o perfino una curiosa stranezza esotica è la mia abitudine di prevedere la possibilità di servire la prima colazione in stile orientale, con cibi salati e speziati, anziché il più tradizionale (almeno qui in

Italia) breakfast continentale.”

NELLA SUA ESPERIENZA DI ALBERGATORE, HA AVUTO MODO DI VEDERE CAMBIAMENTI DEL TIPO DI TURISTA ALL'INTERNO DEL MEDESIMO PAESE DI ORIGINE?

“Continuando a riferirmi principalmente ai cinesi, i mutamenti della tipologia dei turisti riflettono bene le trasformazioni socio-economiche in atto nel Paese. Fino ai primi anni '90 il turismo cinese in Italia era essenzialmente costituito da delegazioni e rappresentanze politiche o diplomatiche, quindi soggetti appartenenti a ristrette cerchie esclusive. Durante gli anni '90 vi è stata una sostituzione di tali figure élitarie, infatti venivano sempre più numerosi i nuovi ricchi, ossia gli appartenenti ai ceti alti e gli uomini di affari particolarmente affermati. In questi ultimi anni il prodotto 'turismo nelle città d'arte europee' è diventato sempre più accessibile e popolare, e nei periodi delle festività, come ad esempio durante le due settimane del capodanno cinese, sono sempre più frequenti e numerosi gli arrivi di intere famiglie che per vacanza possono scegliere un giro in Italia.”

HA AVUTO MODO DI NOTARE CONSEGUENTI CAMBIAMENTI NELLE MODALITA' DI MANIFESTAZIONE DI DESIDERI DI ACCOGLIENZA?

“Sì, e sotto questo punto di vista gli aspetti della evoluzione della società, dei gusti e dei confronti con la realtà del 'vecchio mondo', l'Europa, e dell'ospitalità è molto interessante.

Fino a metà degli anni '90 la quasi totalità dei turisti provenienti dall'Estremo Oriente che per la prima volta venivano nelle città d'arte in Europa rimanevano un po' delusi proprio in relazione alle strutture e all'accoglienza alberghiera. Bisogna pensare che fino a dieci anni fa, fatta eccezione per i Giapponesi, era poco diffuso il turismo asiatico in Occidente. Chi veniva aveva presente come modello alberghiero soprattutto quello delle metropoli come Shanghai, Hong Kong, Singapore, Kuala Lumpur: strutture alberghiere imponenti in stile americano, dotate di ogni intrattenimento e attività al suo interno, con ad esempio più ristoranti, bowling, piscina, sauna e massaggi, mini casinò,e con quella idea in mente un albergo italiano presentato come un quattro stelle dava l'impressione di essere una proposta inferiore rispetto agli standards immaginati.

Ora le cose sono in buona parte cambiate, specie per una maggiore informazione e conoscenza del tipo di prodotto e di offerta turistica qui presente. Noto infatti che i turisti dell'Estremo Oriente da alcuni anni dimostrano maggiore attenzione alle indicazioni circa le possibilità di attività quali visite, acquisti, giri in shopping centres e anche considerano l'albergo non più solo sul piano delle dimensioni e delle attività interne offerte, ma rivolgono sempre più interesse verso l'organizzazione dell'accoglienza, la distinzione del ruolo e dei compiti di leadership dell'accompagnatore del gruppo, che spesso per le visite in città è affidato anche a personale dell'albergo, il servizio e la disponibilità dello stesso personale dell'hotel.”

HA NOTATO ANCHE SIGNIFICATIVI CAMBIAMENTI NELLA PRESENZA STRANIERA IN RELAZIONE AI PAESI DI ORIGINE?

“Per quanto posso dire in relazione alla realtà di questo albergo, a parte il costante trend gradualmente crescente di clientela dell’Est Asia, nelle ultime stagioni sono aumentate le presenze dei turisti sudamericani.”

CAMBIAMENTI DI ATTEGGIAMENTI E DI RICHIESTE?

“Come già osservato, è cresciuta l’attenzione verso la qualità del servizio del personale alberghiero, e lo si può capire anche dal fatto che sempre più spesso i clienti ci tengono a dimostrare di apprezzare e ringraziare per il customer care, comportamento una volta poco diffuso.”

SI RICORDA QUALCHE PARTICOLARE EPISODIO LEGATO A MISUNDERSTANDINGS INTERCULTURALI?

“Appartenendo alla cultura dell’Asia orientale mi è dato di conoscere gran parte delle differenze di abitudini e tradizioni dei Paesi di quell’area, e forse per questo comportamenti o episodi che agli occhi di un occidentale apparirebbero insoliti o inspiegabili per me quasi sempre non sono tali.

Possibili imbarazzi possono essere date da gruppi cinesi musulmani con particolari esigenze alimentari.

Comportamenti che possono apparire tali sono dati da particolari superstizioni diffuse tra gli orientali e legate ad alcuni numeri, fiori e colori. (su questo argomento se me parlerà più avanti)

Ricordo che alcune volte ci sono state situazioni curiose anche per la mia esperienza.

Ad esempio numerose volte gli indiani vogliono mantenere l’abitudine di cucinarsi qualche loro piatto tipico abbondantemente speziato e odoroso. Nulla di strano, se non per il fatto che si mettono anche a prepararli di notte con un forellino da campeggio nelle camere, diffondendo in giro odori non a tutti graditi!

Questi piccoli incidenti recentemente sono stati risolti con alcuni gruppi in viaggio organizzato, in modo a sua volta curiosamente simpatico; hanno attrezzato il pullman con il quale viaggiano in modo tale da poter allestire nel retro del veicolo una piccola ambulante e...sbizzarrirsi nel preparare alu tikka , masala dosa e curry vari all’aperto, fuori dell’albergo!”

COME VEDE L’OSPITALITA’ ALBERGHIERA VENEZIANA NELL’ERA DELLA GLOBALIZZAZIONE?

“La potrei definire in fase di cambiamento o di restyling. Se in precedenza si aveva l’idea che l’offerta di particolare ospitalità era ‘una cosa da gente di Paesi ricchi’, ora i mutamenti mondiali stanno determinando nuove modalità di tipologie di turisti e di modalità di turismo: un tempo i rari turisti cinesi, appartenenti alla stretta cerchia della diplomazia o dell’alta rappresentanza veniva in Italia seguendo il modello di ‘window shopping’, ossia di visita prettamente finalizzata agli affari o per esaminare le realtà del mercato e fare acquisti elitari. Attualmente invece predomina il modello della vacanza culturale alla quale si

affianca l'interesse dello shopping. Per un completo restyling dell'ospitalità alberghiera veneziana a mio avviso attualmente forse manca un sostegno politico o l'iniziativa e promozione per creare manifestazioni di grosso richiamo e con spirito 'nuovo' come c'erano una volta, non c'è più il 'grande evento' di richiamo che di a stimolo per una rivitalizzazione dell'ospitalità alberghiera con formula 'new global'. Ma io sono fiducioso e tendo ad avere una visione temporale ampia, come è tipico nella mentalità cinese."

3. Locanda al Ghetto: un ambiente di ospitalità legato ad un luogo di storia e cultura

La Locanda al Ghetto si trova in Centro storico a Venezia, proprio all'interno del Ghetto Ebraico, e la sua particolare ubicazione e prevalenza di clientela pone una modalità di ospitalità e conoscenza della cultura e delle abitudini dell'ospite di estremo interesse. Qui la intervista con la gestrice della Locanda di apertura relativamente recente, la Signora Alessandra Mascaro. Diversi aspetti della tradizione e religione ebraica poi sono più ampiamente illustrati nel capitolo dedicato alle religioni.

COME INTERPRETA L'OSPITALITÀ?

"Molto semplicemente la associo all'idea della volontà di far sentire una persona fuori di casa propria e del proprio ritmo abituale in un ambiente domestico che possa risultargli familiare o comunque meno estraneo e insicuro. Nel caso dell'albergo da me gestito, la particolarità dell'area storica e urbana nella quale si trova può esercitare un ruolo in questo senso specie per la clientela di tradizione ebraica, che ritrova in tale luogo una dimensione 'ospitale' in un particolare senso ossia del culturalmente e tradizionalmente familiare, e lo vive anche nel soggiorno alberghiero."

PENSA CHE L'ACCOGLIENZA RICHIEDA MODALITÀ CHE VARIANO CON PARTICOLARI CULTURE E CATEGORIE DI TURISTI?

"No. Immagino che la risposta possa sorprendere, specie se ci si prefigura il ricorso ad adattamenti molto particolari standardizzati, nel mio caso per clientela di religione ebraica.

In realtà nel contesto dell'ospitalità alberghiera io personalmente ritengo che non si debbano selezionare o classificare aprioristicamente categorie di persone, ma piuttosto acquisire la capacità di osservare e comprendere i clienti con i distinti bisogni e considerare che esistono persone con esigenze diverse e che è possibile cercare di soddisfare tutti i casi nel limite del possibile e del rispetto dei clienti e del lavoro.

Con questa filosofia qui comunque si seguono alcune forme di rispetto della vita quotidiana conforme all'ebraismo, come ad esempio servire la colazione con alimenti prevalentemente o in alcuni casi esclusivamente kasher, evitiamo di esigere i pagamenti nel giorno del Sabato per osservanza del Shabbat e per lo stesso motivo da Venerdì sera fino a Domenica mattina le luci o gli apparecchi elettrici

rimangono accesi o sono regolati dal timer.”

NELLA SUA ESPERIENZA DI ALBERGATORE, HA AVUTO MODO DI VEDERE CAMBIAMENTI DEL TIPO DI TURISTA ALL'INTERNO DEL MEDESIMO PAESE DI ORIGINE?

“Per caratteristiche tradizionali e religiose di buona parte dei clienti che vengo-
no qui posso riconoscere una differenza tra i clienti che sono religiosi osservanti,
come ad esempio i rabbini, e gli ebrei meno ortodossi e generalmente meno esi-
genti in certe situazioni pratiche, ma non per questo meno legati alla propria
fede e tradizione. Anche in questo caso preferisco ribadire la mia convinzione al
riguardo, ossia che non ritengo buona cosa fare categorizzazioni generali, io
piuttosto le considero differenze legate a scelte personali e non a classificazioni.”

HA AVUTO MODO DI NOTARE CONSEGUENTI CAMBIAMENTI NELLE MODALITA' DI MANIFESTAZIONE DI DESIDERI DI ACCOGLIENZA?

“Quest'albergo in verità è un'attività di recente inizio, quindi non saprei fare un
confronto di ampio intervallo temporale. Posso qui rinnovare la mia osservazio-
ne che mutamenti di richieste a mio avviso sono più legate a scelte personali che
a trasformazioni economiche-sociali. La cultura e tradizione ebraica come è noto
è plurimillenaria e non è soggetta a rapide trasformazioni di usanze e osservanze.
Quello che può cambiare, come ho già detto, è il livello di legame a queste
usanze che può variare ma solo con riferimento a scelte personali o particolari
soggetti come ad esempio i rabbini.”

HA NOTATO ANCHE SIGNIFICATIVI CAMBIAMENTI NELLA PRESENZA STRANIERA IN RELAZIONE AI PAESI DI ORIGINE?

“Quello più evidente è costituito dal calo degli ebrei americani, e le ragioni sono
chiaramente dovute a vicende di carattere internazionale.”

SI RICORDA QUALCHE PARTICOLARE EPISODIO LEGATO A MISUNDERSTANDINGS INTERCULTURALI?

“Alcuni misunderstandings interculturali possono esservi stati in termini inver-
si, ossia di un cliente non ebreo che non era a conoscenza di certe usanze, quali
il divieto di pagare il sabato.

Altre volte più che misunderstanding parlerei di problemi tecnici e osservanze
tradizionali, come quando per guasti alla centralina elettrica il timer predispo-
sto per il Shabbat non ha funzionato a dovere, lasciando tutti al buio e senza
riscaldamento.....

Un altro aspetto che considererei più che misunderstanding come una mancanza
di esperienza di viaggiatori il fatto che alcuni americani che vengono qui nei
giorni di Shabbat o del periodo più lungo di Pesach si portano addirittura da
casa interi set di 'Kasher lunch boxes' da loro stessi preparati prima di partire,
convinti di non trovare qui nulla di adatto alla loro alimentazione.....”

COME VEDE L'OSPITALITA' ALBERGHIERA VENEZIANA NELL'ERA

DELLA GLOBALIZZAZIONE?

“Venezia, porto di mare, è sempre stata globalizzata, in verità molto prima della moderna globalizzazione, e pertanto non la considero impreparata e non aperta a questa nuova dimensione dell’economia del turismo locale e mondiale.”

4. Hotel S. Cassiano: l'ospitalità alberghiera tradizionale veneziana e la globalizzazione

L'Hotel S. Cassiano è una residenza d'epoca che si trova in pieno centro storico veneziano e si affaccia elegantemente sul Canal Grande.

Il direttore Franco Maschietto, albergatore con esperienza pluridecennale, propone una visione turismo a Venezia e della realtà alberghiera nel terzo millennio in un contesto di ampio respiro dove emerge anche l'idea di sistema integrato sempre più cara agli economisti.

COME INTERPRETA L'OSPITALITA'?

“Considero l'albergo un elemento dell'ospitalità, ma per il turista e viaggiatore di diverso tipo il discorso dell'ospitalità non si può esaurire o fermare all'albergo. L'ospitalità va intesa in una visione più ampia all'interno della quale le struttura ricettiva alberghiera ha un suo ruolo e dimensione spesso necessario ma non per forza sufficiente: è il Paese che si visita con i suoi servizi e strutture predisposti per l'arrivo e accoglienza e permanenza del turista-visitatore che deve prioritariamente trasmettere l'idea ed emozione di ospitalità. L'albergo ha una sua importanza in parte distinta su piani e livelli non secondari: a mio avviso è l'albergo che per l'esperienza del visitatore può riflettere o bilanciare la dimensione di ospitalità espressa dalla località di visita, offrendo comforts e servizi che il turista si aspetta in tale contesto di esperienza, ossia limitato al gradimento della camera, della sala da bagno, della efficienza e cortesia alla reception, al buon livello di proposte del breakfast.”

PENSA CHE L'ACCOGLIENZA RICHIEDA MODALITA' CHE VARIANO CON PARTICOLARI CULTURE E CATEGORIE DI TURISTI?

“E' innegabile l'esistenza di clienti che esprimono esigenze tecniche particolari, come ad esempio i musulmani particolarmente osservanti per l'alimentazione, ma penso che in termini più complessivi sussistono aspetti generali comuni, anche perché mi sembra sempre più difficile personalizzare la cultura dell'accoglienza o trasmettere e dimostrare efficacemente la sensazione di interesse e attenzione per la specificità culturale del cliente, e questo sia per insufficienti conoscenze sul punto, sia perché in molti staff di customer care si sta passando gradualmente a comportamenti asettici e standardizzati, aspetto che non considero particolarmente positivo.”

NELLA SUA ESPERIENZA DI ALBERGATORE, HA AVUTO MODO DI VEDERE CAMBIAMENTI DEL TIPO DI TURISTA ALL'INTERNO DEL MEDESIMO PAESE DI ORIGINE?

“Devo riconoscere che il turismo è effettivamente cambiato in relazione a diversi aspetti. Per esempio ricordo che una volta, decenni fa, i turisti statunitensi, ancora privi di esperienze di viaggi in Europa, dovevano essere totalmente assistiti e accompagnati ovunque a partire dal loro primo arrivo, ora sono molto più autonomi e individuali nel muoversi e organizzarsi. Una simile trasformazione sta gradualmente realizzandosi ora per i giapponesi, e con ritmi ancora più lenti anche per i cinesi.

Inoltre, un altro cambiamento si ha avuto in termini più generali senza riferimento a singoli Paesi d'origine: una volta il turismo veneziano aveva un carattere elitario, ora per crescita del numero di strutture e offerte è diventato accessibile a una fascia molto più ampia di clientela. Attualmente c'è ancora ma è sempre più raro il turista 'vecchio stile', ossia quello che si ferma diverse per settimane o addirittura mesi o intere stagioni e che si fidelizza all'albergo, mentre si guarda sempre di più all'economia sia dei tempi di permanenza che di spesa alberghiera.”

HA NOTATO ANCHE SIGNIFICATIVI CAMBIAMENTI NELLA PRESENZA STRANIERA IN RELAZIONE AI PAESI DI ORIGINE?

“La diminuzione di turisti nordamericani legata a vicende di carattere internazionale è il cambiamento più evidente di questi ultimi anni.”

CAMBIAMENTI DI ATTEGGIAMENTI E DI RICHIESTE?

“Un cambiamento significativo a mio avviso è stato determinato sia dallo shock dell'11 settembre e soprattutto dall'uso sempre più diffuso di Internet per informarsi, organizzarsi, conoscere, farsi conoscere, contattare e fare prenotazioni con l'albergo in tempi e modi sempre più rapidi, autonomi e tecnologici, cose che fino a pochi anni fa non erano immaginabili.”

SI RICORDA QUALCHE PARTICOLARE EPISODIO LEGATO A MISUNDERSTANDINGS INTERCULTURALI?

“Ricordo diversi equivoci, malintesi o situazioni di difficoltà con clienti stranieri, ma generalmente tali episodi non sono stati dovuti a diversità di abitudini e tradizioni, e quindi esclusivamente da diversità puramente culturali. I casi ai quali faccio riferimento riguardano ad esempio episodi di diverso approccio come cliente soprattutto per quanto riguarda la prenotazione o le modalità o il momento di compiere dei pagamenti, il sollevare o anche l'accettare osservazioni critiche e le modalità di esprimerle, che in alcuni casi seguono effettivamente precisi modelli di stile che ritengo legati a particolari società e culture, altre volte alla singola persona o alla fascia di ceti di appartenenza...”

COME VEDE L'OSPITALITÀ ALBERGHIERA VENEZIANA NELL'ERA DELLA GLOBALIZZAZIONE?

“A mio avviso bisognerebbe essere più specializzati e riuscire ad essere in grado di proporre offerte di servizio più ricche, possibilmente combinate con la complessiva ospitalità della città stessa, con i servizi e le manifestazioni internazio-

nali che il singolo albergo non può organizzare.
Deve crescere insomma la mentalità e la pratica del sistema integrato turistico.”

5. *“Le persone non sono le sole protagoniste della comunicazione tra culture”: quando anche l'ambiente è veicolo di messaggi. Una conversazione con Gloria Beggiato dell'Hotel Metropole*

Gloria Beggiato, proprietaria dell'Hotel Metropole, è entusiasta dell'argomento che introduce offrendo un breve quadro storico personale sulla realtà veneziana, contrapponendo e confrontando fra loro epoche differenti, modi e gusti culturali.

“La realtà dell'hotellerie del veneziano, così come quella di tutto il resto del mondo, negli anni ha subito profonde trasformazioni. Dopo il boom degli alberghi di lusso agli inizi del Novecento di negli anni successivi, ma soprattutto nel dopoguerra, si è registrato il boom economico. Figlia di questo prospero periodo è la crescente voglia di viaggiare, che dagli anni Cinquanta e Sessanta determina la costruzione di nuove strutture alberghiere, anche se ancora basate sulla formula del vecchio modello di alberghi, riferito all'inizio del secolo.

Dalla fine degli anni Sessanta, c'è stato un appiattimento nel settore, sia dal punto di vista di investimenti, sia di proposte innovative: le vecchie e storiche strutture, penso ad hotels internazionali quali il Des bains, oppure il Ritz, si dimostrano un po' superate, e anche la vecchia formula dei clienti fidelizzati che trascorrono l'intera stagione va lentamente scomparendo.

Gli altri alberghi, nati con il boom economico, subiscono un invecchiamento precoce, perché incapaci di investire su scelte di immagine e marketing adeguate in rapporto agli standard internazionali. D'altra parte non si può certo dimenticare l'effetto incisivo dato dalla globalizzazione dell'economia del turismo che già allora cominciava a orientare le sorti del settore, determinando la fusione degli alberghi nelle grandi e potenti catene alberghiere.

Da qui seguono una serie di cambiamenti che ancora oggi sono visibili, come, uno tra tutti, la standardizzazione e la conseguente perdita di identità delle strutture. E' di questa fase il fenomeno della nascita dei piccoli alberghi di nicchia, in cui i tratti distintivi sono eleganza e cura dei minimi particolari, proprio come l'Hotel Metropole. Il fenomeno delle microstrutture invece, è più recente ed è eccessivamente giovane, di livello differente, rispetto allo scenario descritto finora.”

“Ho vissuto per alcuni mesi a Londra, città multietnica, dove nascono i must della moda e del fashion style che guidano le tendenze del nostro comparto, e devo dire che la situazione sta cambiando: gli ambienti rispecchiano, sempre di più, l'idea di realtà multiculturale, mescolando trend differenti e stili di Paesi diversi. In questo equilibrato miscuglio di idee, tendenze, tessuti e oggetti si inserisce anche il livello di comunicazione tra gli ospiti e le persone.”

“Da alcuni anni celebri architetti, come Philippe Stark, manifestano il loro interesse a rivitalizzare e innovare lo stile degli alberghi che, mantenendo la loro individualità e identità, scelgono di non venire assorbite dalle grandi catene, evitando così il rischio di “appiattimento di immagine”, o la perdita di personalità.

Qualche esempio? L'Hotel Sanderson a Londra, il Blakes, il Costes a Parigi, dove il genio di Jacques Garcia ha contribuito a creare ambienti esclusivi.

Sono senza dubbio lavori che hanno generato una nuova moda e un nuovo modello di immagine e identità dell'albergo. Si tratta di cambiamenti epocali che non passano inosservati nemmeno ai manager e ai business men, clienti con l'orologio alla mano che cambiano città e albergo con la stessa frequenza con cui noi cambiamo vaporetto e che non hanno certo il tempo sufficiente per prestare attenzione al particolare.”

“L'imprenditoria alberghiera, in questi ultimi anni, sta ritrovando il vigore perso, acquistando un livello di vitalità che permette di mettere in comunicazione stili e tendenze differenti. Proprio da questo “dialogo” nascono le nuove tendenze dell'abitare e l'ospitalità ne trae spunti innovativi. Penso alla riscoperta di tradizioni culturali e tradizioni che hanno influenzato l'arte di arredare e vivere la casa. Dal Feng Shui traggono spunto le grandi catene dell'arredamento e i grandi stores, come ad esempio Coin tanto per citarne uno tra tanti: oppure la formula proposta dal Cortes di Parigi e diventata modello al quale si sono ispirati molti bar di alberghi internazionali particolarmente “in”. Proprio in questo albergo è nata la coraggiosa idea di sostituire il musicista della sala bar e ristorante con vero e proprio un DJ, come ad esempio il famoso Pompognac, il quale, selezionando musiche e arrangiamenti musicali, ha il compito di creare un'atmosfera del tutto particolare mettendo al loro agio gli ospiti. Le musiche variano dall'ambient a Buddha Bar, da rivisitazioni sonore di musiche tradizionali a quelle etniche. L'effetto è di creare un sottofondo sonoro per il locale presentando una nuova concezione di ospitalità che sta prendendo quota a livello mondiale. Stiamo parlando di alberghi di richiamo che presentano caratteristiche poco diffuse a Venezia e, più in generale, in tutta Italia. Nelle metropoli, oppure nelle città di media grandezza, di Paesi stranieri, gli alberghi sono locali aperti all'esterno, si sono trasformati in luoghi di incontro e non soltanto involucri per ospitare i turisti.”

“Venezia è sempre un po' “indietro” e isolata rispetto al resto del mondo. E' in ritardo nel ricevere ed adeguarsi alle mode e alle tendenze”.

“Il tratto distintivo dell'Hotel Metropole è di dare un'anima all'albergo: personalizzando, creando una commistione di culture e tradizioni tra Paesi diversi: nelle camere gli ospiti trovano sono sali da bagno profumati, candele ricercate e incensi, assieme ad altre essenze. In questa maniera abbiamo voluto personalizzare gli ambienti dando un tocco di creatività. Il cliente viene coccolato con cura. Ad esempio, la colazione in camera viene servita su di un grande cestino da picnic apribile a tavolino invece della scelta più convenzionale del vassoio o del

carrello.”

COME INTERPRETA L'OSPITALITA'?

“Confermo l'idea poco fa accennata: cerco di esprimerla col dare sempre un tocco di creatività e personalizzazione dell'accoglienza, studiata con gusto, in linea con la modernità e tecnologia anche in una struttura di atmosfera e arredamento d'epoca. Ad esempio, ritengo che le sale da bagno debbano sempre o quasi avere gli accessori di ultimo grido in fatto di high tech, magari non ostentati e inseriti all'interno di comodini e armadietti in sintonia con lo stile dell'arredamento; oppure che la camera disponga, possibilmente all'interno di una scrivania o di un mobiletto apribile a tavolino, anche questo non in piena vista o che stoni con l'arredamento, un computer con il collegamento Internet.”

PENSA CHE L'ACCOGLIENZA RICHIEDA MODALITA' CHE VARIANO CON PARTICOLARI CULTURE E CATEGORIE DI TURISTI?

“Sì, assolutamente. Ad esempio il Francese quasi sempre desidera avere la colazione in camera, quasi non costituendo un particolare servizio optional, mentre gli statunitensi gradiscono avere sempre la disponibilità del ghiaccio e dell'aria condizionata a pieno regime, a qualsiasi ora e in tutte le stagioni.”

NELLA SUA ESPERIENZA DI ALBERGATRICE, HA AVUTO MODO DI VEDERE CAMBIAMENTI DEL TIPO DI TURISTA ALL'INTERNO DEL MEDESIMO PAESE DI ORIGINE?

“Un esempio sono i turisti giapponesi, in relazione ai quali ho avuto modo di notare alcuni significativi cambiamenti di caratteristiche non episodiche. Infatti, da alcuni anni i tipici turisti giapponesi non sono più esclusivamente coppie o famigliole di dirigenti o quadri aziendali medio-alti di mezza età che fanno un breve tour dell'Europa in gruppi di viaggio organizzati con numerosi partecipanti, sempre più spesso vengono in albergo giovani coppie di professionisti o imprenditori di successo.

Altri aspetti che hanno costituito novità, in quella che chiamerei 'fenomenologia del turista straniero a Venezia', sono stati determinati soprattutto dall'utilizzo di Internet. Le modalità di pubblicizzare gli alberghi, e di raggiungere la potenziale clientela, e il collegato modo di contattare il medesimo per informazioni e prenotazioni, creano talvolta difficoltà per i tempi di accoglienza e un rischio di appiattimento dell'offerta e, a mio avviso, una certa nostalgia dei telex o telefax con prenotazioni effettuate con mesi o settimane in anticipo.”

HA AVUTO MODO DI NOTARE CONSEGUENTI CAMBIAMENTI NELLE MODALITA' DI MANIFESTAZIONE DI DESIDERI DI ACCOGLIENZA?

“Devo dire che è aumentata la sensibilità e la necessità di esprimere particolari situazioni personali che richiedono alcune eccezioni nel servizio, come avviene per chi avverte di essere affetto a particolari allergie o di seguire dieta vegetariana. In questi casi mi pare di cogliere un cambiamento del rapporto cliente-servizio: queste categorie ora non costituiscono più delle realtà da considerare 'diver-

se', o da discriminare negativamente, e pertanto il loro manifestare le particolarità personali, che possono influire sull'offerta del servizio, non è più percepita, né per i frequentatori, né per il personale di servizio, come una cosa imbarazzante o spiacevole o una pretesa capricciosa.

Un aspetto caratteristico, e in parte nuovo, nell'esprimere osservazioni e richieste, è quasi tipico dei Tedeschi: da alcuni anni tra loro è notevolmente aumentata la sensibilità verso l'ecologia, e sempre più spesso si ricevono osservazioni, anche critiche, in merito all'uso di detersivi non biologici, o circa il considerato troppo frequente lavaggio delle lenzuola con rischio di inquinamento delle acque, anche se è fatto per dare il migliore servizio di igiene e pulizia della camera e dell'ambiente che usufruiscono."

HA NOTATO ANCHE SIGNIFICATIVI CAMBIAMENTI NELLA PRESENZA STRANIERA IN RELAZIONE AI PAESI DI ORIGINE?

"A parte il noto calo di turisti statunitensi, legato a vicende internazionali, devo dire che ho notato un sensibile aumento di presenze di clienti provenienti dai cosiddetti mercati emergenti, in particolare i Russi."

CAMBIAMENTI DI ATTEGGIAMENTI E DI RICHIESTE?

"Come ricordavo prima, i nuovi atteggiamenti e richieste che ho notato in queste ultime stagioni non sono particolarmente o esclusivamente legate a determinati Paesi d'origine, ma a condizioni personali del cliente, che considero ugualmente 'culturali', nel senso di accettazione delle condizioni particolari della persona che esprime certe richieste."

SI RICORDA QUALCHE PARTICOLARE EPISODIO LEGATO A MISUNDERSTANDINGS INTERCULTURALI?

"Non in particolare, ma ho sempre un particolare timore di commettere involontariamente gesti o azioni interpretate come irrispettose o maleducate soprattutto in occasione di ospitalità offerta a importanti famiglie arabe, che magari anche riservano un'intera ala dell'albergo per il solo personale di servizio privato."

COME VEDE L'OSPITALITA' ALBERGHIERA VENEZIANA NELL'ERA DELLA GLOBALIZZAZIONE?

"Penso che cresceranno sempre di più le già grandi catene alberghiere e, allo stesso tempo, si dovrà ulteriormente diversificare l'offerta da parte degli alberghi outsider di buon livello creando diverse nicchie di mercato e legami con varie categorie di visitatori sempre più avvicinati, proprio per la globalizzazione e per rapidità di comunicazioni e conoscenze rese possibili da Internet."

6. Hotel San Clemente Palace: ogni cultura non è un'isola (mentre un albergo può esserlo)

"L'isola di San Clemente è un'oasi di pace e di tranquillità. Il San Clemente Palace è il nuovo grande albergo di lusso a "cinque stelle" per il turismo d'élite a

Venezia, sull'omonima isola della laguna veneziana.

L'attuale complesso, arricchito da cortili all'aperto, conserva intatto il fascino e l'atmosfera dell'antico convento dei Camaldolesi che qui venne costruito nella seconda metà del 1600.

Il restauro degli edifici, condotto nel rispetto assoluto del patrimonio storico-artistico e delle bellezze naturali presenti, permette di mantenere inalterati tutti quei tratti di storia che l'isola porta con sé e di realizzare un grande albergo di lusso per gli ospiti internazionali più esigenti.[...]

L'hotel, unica costruzione esistente sull'omonima isola, fatta eccezione per la chiesa di San Clemente, un tassello importante della ricca storia religiosa cittadina, si estende in un gradevole labirinto di corti e cortili, dove il fascino della storia raccontato anche da fughe di architetti s'ingentilisce con il dolce movimento della natura in fiore. [...]

Una breve merita appunto la storia di quest'isola, le cui origini non si differenziano da quelle delle altre isole venete.

I primi insediamenti si ebbero nel 1131, anno in cui un facoltoso gentiluomo, Pietro Gattileso, eresse la chiesa di San Clemente e un ospedale che furono affidati alla custodia di alcuni religiosi: i canonici regolari di S. Agostino, che nel 1165 erano già organizzati sotto forma di prioria; l'intera isola inoltre fu posta dal Gattileso sotto la giurisdizione del Patriarca di Grado Enrico Dandolo. Doveroso ricordare che anche le altre isole a sud della laguna di Venezia ebbero identico destino e assistettero, tra il X e XI secolo, periodo in cui ebbero inizio le grandi crociate, alla fondazione di ospizi per accogliere i pellegrini ed i soldati in attesa di imbarco verso la Terra Santa. Nel 1228 vennero portate a Venezia le reliquie di S. Aniano le cui spoglie furono poste con grande solennità proprio nella chiesa di San Clemente: il santo fu accolto dai veneziani con grande devozione perché fu discepolo di San Marco, già patrono della città di Venezia. In questo periodo, alla fine del 1200, l'isola cominciò a cambiare il suo assetto funzionale: da ospizio divenne principalmente monastero, in seguito al diradarsi del passaggio dei pellegrini. [...] Durante i secoli XV e XVI l'isola di San Clemente visse la vita tranquilla di casa filiale del Convento della Carità, continuando, in un certo senso, la primitiva funzione che aveva l'antico ospizio, adattando il convento in modo da renderlo capace di accogliere gli ospiti illustri che venivano a visitare Venezia. [...] Nel 1645, i monaci Camaldolesi, all'epoca residenti sui colli Euganei, acquistarono l'isola che, in seguito al loro insediamento, mutò la sua fisionomia: venne ampliata nella parte sud e vennero innalzate mura di cinta. Di fronte alla chiesa furono inoltre realizzate numerose piccole abitazioni, con orto annesso. Il Settecento purtroppo determinò la fine dell'epoca d'oro dell'isola: la fine della Serenissima Repubblica, nel 1797, sancì definitivamente il destino di San Clemente, che venne coinvolta nella generale crisi veneziana.

Il 25 Aprile 1810, con decreto napoleonico, che ordinava la soppressione degli ordini religiosi, segnò l'abbandono dell'isola da parte degli eremiti Camaldolesi, che dovettero lasciare il convento. La configurazione dell'isola, così come si è

presentata prima della fase di restauro conservativo e conversione d'uso a scopo alberghiero, risale al periodo di dominazione austriaca, durante la quale venne costruita una casa di cura, i cui lavori cominciarono nel 1858 e finirono nel 1873: l'abbattimento del convento e delle abitazioni annesse fu totale, con la sola salvaguardia della chiesa. L'edificio rimase in uso fino al 1992. “ (da “Alberghi della laguna” anno III numero 2, pagg. 19 – 21).

Con tali conoscenze della secolare vita dell'isola che ospita uno dei più recenti alberghi di lusso dell'area veneziana e ho realizzato un'intervista con Maurizio D'Este, direttore dell'albergo con l'idea che una sede di storia della cultura veneziana può a sua volta essere luogo di incontro di nuove culture, magari con una forma di dialogo e manifestazione ancora più originale dovuta al fatto che il San Clemente Palace si trova ad essere un'isola storica e culturale non solo nei termini di metafora intellettuale ma anche in quelli geofisici.

COME INTERPRETA L'OSPITALITA'?

“Nei termini di tradizione, attenzione e riguardo verso l'ospite. L'ospite è sempre più importante perché non può essere più standardizzato, e si appoggia sempre di più all'albergatore, e qui in isola si aspetta un valore aggiunto, desidera per così dire essere coccolato, anche con le richieste più insolite ma possibili nel mondo del lusso (ad esempio, il giorno di questa intervista, svolta in una grigia e piuttosto fredda mattina di fine Ottobre, il personale ha ricevuto la richiesta del funzionamento dell'aria condizionata in camera...). Attualmente poi il cliente conosce meglio di un tempo cosa può volere come servizio di ospitalità, ed ha inoltre, per quanto riguarda la clientela dei grandi hotel di lusso, una conoscenza davvero mondializzata della ospitalità.”

PENSA CHE L'ACCOGLIENZA RICHIEDA MODALITA' CHE VARIANO CON PARTICOLARI CULTURE E CATEGORIE DI TURISTI?

“Sì, sono convinto sempre di più che sia e che sarà per molto tempo ancora così e anzi sempre di più caratterizzata a seconda della provenienza geografica e sociale della clientela. L'esperienza pluriennale di direttore d'albergo conferma che l'ospitalità nei riguardi di un cliente giapponese richiede modalità e attenzioni ben differenti rispetto a quelle da dedicare ad un cliente nordamericano e ancora diverse per un tedesco. Effettivamente il servizio di accoglienza e di ospitalità deve sempre più divenire ad hoc e ora ci si deve adeguare alle esigenze del cliente e non l'opposto come avveniva un tempo.

NELLA SUA ESPERIENZA DI ALBERGATORE, HA AVUTO MODO DI VEDERE CAMBIAMENTI DEL TIPO DI TURISTA ALL'INTERNO DEL MEDESIMO PAESE DI ORIGINE?

“Decisamente sì. Per esempio, un Giapponese 15 anni fa circa non aveva ancora la cultura internazionale che possiede il turista nipponico di oggi, che parla con maggiore frequenza la lingua inglese, sceglie stili di abbigliamento presi da modelli occidentali e condivide vari stili e idee del mondo europeo e americano.”

HA AVUTO MODO DI NOTARE CONSEGUENTI CAMBIAMENTI NELLE MODALITA' DI MANIFESTAZIONE DI DESIDERI DI ACCOGLIENZA?

“Sono aumentate e sempre più frequenti le richieste legate alla tecnologia quali la disponibilità in camera di Internet o di TV digitali, sono cambiate le aspettative, anche perché ora in pochissime ore si può essere in luoghi molto distanti e diversi, e i passaggi di contatti e informazioni si sono molto velocizzati e intensificati, portando a formulare richieste e modalità di esprimerle sempre più specifiche e internazionali.”

HA NOTATO ANCHE SIGNIFICATIVI CAMBIAMENTI NELLA PRESENZA STRANIERA IN RELAZIONE AI PAESI DI ORIGINE?

“Negli ultimi anni effettivamente negli alberghi di lusso come il nostro ho avuto modo di notare un sensibile aumento di clientela proveniente da Paesi che un tempo erano una rarità, ad esempio oggi è aumentata la clientela di origine indiana e cinese, e meno recentemente c'è stato un considerevole flusso di visitatori russi appartenenti alla nuova classe emergente e ricca.”

CAMBIAMENTI DI ATTEGGIAMENTI E DI RICHIESTE?

“Devo dire che ho notato cambiamenti dopo i fatti dell'11 Settembre 2001. Da quel momento sono stati più evidenti cambiamenti che già stavano forse avvenendo e sono stati accelerati da quegli eventi. Sono infatti cambiate le modalità di organizzare i convegni e i congressi, si è anche legati a nuovi tipi di offerta, anche legati a periodi di particolari possibilità di shopping: A mio avviso per gli alberghi è anche cambiata la mentalità dei clienti in relazione al modo di viaggiare, spendere e soprattutto riservare e prenotare, vi è stato un aumento dei tour operator, prima vi era una prevalente mentalità dell'intermediazione della agenzia che ora risulta quasi del tutto superata con la formula del pacchetto all inclusive proposto dal tour operator.”

SI RICORDA QUALCHE PARTICOLARE EPISODIO LEGATO A MISUNDERSTANDINGS INTERCULTURALI?

“Mi ricordo in generale alcuni aneddoti legati a particolari esigenze di clienti kasher (sul punto si veda il capitolo sulle abitudini religiose) o altri legati a particolari esigenze o abitudini alimentari, o ancora di certi casi di cucina in camera, o infine sul carattere invasivo di certi russi, ma ora non sarei in grado di nararli con precisione.”

COME VEDE L'OSPITALITA' ALBERGHIERA VENEZIANA NELL'ERA DELLA GLOBALIZZAZIONE?

“A mio avviso può essere apprezzata l'offerta veneziana per la tradizione secolare che può ben caratterizzarsi anche nell'era della globalizzazione perché l'ospitalità veneziana in tale occasione mi sembra rimodernata e impreziosita.”

PARTE III

Turisti stranieri, culture e stereotipi

La descrizione e interpretazione delle culture dei turisti del nuovo mercato turistico alberghiero delle città d'arte se da un lato può essere affascinante, curiosa e divertente, dall'altro può presentarsi come un percorso pieno di trappole disseminate lungo la strada.

Il pretendere di fare conoscere in modo esauriente una cultura e società possibilmente in poche pagine comporta in primo luogo il rischio di creare o presentare una visione superficiale di un popolo legato a tradizioni millenarie, oppure creare uno stereotipo del tutto fuorviante rispetto alla realtà attuale.

Un buon punto di partenza per una lettura dei successivi paragrafi in senso critico a mio parere è data da una breve riflessione su questi due concetti, ormai di uso così comune e generico al punto di avere talvolta perso il loro senso o significato puro.

Già nelle pagine precedenti si è citato molte volte il termine "cultura" molto spesso abbinato a "società", ma cosa possono significare attualmente nel contesto turistico qui considerato?

Questo è in realtà un argomento che continua a impegnare antropologi e sociologi, in forma rinnovata e maggiormente problematica anche nella attuale epoca della cosiddetta globalizzazione.

Si è soliti a usare generalmente il termine "cultura" per riferirsi a espressioni o attività artistiche, scientifiche, accademiche (es. la "pagina della cultura" di un giornale o rivista), o al bagaglio di conoscenze tecniche e letterarie di un individuo ("Tizio è una persona di notevole cultura").

Allo stesso tempo a "cultura" si associano anche manifestazioni tutt'altro che elitarie (gastronomia popolare, costumi tradizionali dei contadini e pastori, detti dialettali).

A questo punto ci si può chiedere, senza ottenere una risposta sicura in tutti i casi: la cultura coincide sempre con una società, la cultura può essere posseduta completamente da un soggetto, quando ci troviamo a parlare o a interagire con uno straniero proveniente da Paesi remoti ci troviamo ad incontrare un'altra cultura, e questa fantomatica cultura ha livelli, confini spaziali e caratteri temporali definiti e immutabili?

Comunemente e storicamente il termine "cultura" sta in effetti ad indicare,

nella sua accezione umanistica, le conoscenze, prevalentemente intellettuali, acquisite attraverso lo studio, o la produzione artistica, filosofica ed il pensiero scientifico prodotti da una élite intellettuale in un determinato periodo storico. In questa accezione il patrimonio culturale appartiene ad una minoranza di persone e la maggior parte della popolazione e “società di un Paese” ne è esclusa.

Quando si parla invece di cultura in senso antropologico, ogni individuo è portatore di una cultura condivisa da tutti i membri della comunità, piccola o grande che sia.

“La cultura nel suo ampio senso etnografico è quell’insieme complesso che include la conoscenza, le credenze, l’arte, la morale, il diritto e il costume e qualsiasi altra capacità dell’uomo come membro di una comunità” (E. B. Taylor). Questo insieme di capacità ed abitudini tra loro integrate, acquisite dall’uomo in quanto membro di una società, non è trasmesso geneticamente e neppure acquisito individualmente, ma è patrimonio comune di un gruppo sociale.

Le manifestazioni “culturali” che derivano dall’attività dell’uomo possono quindi essere tangibili come ad esempio le opere materiali, i modi di lavorare, i gesti, oppure astrazioni, regole, ideologie, norme, racconti.

Nella sua accezione antropologica la cultura non è dunque esclusiva di una società, a differenza di quanto si pensava in passato, e tantomeno si possono fare paragoni di superiorità o inferiorità ad esempio nei confronti di società prive di scrittura o di strutture organizzative assimilabili a quelle del mondo occidentale. Alcuni antropologi poi propongono poi la definizione di “tradizione” nei termini del processo attraverso il quale l’insieme degli elementi componenti una specifica cultura viene trasmesso da una generazione ad un’altra, e nella trasmissione intergenerazionale avvengono sempre piccole modificazioni degli elementi culturali al pari dell’evoluzione culturale che interessa la società stessa nell’arco della sua vita, perché la cultura è contemporaneamente identità continua ma fluida e dinamica e in continua trasformazione graduale.

Tali questioni non sono semplici esercizi da studiosi, ma considerazioni emerse con operatori pratici impegnati nelle attività dei rapporti di servizio compresi gli operatori del settore turistico-alberghiero.

Come appare già intuibile tale argomento rischia di trasformarsi in un labirinto, e per evitare in questa sede un tragico disorientamento propongo alcune brevi interpretazioni, semplici ma non appiattite a luoghi comuni o a “non risposte”, generalmente condivise e adatte alla accezione di “cultura” qui presa in considerazione.

La cultura può essere intesa come un filtro per la percezione della realtà esterna elaborata da un gruppo omogeneo che utilizza questi dati come elementi di riferimento per i comportamenti dei propri componenti, e in tale modo anche afferma una propria identità.

“La rete della cultura che unisce le persone in gruppi sociali è costituita da credenze e modi di sentire condivisi, dalla conoscenza di una storia comune, dal senso della propria collocazione nel mondo naturale e sociale. Questi legami formano le connessioni attraverso cui i membri di una società comunicano tra loro. Il mito e la magia, i riti e le cerimonie, la

poesia e la conversazione, sono parte di questa rete. La cultura è fatta di storie simboliche e di rituali in cui gli oggetti e gli eventi ricevono significati che in vari modi li trascendono. L'analogia gioca un ruolo importante nel costruire questi significati e nel far funzionare la rete della cultura"

(da G. Mantovani, "L'elefante invisibile", Giunti, 2000, p. 132).

La cultura, possiamo a questo punto dire, è tutto quello che ci sta intorno e nello stesso tempo gli occhiali con i quali vediamo la realtà.

Si può pensare, anche senza poter dare un'esatta ed esauriente definizione categorica, che la cultura, oltre a mediare tra le persone e il loro ambiente, fornisce le motivazioni e soprattutto le griglie interpretative con cui comprendere gli eventi e pianificare il futuro.

In questo senso essa non è un insieme di regole astratte o un principio di standardizzazione, ma un repertorio di situazioni a cui attingere per orientarsi nelle scelte quotidiane. E' una sorta di filtro di occhiali da sole mediante il quale si ha una certa visione e prospettiva dei dati esterni e in base a tale modalità di percezione si hanno più o meno consapevolmente indicazioni e orientamenti sui colori, le distanze, le dimensioni e così via.

Quello che va notato è che in queste poche righe si è preferito proporre *un ruolo pratico nel quotidiano della cultura anziché una definizione e spiegazione categorica di essa.*

Ma è meglio fermarsi qui, perché altrimenti ci si addentra ulteriormente in questo campo minato.

Il viaggio, l'esperienza dei contatti tra genti di diversa origine in luoghi di incontri aperti come gli alberghi sono episodi senza dubbio di primaria rilevanza culturale nel senso sopra esposto, e non solo per chi viene accolto, ma anche per chi ospita.

Un altrettanto insidioso punto da tenere presente è la creazione degli stereotipi e pregiudizi per convinzione di conoscere già in anticipo le caratteristiche della persona con la quale si è in contatto.

Nel rapporto con le persone noi abbiamo la necessità di poter fare il più rapidamente possibile delle previsioni sulle loro qualità e sul loro possibile comportamento, per valutare se l'interazione potrà raggiungere gli scopi proposti. Questo è un meccanismo psicologico naturale, che compiamo innumerevoli volte, anche a livello incosciente, per semplificare e ridurre la analisi della enorme quantità di dati che ci perviene dall'esterno e giungere ad una decisione, ma che trova una situazione critica nel caso del presentarsi di una situazione diversa, quale può essere anche l'arrivo in albergo di un turista proveniente da un Paese con abitudini sociali a noi poco o nulla note e l'esigenza di dimostrarsi ospitali e gentili con la medesima.

A questo proposito ritengo valide e condivido le seguenti osservazioni: "l'idea che i diversi gruppi nazionali siano sempre caratterizzati da una determinata omogeneità dal punto di vista della sensibilità, delle attitudini, delle disposizioni comportamentali, degli orientamenti valutativi, tanto da potersi parlare

appunto di uno specifico carattere tipico di quella nazione, il quale risulterebbe non solo da una comune matrice culturale, ma anche proprio dalla larga diffusione di determinati tratti psicologici” porta a “descrizioni sommarie delle singole nazionalità che sono fra i migliori esempi di stereotipi, facili premesse ad erronei ed inaccettabili pregiudizi. I contenuti degli stereotipi nazionali, a dire il vero, non sono del tutto arbitrari, né creati ad arte dagli avversari e dagli stranieri, ma esprimono delle tendenze che sono in certa misura reali, risultato di complesse sedimentazioni di tipo storico e culturale. Il problema, e dunque il confine fra lo stereotipo come utile strumento di previsione e controllo della realtà e lo stereotipo quale distorsione della conoscenza e ostacolo alla interazione, sta nella esasperazione delle due caratteristiche tipiche dello stereotipo stesso, vale a dire la generalizzazione e la rigidità. Per generalizzazione si intende il processo per cui le caratteristiche considerate tipiche del gruppo sono considerate distribuite in modo omogeneo nel gruppo stesso, e dunque applicabili senza verifica anche al singolo membro del gruppo con cui si interagisce, e per rigidità si intende la credenza che l’insieme delle caratteristiche costituisca qualcosa di coerente, organico e soprattutto stabile nel tempo e nello spazio. Ciò che fa la differenza è il grado di intensità dei due processi: un certo livello di generalizzazione consente, in assenza di altre informazioni, di formulare comunque delle conclusioni; un livello eccessivo impedisce di cogliere le sfumature individuali, o magari la totale non corrispondenza dell’individuo reale ai tratti tipici dello stereotipo, un minimo di coerenza e stabilità sono indispensabili perché lo stereotipo sia utile alla interpretazione degli altri; un livello eccessivo esclude la comprensione delle infinite articolazioni che i diversi tratti possono avere nelle diverse situazioni, e impedisce di cogliere le trasformazioni che l’insieme dei tratti subisce nel corso del tempo” (da B.M. Mazzara “Stereotipi e pregiudizi”, 1997 Il Mulino).

Per tali motivi nel riferire aspetti definibili come “culturali” e descrivere usi e abitudini di alcune particolari presenze turistiche “esotiche” non si ha nessuna pretesa né di presentare tutto quello che si può sapere su un argomento così vasto e in continua evoluzione né l’idea di fornire informazioni che assicurino di conoscere in anticipo in tutti gli aspetti un certo turista-cliente solo perché proveniente da un dato Paese (o perché si è letto questo libretto).

Nel primo esempio di “turista da scoprire” ossia il visitatore giapponese, non ci si riduce per semplificazione a una raffigurazione stereotipata dell’omino con occhietti a mandorla con aria timida e sempre sorridente e con macchina fotografica digitale e cinepresa *high tech* di ultimo grido sempre con sé né si va all’estremo opposto di proporre una dotta analisi delle usanze del teatro *Kabuki* o dei riti e codici degli antichi samurai perché solo questi “fanno molto Giappone tradizionale e storico” e quindi cultura giapponese.

Nel caso della presenza turistica giapponese, che indubbiamente non appare nuova nello scenario del turismo internazionale nel nostro Paese e che alcuni sostengono di conoscere fin troppo bene “perché tutti identici”, si è preferito sottolineare alcuni cambiamenti della società (e conseguentemente dei turisti) e

taluni aspetti poco noti ma tali da consentire di avere una diversa visione dei comportamenti di tali clienti: la interpretazione tradizionale della ospitalità, la distinzione della sfera pubblica e privata di una persona, il senso del collettivismo e della gerarchia nelle decisioni, l'importanza e le interpretazioni simboliche e pratiche dello spazio comune e del luogo di soggiorno personale, l'arredamento.

In questo modo non si vuole presentare quindi "il turista giapponese in Italia", ma piuttosto offrire spunti utili per conoscere e comunicare la ospitalità a questi clienti in maniera più efficace e aperta.

Nel predisporre ad essere più comunicativi e capaci di venire incontro a difficoltà derivanti da differenze di codici di comportamento, abitudini, regole tacite di rispetto reciproco, diversità di significati attribuiti a certe espressioni verbali e non verbali, simboli o altro ancora, vanno senza dubbio meglio conosciuti aspetti poco noti o male interpretati dei clienti stranieri, quantomeno con riferimento a momenti e situazioni pertinenti al servizio di ospitalità e accoglienza.

Bisogna tenere presente che la comunicazione interculturale può incontrare diverse difficoltà pratiche non solo perché non si conoscono abbastanza le caratteristiche peculiari di un determinato Paese e la sua gente, ma anche perché spesso involontariamente non si tengono in debito conto alcuni aspetti che vengono a influire negativamente fin dal momento iniziale l'approccio con il cliente straniero, rendendo più probabile il risultato di dare una immagine sbagliata della cortesia e ospitalità che si vuole trasmettere ovvero del comportamento e del gradimento del servizio da parte dei clienti stranieri. Per cercare di valorizzare e utilizzare la comunicazione interculturale come strategia vincente e positiva vanno ricordati qui brevemente i più frequenti rischi di impostazione. Talvolta essi non sono del tutto evitabili o perché inconsci o perché alcuni fanno parte della complessa dinamica degli incontri interpersonali dove non c'è il pieno controllo e previsione del processo dei passaggi di informazioni o infine perché essi sono legati a preconcetti difficili da ammettere o riconoscere.

Il riconoscere la loro esistenza nella situazione concreta può comunque aiutare a valutare e capire meglio in quale modo si può comunicare o comportare senza stereotipi e pregiudizi.

Alcune delle principali ragioni che portano ai "conflitti" o alle incomprensioni definibili come "culturali" e motivano l'uso della mediazione e comunicazione interculturale possono essere le seguenti:

- è impossibile conoscere tutte le culture;
- non si riconosce o (ancor più grave e insidioso) non si vuole riconoscere l'identità specifica delle persone che in quel momento sono viste come "turisti identici agli altri", ma che loro stessi non si considerano assolutamente tali: basti in questo caso provare a capovolgere mentalmente la situazione e i ruoli. Provate a immaginarvi in viaggio e venire etichettato anonimamente come "il solito turista italiano, assolutamente uguale a tutti gli altri": vi sentite veramente e totalmente tali?
- non si prendono in considerazione i cambiamenti gradualmente che tutte le società

- vengono ad avere con il tempo, talvolta in momenti e con ritmi diversi;
- si pensa che tutti i turisti stranieri conoscano le abitudini e gli standards italo-europei;
- si pensa che tutti i turisti stranieri preferiscano le abitudini e gli standards italo-europei;
- siccome l'albergo è in Italia vi è un "codice di ospitalità" solo secondo abitudini italiane, che il cliente deve accettare anche se non conosce;
- mentre ci si pone in contatto con i clienti stranieri si ha una visione etnocentrica.

Nel predisporre al ricevere e al dimostrare attenzione e riguardo nei confronti del cliente sul piano personale e delle proprie caratteristiche culturali occorre maturare e valorizzare le capacità di ascolto attivo. Con questa espressione spesso impiegata per lo sviluppo delle competenze in attività di *front office*, ci si riferisce a una maturazione di atteggiamenti comunicativi nello svolgimento di servizi informativi e di accoglienza rivolti alle persone utenti o clienti del servizio.

"Saper ascoltare" non significa semplicemente essere sorridenti di fronte al cliente dicendo ripetutamente "sono qui, la sto a sentire" con magari la testa altrove, bensì avere un atteggiamento di ascolto con attenzione nei confronti della differenza, tenendo presente che la comunicazione verbale interpersonale è solo una parte dei messaggi che si ricevono in situazione di dialogo tra individui in contatto visivo, e soprattutto con persone di lingue e culture differenti capita di essere più "osservati" che "ascoltati".

"In questo contesto, la comunicazione interculturale significa:

- scegliere le forme più corrette (parole, sguardi, gesti, postura);
- costruire lo spazio interattivo e relazionale adeguato;
- mostrare interesse per i bisogni personali del cliente;
- [.....]
- saper favorire la comunicazione;
- adottare atteggiamenti che facilitino la relazione."

(T.Vergani, 2002)

Una decina d'anni fa Mister Satish, un ricco nativo Pakistano laureatosi a Dubai, per la prima volta aveva un'esperienza di permanenza in Occidente per un programma di incontri con potenziali clienti e soci in affari. Ospite in un elegante albergo londinese, nel suo primo pomeriggio inglese venne invitato dal direttore dell'hotel nella sala ospiti per le presentazioni. Incontratosi assieme anche ad alcuni manager amici di Mister Satish senior, il direttore chiese se poteva essere cosa gradita il servire loro un aperitivo o del the o altro.

Il giovane Satish, lieto per la cortese offerta, domandò che gli si portasse del the. Ricevuto un vassoio con tazza, piattino con assortimento di diverse bustine di the a vari gusti, un piattino con fettine di limone, teiera con l'acqua calda e una minuscola caraffa con del latte freddo, il giovane Satish sorrise rivolgendosi verso il direttore aggiungendo "Oh, come siete curati ed eleganti!". Così dicen-

do, prese una bustina di the, la strappò e versò il contenuto nella tazza per poi aggiungere l'acqua bollente. Accortosi degli sguardi sorpresi dei propri vicini e delle altre persone presenti negli altri tavoli, rivolse uno sguardo un po' insicuro verso il direttore. Questi, con la tipica flemma inglese spiegò: "Qui in Inghilterra abitualmente immergiamo le bustine di the intere e dopo alcuni minuti le togliamo, così non ci troviamo a berci pezzi di foglie miste alla bevanda. Non si preoccupi, il suo stile è comunque quello per lei tradizionale e originale e non c'è nulla di male". Il giovane Satish, facendo grandi sorrisi e ringraziamenti, commentò: "Oh! Spero di non avere creato imbarazzi! Voi Occidentali siete davvero molto raffinati e anche molto pratici, se avete questi modi anche nelle normali occasioni." E così dicendo, dopo avere posato gli occhi sul piattino degli zuccheri, guardando il direttore con sguardo di gratitudine e soddisfazione, prese una bustina e garbatamente la immerse nella tazza colma di the bollente, ricambiato da un sorriso sempre cortese e rassicurante dello stesso direttore d'albergo.

La spiegazione da parte di quest'ultimo circa il diverso utilizzo delle bustine di zuccheri richiese particolare pazienza e diplomazia per non creare disagio a nessuno.

Ecco, ascolto attivo può e deve essere anche questo!

PARTE IV

I turisti giapponesi: quando l'apparenza inganna

Forse qualcuno può ritenere superfluo questo capitolo: i turisti Giapponesi, dirà, non sono una novità.

Cominciare questa parte con la descrizione della cultura e società giapponese non è cosa scontata e facile.

Non è scontata perché in molti, vedendoli ormai da diversi anni come i turisti esotici più abituali del nostro Paese, pensano che si conosca già a sufficienza l'homo turisticus nipponicus: ricco, considerato come sempre sorridente, timido e indifeso nel mercato turistico e che non capisce nulla del carattere e del temperamento latino.... ..ma non è così semplice e ovvio.

Non è facile perché la tradizione e le abitudini di questa società sono in realtà molto complesse e con riferimenti e valori poco evidenti agli occhi dell'europeo. Fin da quando Marco Polo fantasticava di "Chipango", un Paese oltre il mare della Cina dove i tetti erano rivestiti di tegole d'oro, il Giappone ha rappresentato per gli occidentali una fonte di sempre nuove sorprese e il luogo ideale dove ambientare i propri sogno esotici.

Negli ultimi decenni i giapponesi si sono imposti all'attenzione del resto del mondo in un modo che per molti, superata la curiosità e l'interesse iniziali, è diventato un'ossessione. Drogati del lavoro, avventurosi conquistatori di mercati commerciali e finanziari, versione moderna degli antenati samurai, ora anche come turisti intruppati in comitive armati delle inseparabili macchine e cinesprese fotografiche supertecnologiche.

Ma veramente sono solo questo?

Se si superano queste considerazioni superficiali e stereotipate si può scoprire una realtà ben ricca di significati e sorprese non sempre evidenti e comprensibili agli Europei.

Il dedicarvi qui ampio spazio è proprio dovuto a queste considerazioni: quella giapponese è la presenza turistica non Occidentale più diffusa e ritenuta ormai familiare e nota. In verità, andando oltre l'aspetto superficiale questa presenza si rivela non adeguatamente conosciuta in numerosi aspetti e caratteristiche tradizionali rilevanti per la qualità del servizio turistico-alberghiero.

L'evidenziare in modo ampio tali lati poco noti serve anche a dare spunti e idee utili per osservare e comprendere meglio anche gli altri gruppi di stranieri provenienti da Paesi poi qui avanti più brevemente descritti, e compiere anche con-

fronti e diversi approcci per meglio offrire la immagine e il servizio della propria struttura ricettiva alla diversa clientela straniera.

La cultura giapponese è depositaria di molte tradizioni di diverso tipo e provenienza, che convivono fianco a fianco: anzitutto lo shintoismo, nelle sue varie forme di culto e varianti locali, e il buddhismo, suddiviso in diverse sette e correnti, oltre al cristianesimo e una miriade di organizzazioni religiose tra le quali le 'nuove religioni' di varia ispirazione.

In Giappone il comportamento quotidiano è regolato da un'etichetta formale rigida e applicata fino ai minimi particolari nei gesti, nelle espressioni verbali, negli atteggiamenti. Un osservatore esterno, privo com'è del codice in base al quale interpretare tali comportamenti altamente formalizzati, si trova in genere ad ammirare il senso di ordine che traspare, oppure, al contrario, a lamentare la mancanza di spazio lasciato al comportamento spontaneo degli individui, traendone conclusioni e immagini parziali o stereotipate.

Nel 1995 ha fatto grande notizia il fatto che i Giapponesi hanno goduto mediamente di 6,2 giorni di vacanze estive, cinque ore in più rispetto all'anno precedente. In un Paese di circa centoquindici milioni di abitanti in cui la metà della gente non si prende tutte le ferie spettanti perché si sente in colpa, è già grande cosa. Sono mediamente sedici milioni i turisti giapponesi che lasciano ogni anno il Giappone per fare vacanza all'estero, soprattutto nelle città d'arte italiane ed europee.

Arrivano già informatissimi, sono curiosi e interessati a tutto, sull'abbigliamento più di tendenza, i prodotti tipici locali artigianali e non, inoltre non disdegnano la nostra cucina mediterranea.

In barba allo stereotipo che li vede lavoratori indefessi, i Giapponesi hanno a disposizione più di dieci giorni di feste nazionali all'anno, anche se poi pochissimi ne approfittano per fare una vacanza perché poi si sentirebbero in colpa per aver trascurato il lavoro.....

Il Capodanno viene celebrato, diversamente da molti Paesi asiatici vicini, il primo Gennaio.

Grazie al vecchio modo di contare giapponese (e sempre in sintonia con la visione di una impostazione collettivista dove non viene esaltato il lato individuale), è questo il momento in cui l'intera nazione compie gli anni. In Giappone, infatti, si nasce all'età di un anno, e si invecchia ogni primo Gennaio: un bambino che nasce il 31 Dicembre dopo due giorni ha già due anni!

A Capodanno perfino molti negozi, aperti solitamente sette giorni su sette, sono chiusi il primo dell'anno. Comincia una delle tre lunghe vacanze giapponesi. Una settimana a Capodanno, una settimana a fine aprile, una settimana in estate. Periodi da tenere presenti perché sono quelli di maggiori flussi turistici di Giapponesi nel nostro Paese.

Altre singole Feste tradizionali, civili e religiose sono interessanti e curiose e meritano una breve menzione.

La Giornata degli adulti (15 Gennaio) è quella in cui tutti coloro che hanno compiuto vent'anni nel corso dell'anno precedente vengono ammessi al rango

della società adulta con cerimonie in parte in stile classico e in parte anebbiolate dalle abbondanti bevute di sake.

La Giornata della Fondazione (11 Febbraio), l'Equinozio d'inverno (21 Febbraio), il Compleanno dell'Imperatore (23 Dicembre) e il Giorno della Costituzione (3 Maggio) non sono associati ad alcun evento o modo di festeggiamento particolare se non a livello locale.

Tra la fine di Aprile e l'inizio di Maggio ci sono quattro feste nazionali, che formano la cosiddetta Settimana d'Oro, periodi nel quale i treni sono ancora più affollati del solito perché ci si reca a visitare parenti e familiari che abitano in località sparse nelle varie regioni e isole. Chi può in questa settimana letteralmente fugge all'estero per evitare l'incubo delle trasferte all'interno del Paese.

Oltre alla Giornata del rispetto degli anziani (15 Settembre) e all'Equinozio d'Autunno (23 Settembre), ci sono poi la Giornata dello Sport (10 Ottobre), celebrata da tutti stando a casa a dormire o a guardare la televisione, la Giornata della Cultura (3 Novembre), nella quale quasi nessuno va ai musei e preferisce passare il tempo nei ristoranti fast food, e la Giornata del ringraziamento per il lavoro (23 Novembre) festa che tutti gli adulti celebrano ovviamente andando a lavorare.

Tra le feste importate dall'Occidente c'è San Valentino il 14 Febbraio: le ragazze regalano cioccolatini ai loro fidanzati ma tuttavia, per non essere scortesie, li regalano anche ai fratelli, al capoufficio agli insegnanti di inglese e agli amici e vicini. Farete bene a non illudervi che una ragazza giapponese di passaggio nel vostro hotel si sia innamorata di voi soltanto perché vi ha fatto un regalo: sapiate che, se è innamorata, ve lo comunicherà invitandovi a conoscere i suoi genitori. Un formalismo diplomatico e pericolosissimo per *gaffes* e inosservanze di regole di etichetta giapponesi.

Ma quando sono in vacanza, quali riferimenti di turismo tradizionale *made in Japan* possiedono?

L'albergo tradizionale giapponese è il *ryokan*; questa sembra una parola semplice, ma in realtà è difficilissimo pronunciare le tre sillabe *ryo*, *ka* e *n* con la giusta intonazione e la giusta lunghezza, uguale per tutte e tre. Non va comunque pronunciata o interpretata come una brutta espressione in dialetto veneto.

Nel tradizionale *ryokan* si trova la tradizionale stanza in stile giapponese, con tanto di *tatami* (stuoie di paglia) sul pavimento, *shoji* (paraventi scorrevoli di legno e carta) *futon* (materassi) un *kotatsu* (tavolino) riscaldato e un *terebijon setto* (TV, dall'inglese *television set*).

Gli schermi che separano una stanza dall'altra sono sottili come fogli di carta (visto che è proprio di carta che sono fatti) e si può ascoltare in ogni dettaglio – e in parte vedere – ciò che succede dall'altra parte. E viceversa.

All'esterno ci sarà un delizioso giardinetto in cui rilassarsi, specie dopo il *o-furo* (bagno) con addosso un tradizionale e sobrio *yukata* (tipica vestaglia) e la degustazione di *sake*, trovando che nella vita non manca nulla, tranne che per noi di un dizionario italiano-giapponese e giapponese-italiano e la comprensione dei principali *kanji* (i cosiddetti ideogrammi).

I *ryokan* sono molto costosi. Per risparmiare si può alloggiare in un *minsbuku*, piccolo 'albergo' a gestione familiare che offre cibo tradizionale e camere alla giapponese come sopra descritte per metà prezzo.

A giorno d'oggi sono sempre più diffusi e più economici i *Bijinesu Hosteru* (dall'inglese *Business Hotel*) che per poche migliaia di yen offrono tutti i comfort di cui ha bisogno un uomo d'affari giapponese medio che si ferma per una notte: un letto, una doccia, una camera pulita, una birra, una macchina distributrice di minestra calda con quattro tagliatelle dentro, e talvolta perfino una fornita videoteca di filmati erotici.

Ci sono, infine, gli altrettanto famosi "hotel-cuccetta", piccoli alveari allineati vicino alle stazioni, dove gli uomini d'affari che hanno perso l'ultimo treno a causa dei vari brindisi col *sake*, o che non hanno trovato posto in un hotel vero e proprio perché è un'ora troppo tarda, possono passare la notte in un loculo di due metri cubi, completo di lavabo in miniatura, televisione in miniatura e talvolta perfino una videoteca dell'erotismo in miniatura.

Un altro caratteristico albergo in Giappone tanto diffuso da essere quasi una istituzione e comunque un elemento di costume e società del tutto accettato e abituale è il cosiddetto *Rabu Hosteru*.

In Giappone si trovano dappertutto gli "hotel dell'amore" (chiamati, con la consueta mimica del inglese, *Rabu Hosteru*). Sono veri e propri alberghi a ore ufficiali, dove la discrezione è garantita e non si vede mai la faccia dei gestori: il denaro viene raccolto da mani senza volto, e tutte le porte hanno la chiusura controllata a distanza. Fuori città molti love hotel diventano love motel. In questo caso il gestore copre discretamente la targa dell'auto parcheggiata. Non si sa mai, la moglie potrebbe passare da quelle parti per caso, o semplicemente perché anche lei ha deciso di "riposarsi" un paio di ore.

Le camere possono essere semplici stanze d'albergo con un bel letto grande e morbido, alcuni specchi collocati in posizioni strategiche, una televisione con video che mettono i clienti nell'umore giusto, e un frigo pieno di accessori.

Oppure può trattarsi di strutture più sofisticate, in forma di tempio o di castello, con camere dotate di letti col materasso pieno d'acqua, telecamere per filmarsi e rivedersi con la moviola, e costumi e travestimenti di ogni tipo.

Sebbene la natura di queste istituzioni le faccia immaginare come sede eletta degli incontri tra capoufficio e segretaria, in realtà la stragrande maggioranza dei clienti è rappresentata da serene coppie sposate: il che è comprensibile, se si tiene conto, come si è descritto sopra, che la casa giapponese media ha pareti spesso mezzo centimetro e che dall'altra parte del 'muro' (che in realtà è un foglio di carta neanche troppo spesso) ci sono nonno, nonna e bambini.

Le coppie di turisti giapponesi ospiti negli alberghi in Italia normalmente invece chiedono o si aspettano i letti separati nelle camere a loro riservate. Questo tipo di richiesta è dovuto al fatto che nelle case tipiche giapponesi non esiste il letto matrimoniale ma due *futon* (il tipico letto basso giapponese, spesso costituito da un materasso-stuoia avvolgibile e collocabile durante il giorno all'interno di un armadio) di formato *single*, e pertanto non c'è l'abitudine di dormire in

letto matrimoniale.

Gli spazi e le dimensioni del privato hanno, oltre aspetti pratici legati alla particolare architettura e arredamenti giapponesi, una serie di valori e significati molto importanti per la consuetudine di questa società, e questo vale anche per l'interno dell'area di accoglienza e ospitalità alberghiera.

Il legame tra spazi domestici e direzioni, colori, elementi naturali e animali ed elementi zodiacali ha una importanza basilare come fondamento del sistema simbolico utilizzato nei riti, principalmente quelli legati alla dimensione spaziale e al territorio, e questo specie per la tradizione shintoista e per le correnti riconducibili alla sua tradizione, e insomma quindi a tutta la cultura giapponese. L'accurata delimitazione di aree in cui si condensa un particolare significato culturale non è limitata all'ambito religioso e non è soltanto compito dei riti shintoisti o buddisti sottolinearne le soglie e i passaggi. I segni di questi confini significativi sono presenti nei più vari aspetti della vita quotidiana, anche i più laici e apparentemente banali.

Nelle più diverse situazioni compaiono certi segnali che avvertono gli individui di un cambiamento di regole una volta oltrepassata una soglia con formalismi e modi di etichetta variabili. Anche l'occupazione di una camera d'albergo riguarda questi casi, con valori e implicazioni non sempre evidenti agli occidentali.

Ad esempio i sacerdoti shintoisti, abitualmente consultati prima di progettare la costruzione di una casa, non mancano mai di ricordare a proprietari, architetti e responsabili dell'impresa edile, di evitare una porta dei demoni, e qualsiasi altra apertura a nord-est, per il benessere dei futuri abitanti. Quello, d'altronde, è anche il lato più freddo. Il lato opposto, a sud-ovest, è carico di influenze positive e adatto per la porta di ingresso, ma è anche detto 'la porta sul retro del diavolo' e si ritiene negativa per le donne e questo forse deriva dal contrasto tra la natura *yin*, femminile, e la forza positiva di segno opposto, *yang*.

Di solito, poi, vi è l'abitudine di non dormire o mettere i cuscini del letto verso nord, perché secondo tradizione si dice porti sfortuna.

A sud-est, il primo lato della casa ad essere scaldato dal sole del mattino, d'inverno, è per tradizione consigliabile mettere la stanza di soggiorno. Sempre per tradizione è meglio che porte e aperture d'ogni tipo non siano in direzione dei quattro punti cardinali ma un po' sfalsate rispetto ad essi per evitare influssi troppo diretti.

La soglia tra spazio privato e spazio pubblico, se è importante per definire i confini di libertà di comportamento individuale e le aree di applicazione delle regole sociali, ha inoltre in Giappone un valore particolare poiché ciò che è esterno non è soltanto pubblico, ma conserva ancora, almeno in parte, il suo significato originale di 'sacro'.

Anche qui vi è un richiamo ai principi cardine della società e cultura giapponese più sotto descritti, *bonne* e *tatemaie*. Infatti la stanza d'albergo è la dimensione privata, anch'essa con equilibri e formalismi, mentre l'esterno è la dimensione pubblica, con a sua volta formalismi e equilibri da rispettare e osservare. In queste manifestazioni la ricerca di una armonia esteriore va di pari passo con l'affer-

mazione di un sistema condiviso di regole sociali, all'interno delle quali ogni azione trova il proprio posto, in una scala gerarchica sociale e di valori.

Lo spazio esterno può essere definito con *oyake* o *hare*, mentre quello privato e individuale *watakushi*, oppure *ke*. Attualmente ciò che è 'pubblico', esterno, è "all'occidentale", mentre ciò che è tradizionale rimane confinato nella sfera e dimensione abitativa privata. Se un Giapponese andasse al lavoro vestito in kimono sarebbe preso per un eccentrico (fatto gravissimo, visto il disfavore che si ha verso ciò che stona con l'uniformato e collettivo!), e lo stesso succederebbe se una madre mandasse il figlio a scuola nell'abito tradizionale. Tornati a casa, però, molti Giapponesi amano indossare un kimono leggero, lo *yukata*, mentre le donne indossano il kimono per uscire, specie per recarsi a cerimonie e incontri formali. La cucina giapponese conserva una posizione di predominio sia in casa che fuori, ma i pranzi ufficiali sono ora di preferenza 'alla francese'.

Le due dimensioni *hare* e *ke* si ripresentano sempre più spesso nella vita sociale, e riescono a distinguersi ancora meglio di quanto non avvenisse con le complicate regole di etichetta nelle case tradizionali, proprio grazie alle dimensioni degli appartamenti moderni che non consentono di invitare formalmente conoscenti colleghi o amici. Invitare a casa è diventato impossibile ed è così risolto il problema della salvaguardia del *ke*. Ci si incontra fuori, dove è disponibile una gamma molto ampia di soluzioni, dalle più semplici alle più formali. La soluzione più *hare* è, naturalmente secondo la logica nipponica, quella di lasciare a casa ciò che si ha di più *ke*, la moglie.

I paraventi nell'arredamento tradizionale sono anch'essi molto usati per segnare una divisione senza chiudere uno spazio. I più comuni sono quelli pieghevoli, che creano spazi interni in una stanza, segnano percorsi al cammino o semplicemente alla vista. I paraventi rigidi, decorati con un paesaggio naturale nel quale spesso compare una tigre, sono invece spesso posti di fronte alla porta di ingresso di una abitazione, che rimane aperta: aperta agli uomini, ma non agli spiriti malefici, che la tigre dovrebbe spaventare, né agli sguardi indiscreti o al malocchio lanciato da qualche sciamano di passaggio per la via.

Altra demarcazione tra lo spazio esterno e quello interno è lo *shikii*, lo sbalzo di livello che si trova all'ingresso delle case. Nelle abitazioni moderne la funzione dello *shikii* è obsoleta, ma uno sbalzo, anche appena accennato da pochi centimetri di dislivello, non manca mai.

Come già ricordato in un palazzo bisogna stare attenti perché la direzione nord-est è considerata la "porta del diavolo", da cui entrano gli spiriti cattivi. Perciò né porta né bagno devono essere costruiti verso la direzione nord-est.

Infatti anche la sala e vasca da bagno hanno una grande importanza nelle abitudini dei Giapponesi.

Non vi sarà mai Giapponese che non chieda che la camera d'albergo sia munita di vasca da bagno oltre alla doccia.

Fin dai tempi antichi i Giapponesi amavano mettersi a mollo in acqua calda in bagni pubblici, chiamati *senjo*, ossia bagni a pagamento. Insieme alla sporcizia venivano lavate le tensioni emotive e spirituali. Nel periodo Nara (710-790) i

bagni pubblici erano gestiti dai grandi templi. Ancora oggi esistono i bagni pubblici ma non all'interno dei templi, e sono ancora una istituzione e tradizione giapponese. Vent'anni fa sei milioni di Giapponesi li frequentavano ogni giorno. Oggi la metà. Per attirare clienti, i 9000 sento rimasti offrono altri servizi come lavanderie a gettone, sauna, supermercati e bar.

E a casa come è il bagno? Piccolo naturalmente. La moglie prima di andare a letto riempie d'acqua calda una vasca di dimensioni ridotte, ma più profonda rispetto a quelle occidentali, dove il marito, dopo essersi già insaponato lavato e sciacquato nella doccia, appoggia i glutei e si rilassa, con l'acqua fino al collo, scaricando le tensioni del giorno. La vasca da bagno e lo stare immersi per diverso tempo non ha dunque la funzione di lavarsi (in generale i Giapponesi sono tra le persone più dedite all'igiene personale) ma assume caratteristiche che potremmo definire quasi rituali.

Questo rituale è dovuto al fatto che vi sono zone termali nei pressi di quasi ogni città giapponese. E' il rovescio della medaglia della attività sismica. Insieme a terremoti e vulcani la natura ha regalato ai giapponesi decine di migliaia di pozze termali. In centinaia di casi città intere sono diventate un immenso bagno termale con decine o centinaia di piccoli e grandi alberghi con vasche minerali grandi e piccole. C'è molto shintoismo in questo culto per le acque termali in Giappone. C'è il lavaggio, lungo e ripetuto, e c'è il ritorno alla natura e la sporcizia interna ed esterna può essere lavata via con un buon bagno dopo essersi già insaponati e puliti in doccia. Per chi deve rimanere nelle metropoli c'è anche il bagno termale casalingo. Tavolette che si sciolgono nella vasca da bagno in pochi minuti e ricreano l'atmosfera delle terme e la condizione per una lunga sosta immersi nell'acqua fino al collo.

Se queste sono le principali caratteristiche delle concezioni degli spazi e delle divisioni degli ambienti interni, altrettanto elaborate e rilevanti sono le principali abitudini di etichetta di condotta sociale giapponese che vanno conosciute nel fornire loro un adeguato servizio di accoglienza e riguardo come ospiti di una struttura ricettiva alberghiera di livello internazionale.

In questi comportamenti predomina la ricerca di una armonia esteriore che va di pari passo con l'affermazione di un sistema condiviso di regole sociali, all'interno delle quali ogni azione trova il proprio posto, in una scala gerarchica sociale e di valori.

Una delle aspirazioni più alte dei Giapponesi è il desiderio di dipendenza. Uno dei concetti chiave della società nipponica è *amae*, dal verbo *amaeru*, "giocare a essere bambino", "comportarsi da bambino viziato". Ma non è un vizio, è il desiderio di essere amato e dipendere da qualcuno. Un concetto un po' freudiano ma che si estende ai rapporti di tutta la vita. Certamente, questo desiderio di dipendenza porta anche a una fragilità individuale. Ma in Giappone l'individuo è tale in quanto parte del gruppo. Se si comprende il concetto di *amae*, si comprende molto del Giappone e si capiscono anche altri concetti chiave del comportamento del tipico turista giapponese e come certi comportamenti non vengano assunti solo per avere aspetti macchiettistici che possono alimentare la figura stereo-

tipata del giapponese in visita in Italia. Una dimostrazione di questi riferimenti culturali è dato dal fatto che le coppie o i piccoli gruppi giapponesi che vogliono uscire dall'albergo per una libera passeggiata senza la comitiva e il tour leader chiedono alla reception e al servizio di customer care anche le più dettagliate informazioni su dove andare come girare dove fermarsi per acquisti, per mangiare, per fare soste, per visitare. Vorrebbero avere indicazioni con precisione millimetrica. Quasi quasi vorrebbero essere accompagnati maternamente a manina per sentirsi sicuri e protetti, ma forse capiscono che qui non è possibile. Il rapporto *on-giri* (pronuncia *ghiri*) è un altro dei fondamenti della società giapponese. Un obbligo reciproco. *On* è un debito morale. Un concetto che deriva dalla filosofia cinese e dalla società feudale giapponese. Dal concetto di *on* deriva il concetto di *giri* secondo il quale è necessario ripagare il favore ricevuto. Chi segue scrupolosamente questi obblighi sociali si chiama *ghiri-gatai hito*. Chi non li rispetta è *on shirazu*, colui che non conosce *on*, ossia uno dei peggiori insulti per un giapponese che, come già detto, non conosce espressioni offensive volgari. Può sembrare strano, ma il turista giapponese ritiene che venga ad esservi anche un rapporto *on-giri* anche col personale alberghiero, perché si sentono "affidati e protetti" da loro.

Attraverso questo elemento e quello della dualità di *bonne e tatemae* si può capire l'abilità a fondersi con il gruppo (di lavoro o di viaggio, anche se la situazione spaziale e temporale è diversa il comportamento-guida di fondo in realtà è sempre fondamentalmente identico), il concetto poco sviluppato di desiderio di individualità e di senso della privacy, l'avversione ai rapporti di affari circoscritti solo alla logica di un accordo o di una firma. Questa dipendenza dagli altri porta a un'aspettativa di tolleranza e pazienza da parte degli altri per la propria condotta. Ma contrariamente al concetto di dipendenza come viene pensato in Occidente, in Giappone *amae* ha un significato positivo, poiché porta a un senso di solidarietà in seno al gruppo. Una persona totalmente indipendente fino ad alcuni anni fa si riteneva portasse con sé una dose di arroganza e mancanza di socialità. Così almeno pensavano e continuano in generale a pensare i Giapponesi. In questi ultimi anni vi sono però alcuni cambiamenti.

Oggi non è raro vedere donne giapponesi, trentenni e single per scelta, che viaggiano per turismo e shopping, magari nei periodi dei saldi (tutte le riviste giapponesi dedicano grande risalto a queste notizie). Questo è un fenomeno relativamente recente in Giappone, dove queste trentenni sono definite *wagamama* (egoiste) in quanto rifiutano gli antichi valori, non desiderando matrimonio e figli, preferendo una vita 'da cicala', senza sacrifici e senza soprattutto, rinunciare alla propria realizzazione.

Fino a poco fa il limite di età per sposarsi era 25 anni per la donna. Oltre la fatidica soglia, c'era un certo senso di imbarazzo di fronte a colleghi di lavoro e amici. Ma le cose stanno cambiando. Nel 1970 solo il 18% delle donne fra i 25 e i 29 anni era ancora nubile. Una ventina d'anni dopo erano più che raddoppiate. E solo il 13% crede nella felicità matrimoniale. Perché se la prendono comoda? Innanzitutto non vogliono rinunciare al lavoro (che normalmente termina

con il matrimonio o la gravidanza) e alle comodità. La figlia di papà sta a casa e si mette in tasca un po' di soldini per viaggiare e fare shopping, soprattutto all'estero dove certi acquisti di articoli di moda sono a prezzi più convenienti.

Capita sempre più spesso di avere nelle città d'arte e negli alberghi e ristoranti la presenza delle *wagamama*, ma non sono quasi mai da sole: quando girano per turismo e shopping sono quasi sempre almeno in due-tre. Insomma sì trasgressive, ma nei limiti della visione di gruppo giapponese e nel visto senso di reciproca dipendenza.

Come quasi tutti sanno, la forza che sta dietro alla società giapponese è l'etica del gruppo: ogni decisione viene presa con il bene della collettività come obiettivo ultimo, e una volta che si sia concordata una strategia, nessuno la mette in discussione o se ne lamenta.

Nemawashi: è l'arte di costruire il consenso, un concetto che pervade tutti i campi della vita, dalla famiglia ai rapporti personali, al lavoro. Ciò permette di evitare conflitti, soprattutto in politica ed affari. Oltre a garantire una costante armonia nel gruppo ciò fa sì che nessuno si esponga più di tanto individualmente.

L'obiettivo dichiarato – lo stereotipo di riferimento, interno alla società – è quello di realizzare una relazione armonica tra le parti sociali: l'armonia, *wa*, è un'altra delle principali virtù confuciane.

La dimensione individuale non è assente, ma non è privilegiata e si costruisce a partire da un rapporto con altre persone, che rappresenta l'essenza dell'esperienza umana. Questo è il senso della frase di Confucio "*jen* (umanità) è *jen* (uomo)". Nella società giapponese contemporanea, similmente a quella feudale, è il gruppo di lavoro ad affermarsi innanzitutto. Chiunque abbia avuto contatti con dei Giapponesi avrà notato come, al momento di presentarsi, un individuo faccia precedere al proprio nome quello della società per cui lavora, porgendo immediatamente un biglietto da visita. L'identità individuale, come esprime questa moderna regola di etichetta, passa attraverso l'indicazione del gruppo di appartenenza, coerentemente al sistema di valori dominanti. Quanto al nome, l'uso di fare precedere il cognome al nome personale riflette un'altra più tradizionale indicazione di appartenenza a un gruppo, quella dipendente da un legame di consanguineità o affinità.

Spesso si sente dire che la gentilezza giapponese è tutta una questione di *honne* e *tatemae*, dove la prima parola descrive quello che veramente si pensa ma è la faccia intima e nascosta, la seconda quello che si dice o il modo in cui ci si comporta in pubblico. Questo fatto non è assolutamente traducibile con i nostri concetti di ipocrisia o falsità.

Quando parlate con i Giapponesi (ma questo vale in generale anche con i Cinesi, Coreani e Taiwanesi) conviene tener presenti queste umoristiche osservazioni (contenute nel libretto "Giapponesi", Ed. Sonda), molto spesso vere:

1. se dicono "sì" vuol dire "no"
2. se dicono "forse" probabilmente significa "sì"
3. se dicono "no" non sono Giapponesi

Il rispetto per le norme sociali è il comandamento in Giappone. E qui l'apparenza deve avere il sopravvento sulla realtà. *Honne* è la realtà profonda, *tatemae* è l'apparenza. *Honne* è sono i veri sentimenti, *tatemae* è la realtà ufficiale. *Honne* è espresso privatamente, *tatemae* in pubblico. Spesso è impossibile distinguere qual è uno e qual è l'altro, anche perché i comportamenti sono orientati dalla logica di ritenere doveroso sacrificare necessità personali e sentimenti per non scontrarsi con l'insieme di cui si fa parte.

Quando incontrate un giapponese dovete scambiarvi i biglietti da visita, che è bene che abbiate sempre a portata con voi.

Lo scopo del biglietto da visita per i Giapponesi è determinare lo status sociale degli interlocutori e per scoprire come si scrive il loro nome: l'unico altro modo di spiegarlo sarebbe disegnarlo invisibilmente con una mano sul palmo dell'altra, tecnica anch'essa molto usata, ma poco funzionale al telefono.

Nessuna stretta di mano quando due Giapponesi si incontrano per la prima volta. Un inchino e dopo pochi secondi le dita entrano nel taschino della giacca, o nel portafoglio ed escono con un *meishi*, il biglietto da visita. Si porge e si riceve con entrambe le mani, gentilmente, lo si legge con attenzione tenendolo fra il pollice e l'indice. Se le informazioni contenute fanno rivelare una persona di rango sociale più elevato dell'interlocutore, a quel punto l'inchino di quest'ultimo deve diventare più profondo. Il *meishi* è importantissimo, è considerato la carta di identità sociale di ogni Giapponese e serve a indicare la propria posizione e *status*. Senza *meishi* non si è nessuno. La dimensione del biglietto è normalmente standard, altrimenti diventa un problema infilarla nelle cartelline portabiglietti che possiede ogni giapponese che si rispetti. Un'eccezione è la donna che spesso ha un *meishi* leggermente più piccolo. Se ci si siede, mai riporre il bigliettino, ma tenerlo in evidenza sul tavolo. Tutto questo è cortesia e rispetto delle regole sociali. Il gesto di cercare il bigliettino deve partire dalla persona di rango inferiore, che dovrà offrirlo tenendolo con entrambe le mani e con la scritta rivolta verso chi riceve il bigliettino. Con un occidentale il rituale dell'inchino può essere ignorato, ma non quello del *meishi*. In queste occasioni per tutti (sia l'ospite giapponese che l'ospite occidentale) è opportuno che il biglietto da visita sia stampato da entrambi i lati, giapponese da una parte, caratteri latini dall'altro, e magari col proprio nome "tradotto e adattato" alla lingua dell'interlocutore (molti stranieri di Cina e Giappone fanno lo stesso, presentandosi come Mario o Luigi...).

Non si deve mai scambiare la loro rigida educazione per freddezza, perché in realtà sono generalmente persone estremamente sensibili ma per l'insegnamento tradizionale che hanno ricevuto considerano disdicevole esprimere manifestamente sentimenti "forti". I clienti giapponesi quindi si dimostreranno quasi sempre calmi e sorridenti e senza particolari gestualità "emotive". Attenzione: questo non significa necessariamente che siano contenti o indifferenti del servizio. Se lodano, non si deve per forza rispondere con un "Grazie" ma piuttosto sorridere con un leggero inchino in silenzio. Per un Giapponese si deve ricevere e dare senza arroganza. Se ci cade inavvertitamente un fazzoletto dalla tasca e

qualcuno lo raccoglie e ce lo restituisce, non dobbiamo ringraziare. Niente “*doomo arigato*”, molte grazie, bensì “*sumimasen*”, mi dispiace. Il Giappone è il Paese dove regna la cultura della vergogna, scrive la affermata antropologa Ruth Benedict nel suo famoso libro “il crisantemo e la spada”. Vergogna è la radice della virtù. Chi conosce la vergogna è una persona virtuosa, talvolta è considerato anche un uomo d'onore. Benedict distingue le diverse culture in “culture della colpa” e “culture della vergogna”. Il Giappone appartiene alla seconda categoria. Mentre la cultura della colpa crea di per sé standard assoluti di moralità, affidandosi allo sviluppo di una coscienza personale, nella cultura della vergogna una persona si sente colpita solo quando è colta nell'atto, anziché sentirsi in colpa in senso assoluto. Si chiama haji la vergogna dei Giapponesi. Una vergogna che richiede sanzioni esterne per poter essere lavata via. Il senso di appartenenza al gruppo è il motore della società giapponese. Se uno sbaglia, sbaglia l'intero gruppo e la scoperta di un errore è una vergogna non solo per l'individuo ma per l'intero gruppo. Da qui anche una delle origini del rituale del *seppuku* o *harakiri*, quest'ultimo un tempo riservato solo ai samurai: un atto di estremo coraggio che annulla in tutti i sensi l'individuo pensato per levare via la vergogna del medesimo che contaminava il proprio signore o il clan di riferimento. Difficilmente espliciteranno un reclamo, preferiranno manifestare un totale silenzio, accompagnato da una dura occhiata. Se non si è abili e accorti a questi segnali non nasceranno comunque aperte proteste o discussioni, cose altrettanto disdicevoli per i turisti giapponesi. Semplicemente si perde cliente e potenziale clientela.

Una manchevolezza è sempre una scortesia. Consiglio sempre, in ogni caso, di scusarsi dimostrando la propria afflizione per l'accaduto, poi chiamare anche il proprio superiore per far porgere anche le sue scuse, cercare di rimediare l'eventuale danno, ringraziare per avere fatto notare l'accaduto, e scusarsi ancora. Questo perché secondo la visione collettivista tipica giapponese la responsabilità di un cattivo servizio ricadrà su tutto il personale, e soprattutto sul capo. In Italia solitamente per episodi di cattivo servizio la colpa viene attribuita alla persona meno importante, mentre in Giappone avviene l'inverso, ossia è il capo a rispondere per tutti all'esterno, per poi fare ripagare la vergogna al responsabile. Un punto dolente è che non concedono mance. Ritengono, infatti, che non debba essere premiato un servizio...che dovrebbe essere sempre fatto bene! Se però l'interprete o il tour leader li avvisa che si tratta di una abitudine di cortesia italiana, la lasceranno senz'altro.

Come quasi tutti sanno, i giapponesi sono uno dei popoli più cortesi al mondo. Si rivolgono educatamente perfino al cibo e alle bevande: il riso è *go-ban* (onorevole riso), il the è *o-cha* (onorevole the) e il gabinetto è *o-toire* (onorevole toilette). Le parti intime delle donne sono anch'esse onorevoli. Quelle degli uomini no.

In giapponese non ci sono parolacce: è una lingua troppo raffinata per averne. Ne conseguono però soluzioni curiose quando, per esempio, vengono doppiati

gli sceneggiati polizieschi americani, con il loro gergo crudo e volgare: l'esclamazione "Shit!", tanto per dirne una, viene tradotta con "Yappari", che significa "Ciò nonostante".

Sembra infine che molti giapponesi trovino difficoltà ad interpretare esattamente il tono della voce dell'italiano perché spesso, specie se è associata alla mimica tipica degli italiani e alla distanza interpersonale ridotta rispetto alle loro abitudini, appare loro come un atteggiamento quasi aggressivo che può creare loro disagio, mentre il più delle volte per gli italiani tali comportamenti assumono aspetti "normali" ossia neutri o poco o nulla significativi in tal senso.

Il suono di molte parole giapponesi è simile all'italiano. Ma ovviamente non il significato. Quindi evitare di dire "cin cin" a un brindisi perché inneggiare al "pisellino", magari ad alta voce, può suscitare per lo meno ilarità, ma a volte imbarazzo o sentimento di offesa non manifestamente espresso. L'equivalente augurio per il brindisi si dice in realtà "kampai", che quindi non è un passato remoto di un verbo. Ma per i Giapponesi non c'è proprio nulla di strano a gridare "coccodè" (perché significa "qui"). E se qualcuno dice "checca" lasciateglielo dire (vuol dire "risultato"). E se qualcuno dice che l'ospite che arriva è una "cacca", siate particolarmente cortesi (arriva una "eccellenza"). Mentre se cortesemente si domanda "cago" non si vuole dimostrare di cominciare a conoscere espressioni colorite veneziane e non serve indicare la toilette (significa "cestino"). Se poi chiede "tegami" non ha fame e non vuole andare in cucina, ma è interessato a scrivere (significa "lettera").

PARTE V

Cinesi...

Una sintetica descrizione della cultura e del turista cinese non è cosa facile. Questo perché la popolazione cinese è la più numerosa del mondo, come è noto, e perché all'interno della medesima vi sono varietà e caratteristiche anche molto differenti a noi poco o nulla note, e vi sono stati in diversi periodi toni di derisione o diffidenza nei loro confronti: da sempre paventati come "pericolo giallo", negli anni Cinquanta i Cinesi sono diventati "le formiche blu", ancora oggi di tanto in tanto c'è chi agita lo spauracchio della "minaccia rossa".

Colori a parte, la popolazione cinese si trova attualmente protagonista di radicali cambiamenti sociali economici e culturali, non ultimo tra questi anche la possibilità e l'interesse a compiere turismo di affari e di piacere in Europa e in Italia. Tale realtà così varia e complessa è spesso stata ridotta a facili e superficiali stereotipi che aiutano poco o nulla la buona comunicazione interculturale e l'accoglienza.

Oggi in Cina ci sono almeno 60 milioni di persone con un reddito medio annuo superiore a 30 mila dollari (previsti dall'Enit 100 milioni di Cinesi in tali condizioni per il 2020), gente che può tranquillamente permettersi una vacanza in Italia e che nei prossimi anni aumenterà certo di numero.

Ora i Cinesi sono ancora come gli Statunitensi e i Giapponesi di qualche decennio fa: in due settimane vogliono vedere tutta l'Europa, ma secondo vari tour operators il mercato e modo di viaggiare cambierà anche grazie alla apertura in atto verso una semplificazione della concessione dei visti per turismo per l'Italia. In primo luogo vanno tenuti presenti alcuni punti da ricordare per evitare atteggiamenti o convinzioni poco o nulla positivi con riferimento alla clientela di nazionalità cinese:

1. i Cinesi hanno una storia e tradizione culturale millenaria che ha una propria specificità di usi e costumi che da sempre li ha portati a considerarsi ben distinti e non confondibili con altre civiltà o realtà sociopolitiche dell'estremo oriente. Confondere o ancor peggio affermare che tra Cinesi e Giapponesi non vi è differenza (può esserlo solo nelle apparenze agli occhi dell'occidentale) non suona affatto gradito sia ad un ospite cinese che giapponese. Analogamente sostenere che "sono la stessa gente" i cittadini della Repubblica Popolare Cinese e i Taiwanese risulta una affermazione ben poco apprezzata da entrambi, così come creare confusione tra essi e i Coreani e gli originari di Singapore;

2. i turisti cinesi che vengono nel nostro territorio spesso sono di origine geografica e sociale ben differente tra loro e diversa rispetto ai lavoratori immigrati cinesi presenti nel nostro territorio. Quasi tutti i Cinesi che vengono in Italia per risiedervi per lavoro o ricongiungimento familiare arrivano da un unico Distretto, Zhejiang, e soprattutto da un'unica città a sud di Shanghai che si chiama Wenzhou, con 7 milioni di abitanti e una vasta area rurale circostante: al riguardo significativo che il Comune e la Provincia di Prato, che ospitano una delle maggiori comunità cinesi in Italia, hanno fatto un gemellaggio con Wenzhou. I Cinesi provenienti dall'area Shanghai-Wenzhou sono presenti quasi esclusivamente nella sola Francia ed Italia (alcuni gruppi sono anche in California), mentre quelli che vivono in Inghilterra e Canada arrivano prevalentemente da Canton, Hong Kong ed altre città. I Cinesi immigrati in Italia provengono quindi quasi esclusivamente dal Sud del loro Paese, con legami tra grosse famiglie di commercianti, mentre chi viene in Italia è sempre più spesso l'ingegnere o l'informatico o l'uomo d'affari che proviene da regioni del centro-nord dove vi sono abitudini differenti e si parlano dialetti diversi e non sempre tra gli abitanti di queste diverse regioni si parla il *putonghua*, ossia la lingua veicolare ufficiale cinese, il cosiddetto mandarino. Pertanto, anche se si è buoni amici del vicino ristoratore cinese o si ha alle proprie dipendenze personale cinese non è detto che abbiano linguaggi e abitudini uguali ai vostri clienti e dunque non possono essere presi in termini assoluti come modelli culturali di riferimento o considerati rappresentativi dell'intera popolazione cinese;

3. l'immagine del cinese "piccolo piccolo, faccino color limone con occhi a mandorla e incapace a pronunciare la erre" se pur ha per gli ultimi due aspetti una base di dato reale negli anni ha creato uno stereotipo e predisposto ad avere nei loro confronti un atteggiamento misto di derisione e superiorità che può influire negativamente sul rapporto di cortesia e ospitalità nei loro riguardi. In realtà tra gli abitanti delle diverse regioni della Cina si incontrano variazioni somatiche paragonabili a quelle esistenti tra i popoli europei: con questo non si intende affermare che esistono milioni di Cinesi biondi con gli occhi azzurri, ma piuttosto che vi sono milioni di Cinesi alti e robusti, più o meno scuri di carnagione e con ovale del volto anche molto differente.

La civiltà cinese è una cultura plurimillenaria con codici di comportamento e tradizioni secolari anche molto elaborate e non facilmente comprensibili agli occidentali. Non è detto poi che per un cinese, che ha già di per sé una cultura di per sé molto ricca, l'incontro con quella italiana sia poi così interessante o appaia ai suoi occhi (a mandorla) come particolarmente evoluta o garbata.

E' particolarmente significativo e ben rappresentativo il fatto che in Cina l'ideogramma che rappresenta la parola e il concetto di "tradizione" è lo stesso che vale per il concetto di "buone maniere", in quanto per tale società i due elementi sono evidentemente strettamente collegati.

Da alcuni anni la Cina si è aperta al mercato mondiale e gradualmente la classe dei nuovi ricchi cinesi comincia ad essere una presenza nel turismo mondiale di

crescente peso. E' una presenza relativamente giovane e poco esperta rispetto ad esempio ai giapponesi, ancora in bilico tra modernità alla occidentale e legami alle "cinesità", e anche per questi motivi ancora poco conosciuta nella realtà dell'ospitalità alberghiera italiana.

I primi Cinesi "pionieri" del turismo in Europa una dozzina di anni fa frequentavano quasi obbligatoriamente prima di venire in Occidente un breve corso su comportamenti e abitudini "non cinesi" per essere in grado di assumere un comportamento educato e rispettoso per i costumi del Paese o continente che li stava per ospitare.

Tali corsi esistono ancora ma sono meno diffusi sia per la crescita dei contatti e dei media e sia per la esistenza di manuali sul tema spesso distribuiti dallo stesso tour operator cinese ai propri clienti-viaggiatori alcune settimane prima della partenza.

Tale preoccupazione non è solo dettata dal puro desiderio di assimilare usi sociali del Paese che si sta visitando per non offendere la società ospitante, ma è forse ancor di più determinata da un valore tradizionale sociale fondamentale per i Cinesi forse ancor di più di altri Paesi del Sud-Est Asiatico: quello di "perdere la faccia", ossia apparire inadeguato, fare una brutta figura di fronte agli altri (soprattutto agli altri Cinesi, beninteso), stonare rispetto alla armoniosa uniformità collettiva dei comportamenti. Queste società danno particolare valore alla immagine pubblica di una persona, e tale immagine viene negoziata e mutuamente protetta e attribuita da ciascun partecipante di un incontro o dialogo-confronto agli altri partecipanti in un gioco di equilibri e formali cortesie.

E' anche dovuto a tale motivo il fatto di considerare particolarmente positiva l'immagine della persona che controlla le proprie emozioni e sentimenti in pubblico, tale da evitare il più possibile l'acceso litigio o l'aperto confronto in pubblico e il mettere in evidenza in pubblico i difetti o errori sia propri e soprattutto quelli altrui.

Da parte dei turisti cinesi c'è a loro volta la attesa che pure il personale delle strutture turistiche europee abbiano fatto un simile training per venirsi reciprocamente incontro superando gap e barriere culturali.

Di certo non si aspettano che camerieri o personale di servizio europei parlino la loro lingua (quantomeno il cinese ufficiale, non uno dei loro innumerevoli dialetti locali) e ritengono sufficiente l'inglese, e questo perché la loro lingua è particolarmente difficile per toni e accenti e una corretta pronuncia può portare ad effetti imprevedibili.

Una volta un addetto alla réception si era appassionato ad imparare come autodidatta alcune frasi nelle varie lingue dei clienti leggendole nei phrasebooks o ascoltando i propri ospiti. Si era scritto in un foglietto la frase "buonasera, come sta?" in cinese e ha voluto così, con la intenzione di fare una gradita sorpresa ai propri nuovi clienti, salutare l'arrivo di un piccolo gruppo di cinesi.

Con un cortese sorriso ha detto la frase alla prima turista del gruppo che chiedeva la chiave della propria stanza. Questa, decisamente sorpresa e un po' a disagio

si è voltata verso la guida-accompagnatrice e ha domandato in inglese “Perché mi chiede qualcosa che non capisco sul colore delle scarpe di mia madre?”. Errore di toni e accenti. Simile aneddoto è stato raccontato anche da un affermato manager americano il quale una volta aveva imparato una frase per un brindisi in occasione di una cena d'affari con importanti clienti cinesi con la intenzione di fare bella figura, ma il risultato è stato anche quella volta una sorpresa generale. Invece di dire “La cena è stata davvero ottima generosa e abbondante e ringrazio i miei ospiti” sembra che abbia pronunciato la enigmatica frase “La sella dell'asino mangia molto ma saluta i padroni”. Probabilmente i commensali cinesi se la ricordano ancora e si chiedono cosa volesse dire, o immaginano che fosse una massima zen.

Se non hanno simili pretese linguistiche, spesso i cinesi negli anni passati avevano l'idea dell'hotel solo nello stile di grosso albergo-centro commerciale con vari intrattenimenti quali Casinò, sala giochi, dance hall, palestra sauna, cinema e botiques varie tutte all'interno dello stesso complesso, e di conseguenza erano delusi delle offerte che trovavano in Europa e si dimostravano poco sensibili alla qualità del servizio di assistenza e del personale. Attualmente le aspettative delle offerte di strutture turistiche sono cambiate anche per maggiore informazione e conoscenza delle varie proposte di strutture ricettive (v. anche l'intervista nel capitolo precedente), ma la passione per qualsiasi attività ludica d'azzardo continua ad attrarre i cinesi verso sale giochi e poker elettronici, ovunque si trovino. Scommettono su tutto: dalle partite sportive che seguono in televisione al bar al biliardo, dai cavalli alla roulette, dai dadi alle carte, dai cani alla borsa valori. “Nessun cinese in realtà “gioca” d'azzardo: è una faccenda troppo importante per considerarla un gioco. Oltretutto l'espressione ‘giocare’ implica l'idea di divertimento, e i Cinesi sono andati ben oltre lo stadio in cui il gioco serve a divertirsi: lo prendono molto sul serio, e puntano più di quanto possano permettersi di perdere. Naturalmente, tra un miliardo e duecento milioni di persone qualche vincitore ci sarà sempre e ciò non fa che incoraggiare gli altri a rischiare ancora di più. Molti vi diranno che loro non giocano d'azzardo. Siete autorizzati a non crederci: quello che vogliono dire è che, momentaneamente, hanno finito i soldi per giocare. Potete scommetterci” (da “Cinesi” di J. C. Yang, ed. Sonda).

Negli ultimi due anni il dato sulle presenze cinesi è passato dallo 0% al 3,5%, pur permanendo ancora per il momento il problema dei visti bilaterali tra Italia e Cina che permetterebbe un più facile ingresso per turismo nel nostro Paese, e che ora si sta cominciando ad avvicinare alla definizione positiva. Segnale comunque significativo.

Il mercato turistico cinese sarà uno dei più importanti e dinamici dei prossimi vent'anni specie per alcune caratteristiche diffuse tra le ultime generazioni di cinesi: la imprenditoria e la ricchezza di tale classe è in crescita costante, e per un cinese essere un taccagno è una contraddizione di termini: per loro il bello dell'essere ricchi è proprio poterlo fare vedere, potere spendere e spandere in situazioni e oggetti visibili come macchine cellulari vestiti serate in ristoranti e alberghi di qualità.

Ciononostante è poco diffusa tra i Cinesi l'abitudine di dare mance. Nel periodo del comunismo era perfino considerato maleducato e offensivo nei confronti del cameriere o aiutante dare una mancia e non ci si sentiva in dovere di esprimere ringraziamenti rivolti ai medesimi. Nei tempi più recenti anche tali atteggiamenti stanno cambiando e inizia ad essere sempre meno rara la tendenza di cinesi a concedere mance e ringraziamenti.

Oltre a tali cambiamenti in generale i Cinesi che ora arrivano negli alberghi risultano meno rigidi in diverse formalismi loro tipici, ma talune abitudini continuano ad esservi.

I Cinesi tradizionali salutano inchinandosi leggermente in avanti portando davanti al petto la mano sinistra stretta nel pugno della destra, in contrapposizione intenzionale con il saluto marziale giapponese, dove la mano destra sta stretta nel pugno della sinistra. Se si vuole fare il saluto all'orientale occorre dunque prudenza perché anche in questo caso si possono compiere gaffes facendo il saluto giapponese con un Cinese o viceversa, situazione poco gradita ad entrambi i gruppi asiatici.

Oggi, attenti ai nostri usi, gli uomini cinesi stringono la mano secondo la maniera occidentale, talvolta in modo estremamente debole perché non abituati e perché non sanno dosare il vigore della stretta di mano.

Anche per i Cinesi incontrarsi o fermarsi proprio sulla porta è causa di sfortuna e il non dare la precedenza a chi è considerato più importante risulta maleducato. Va quindi sempre data la precedenza al cliente cinese sulla porta o entrando o uscendo dall'ascensore.

Nei saluti amano molto esprimersi con lodi e una garbata falsa modestia ma non bisogna imitarli, perché per chi non è pratico di formali conversazioni con i Cinesi il confine con la apparente arroganza è estremamente sottile e debole (si può rischiare in questo delicato gioco di finire a ritrovarsi esprimersi con frasi del tipo "il mio è un umile albergo con più di 100 stanze con tutti i lussi, è segnalato in tutte le guide più esclusive ma non è degno della vostra presenza!", con effetti opposti a quelli immaginati o voluti).

Nella cortesia delle lodi è opportuno avere prudenza ed evitare eccessivi o aperti complimenti alla moglie o alla figlia e soprattutto ai bambini dei clienti cinesi perché considerato poco cortese o imbarazzante, essendo generalmente possibili tali manifestazioni solo tra familiari. In relazione ai bambini piccoli la discrezione è necessaria per il loro ruolo di effettivi e adorati "piccoli imperatori", situazione determinata più che dal film di Bertolucci o del passato delle grandi dinastie dalla politica del Figlio Unico cominciata dalla fine degli anni Settanta che ha avuto un relativo successo soprattutto nelle città (da dove peraltro provengono i ricchi). Se la politica continuerà, i Cinesi avranno inventato un nuovo tipo di società in cui non ci sono fratelli o sorelle, né zii e zie, né nipotini e nipotine; una società in cui gli unici parenti che un bambino conosce sono i genitori e due coppie di nonni che cercano di superarsi a vicenda nell'accontentare i suoi desideri. E allora si potrà pensare a un'ampia domanda di stanze triple (coppia giovane e bimbo) o singole speciali per i baby reucci del Celeste Impero.....

Un luogo comune abbastanza diffuso è quello che i Cinesi non amino il silenzio perché per loro significherebbe trovarsi in un ambiente non vivace o piacevole e quindi senza divertimento. Silenzio significa solitudine, significa che non c'è nessuno: se ci fosse qualcuno, è ovvio che ci sarebbe rumore.

In effetti l'espressione cinese che descrive il divertimento è "re-nao" che letteralmente significa "fa caldo e c'è un gran casino". Se c'è silenzio per definizione non ci si può divertire. Che vi sia in generale una certa assuefazione al rumore da parte del Paese più popoloso del mondo è comprensibile al pari della non accettazione della solitudine.

Attualmente comunque i gusti stanno cambiando e le classi benestanti apprezzano sempre di più gli ambienti tranquilli specie se ristoranti o sale di alberghi per cancellare un silenzio assoluto vi è un rilassante sottofondo di rumore di acqua che scorre dovuto a fontane o altre riproduzioni artificiali di tali suoni che rievocano elementi naturali e paesaggistici molto graditi sia a Cinesi che Giapponesi quali ruscelli o piccole cascate.

Un dato che invece non è semplice luogo comune è il fatto che praticamente tutti gli adulti cinesi fumano e con una certa assiduità. Va pertanto tenuto presente tale caratteristica per predisporre aree nella hall o nella sala colazione/ristorante in modo che non sorgano spiacevoli contrasti o proteste da parte di clienti che non amano il fumo passivo o convinti "antifumo" come ad esempio parecchi Statunitensi, anche precisando con cortesia e discrezione quali sono le aree dove è eventualmente consentito fumare o che non è dovunque permesso.

Generalmente sono piuttosto puntuali per gli arrivi le partenze e i pasti.

Solitamente inoltre apprezzano molto le dimensioni e le disposizioni degli spazi e arredi dell'albergo e della camera dove pernoveranno perché oltre a poter richiamare concetti del Feng Shui in termini più concreti e pratici questo risulta un ambiente ben diverso e più confortevole della loro abitazione.

"I Cinesi non dedicano troppa attenzione alla casa in cui vivono, probabilmente perché non possono permettersi di farlo. Le abitazioni sono quasi sempre inadeguate, la roba viene ammassata dappertutto e le persone riempiono lo spazio che resta. Gli amici si invitano al ristorante.

A Hong Kong, dove negli anni Cinquanta venne attuato un grande programma di edilizia popolare, si è scoperto che pochissimi tra gli inquilini che hanno fatto fortuna desideravano trasferirsi in abitazioni migliori; alla mobilità sociale non corrisponde quella residenziale. Uomini di affari in doppiopetto e auto lussuose continuano a vivere in appartamenti spartani, progettati originariamente come alloggi temporanei per i meno abbienti" (dal citato "Cinesi", p. 24)

Situazioni di possibili imbarazzi o di rischio di "perdere la faccia" sono legate molto spesso a abitudini di galateo a tavola o comportamenti che da noi sono considerati scorretti o sgradevoli. Ad esempio sono sconosciuti gli stuzzicadenti e anche i bambini sanno che è pessimo ed estremamente maleducato mettersi le dita in bocca. Allora è normale sputare sul piatto o per strada o in angoli di ambienti pubblici o privati.

“Sputare è un passatempo nazionale, e lo schiarimento mattutino della trachea è soltanto un allenamento per le attività più sofisticate che avranno luogo nel resto della giornata. I tubi respiratori vanno resi elastici e liberi da ostruzioni, per consentire di mirare con precisione al ricettacolo in attesa, o al punto esatto del marciapiede su cui qualcuno (preferibilmente uno straniero) sta per posare piede.” [...]” A *Xi-an* lungo le strade sono disponibili a brevi intervalli splendide sputacchiere smaltate bianche e blu, che permettono ai cittadini di tenersi in esercizio mentre vanno in giro per i propri affari. Di tanto in tanto un cartello li incoraggia a non sputare a caso. Il vero sportivo prende la mira”[...] (dal già citato “Cinesi”, pagg. 47-48)

Non usano nemmeno i fazzoletti, che considerano antigienici, soprattutto se rimessi in tasca dopo l’uso (ed è difficile in realtà dar loro torto).

“Qualche volta, per cambiare, anziché sputare ci si soffia il naso. Senza usare il fazzoletto. La procedura è un delicato gioco di dita, con stringimento e rilascio delle narici una per volta oppure insieme. Purtroppo molti non hanno ancora perfezionato quest’arte: e non solo il passante è a rischio per gli spruzzi emessi dal soffiatore inesperto, ma c’è anche il problema delle dita del colpevole, che da qualche parte vanno pure pulite. E’ probabile che lo *zhuang*, il comunissimo abito attillato cinese, sia stato disegnato eliminando ogni eccesso di stoffa proprio per evitare la tentazione che avrebbe fornito in questi momenti” (sempre dal già citato “Cinesi”, pag. 48).

Parallelamente, uno starnuto è per loro un gesto di grande maleducazione. Va il più possibile evitato assegnare ai ranghi o per occuparsi di un ospite cinese un cameriere col raffreddore.

Se a sua volta il turista cinese non ha bene letto il famoso vademecum sui comportamenti all’estero o non ha seguito uno dei brevi corsi sul tema nelle citate situazioni a nostro avviso sgradevoli e maleducate è d’obbligo la cortesia e diplomazia per spiegare la nostra non accettazione del comportamento ma soprattutto non fare perdere la faccia al cliente facendolo apparire come incivile o sgradito agli occhi di altri presenti specie se si tratta di un comportamento che per i medesimi magari non ha la stessa carica di disvalore.

PARTE VI

..Arabi..

La presenza turistica proveniente dai Paesi Arabi sta gradualmente aumentando e cambiando.

Un contatto e una conoscenza di tale società e cultura è complessa e allo stesso tempo più facile e più difficile di altre culture descritte in questo lavoro.

Può risultare più agevole e conoscibile rispetto alle altre perché da alcuni anni abbondano i libri, i documentari televisivi e gli articoli su riviste e giornali che studiano e descrivono questa particolare realtà tradizionale e culturale in termini di cronaca e attualità internazionale legati.

Parimenti l'approccio interculturale con tale clientela è più difficile da comprendere e apprezzare perché da alcuni anni abbondano i libri, i documentari televisivi e gli articoli su riviste e giornali perché che studiano e descrivono questa particolare realtà tradizionale e culturale in termini di cronaca e attualità internazionale legati.

L'immagine e la relativa percezione del "tipico arabo" rappresentata in tante occasioni può essere quantomai fuorviante in relazione al turismo proveniente dal mondo arabo.

Spesso ci si rappresenta come cliente arabo degli alberghi il ricco petroliere o lo sceicco in vacanza vestito con ampia e lunga tunica un caftano o un turbante, calzature alla Ali Babà, barba lunga e aria minacciosa e permalosa con al seguito mogli tutte velate e servitù,

Simili presenze sono in realtà estremamente rare.

Sono sempre più frequenti invece le presenze di turisti provenienti dal mondo arabo che sono professionisti (informatici, ingegneri, manager) laureati in università inglesi o americane, che parlano un brillante inglese e che vestono eleganti completi di stilisti di moda occidentali, spesso italiani.

Gli Arabi che visitano il nostro Paese considerano la città di Venezia e l'area veneta con un particolare riguardo per il ruolo storico che ha avuto nel passato di centro di contatti e dialogo tra diverse culture. Ad esempio molti non sanno che oltre alle storiche vicende di Lepanto Venezia ha pubblicato una delle prime versioni di edizione in libro moderno del Corano, e che nel Friuli esiste un cimitero islamico che sembra tra i più grandi e antichi dell'Europa, risalente all'impero Ottomano e che sta per fare parte del patrimonio artistico e storico tutelato come monumento.

Nella tradizione Araba, legata ad una secolare storia di una società di nomadi dei deserti e dei continui viaggi, la ospitalità genuina e calorosa è un fattore e un valore di enorme importanza. L'accoglienza e la ospitalità con stile e talvolta atteggiamenti che per un occidentale appaiono di ostentazione sono comportamenti ritenuti doverosi e necessari.

Si può dire che per loro un ospite è sacro, da accogliere con generosità e grande disponibilità, che spesso per lo sfarzo sorprende e mette a disagio gli occidentali invitati da un Arabo.

La ospitalità degli alberghi non può generalmente fare sempre altrettanto, ma va tenuto presente che la cura della accoglienza e l'onorare l'ospite con grande riguardo viene tenuto in grande considerazione dagli Arabi, e su tale aspetto si possono dimostrare piuttosto attenti ed esigenti.

La accoglienza può essere anche apprezzata per la cortesia e calorosità dei saluti di benvenuto, che deve manifestarsi con gentilezza e naturalezza e una maggiore cerimoniosità dei saluti, senza manifestare premura o imbarazzi.

In occasione dei saluti e dell'accoglienza amano dilungarsi lunghe conversazioni, anche perché amano conoscere le persone e i rapporti con le persone oltre il "prodotto-servizio" materiale dei beni offerti con l'ospitalità. Lo stesso solitamente succede nelle trattative e conclusioni di affari.

Nei saluti solitamente non è permessa alcuna forma di manifestazione pubblica di familiarità o di contatto tra uomini e donne. Se si riceve l'arrivo di una coppia araba, è generalmente preferibile salutare l'ospite con una calorosa stretta di mano all'uomo e un discreto inchino. Solo se è la donna, influenzata da abitudini meno tradizionali e più aperta ai costumi occidentali, a porgere la mano per una stretta di saluto, va salutata con la stretta di mano.

Circa la separazione e discrezione nei contatti tra estranei è frequente la richiesta che attività di servizi o interventi nelle camere (per colazione in camera, riparare una lampada, portare biancheria abiti dalla tintoria) dei clienti arabi venga svolta in assenza della donna ovvero quando non si trovi da sola nella camera.

La clientela araba in fatto di accoglienza e comunicazione interculturale è principalmente caratterizzata dalle abitudini legate ai precetti religiosi che caratterizzano tutta la vita del quotidiano. Orari, alimentazione, abbigliamento e feste e molti comportamenti sono legati alla tradizione musulmana. In particolare, secondo la generale tradizione musulmana (ma esistono correnti che propongono versioni diverse) si ritiene che il viaggiatore musulmano in forza dell'impegno del viaggio sia destinatario di prassi del tutto particolari. Ad esempio quando si è in viaggio non si è tenuto ad avere una rigida osservanza del tradizionale digiuno del Ramadam (al pari di un ammalato) o dei tempi e orari delle preghiere quotidiane. Tale breve paragrafo descrittivo va quindi integrato con la parte del capitolo dedicato alle religioni.

PARTE VII

...Russi...

Il primo Gennaio 1992 ha segnato la formale dissoluzione dell'Unione delle Repubbliche Socialiste Sovietiche (Urss) e il riconoscimento della sovranità e dell'indipendenza delle singole ex repubbliche. La più vasta di queste Repubbliche, a livello di estensione geografica e di popolazione, è la Federazione russa, più comunemente nota come Russia. Con un'estensione territoriale di più di 10 milioni di chilometri quadrati (più di trenta volte l'Italia, per intenderci) e una popolazione attualmente di circa 140 milioni di abitanti, la Russia dominava l'ex Unione Sovietica. Dopo che l'insieme delle Repubbliche è stato identificato per anni come una delle due superpotenze, risultava relativamente facile chiamarle con un nuovo nome: Comunità degli Stati Indipendenti. In realtà ogni Repubblica ha una propria identità, una propria cultura e una propria lingua che prevale sulle altre. Gli stranieri spesso non riescono ad apprezzare il significato delle differenze, soprattutto quelle più sottili. I Russi, ad esempio, vengono chiamati grandi russi per differenziarli dai loro vicini ucraini (quindi anche in questo caso non va pensato che lavoratori immigrati ucraini presenti nel nostro Paese e turisti russi per così dire '*doc*' "siano la stessa gente"), i *piccoli russi*, e bielorusi, i *russi bianchi*. Insieme le tre nazioni slave dell'Ukraina, della Bielorussia e della Russia costituiscono il 70 per cento della popolazione dell'ex Urss. Il Paese di cui ci occupiamo, è dunque vastissimo e vario e confina (non solo geograficamente, ma spesso anche culturalmente) con l'Estonia, la Lettonia, la Lituania, la Moldavia, la Turchia, la Georgia, l'Azerbaigian, il Kazakistan, la Mongolia e la Cina. La Federazione russa è un'entità bicontinentale. Oltre gli Urali, va dalla Siberia fino allo Stretto di Bering passando per la Transbaikia e la repubblica dei mongoli buriati. Nell'area "europea" comprende repubbliche di etnie come baschiri, cabardini, calmucchi, ceceni, ciuvasci, daghestani, mordvini, osseti, tartari, udmurti.

In realtà, a differenza del turismo cinese o indiano, che risulta particolarmente eterogeneo sia per regione di provenienza, gruppo etnico o tradizionale, pur essendo le popolazioni e la società russa estremamente varie sia per etnie, lingue, radici e tradizioni storico-culturali, il turismo russo attualmente si dimostra piuttosto omogeneo in quanto risulta provenire quasi esclusivamente dalla area moscovita e dalla zona di San Pietroburgo, quindi dalle due principali città più ricche, dinamiche e a maggiore contatto con il mondo occidentale.

Anche dalla fredda Russia cominciano ad arrivare sempre più numerosi clienti sia per viaggi d'affari o turismo in Sardegna, nelle località sciistiche alpine, nella riviera romagnola e nelle città d'arte del nostro Paese.

Analogamente alla Cina, anche tutta la Russia è in periodo di grandi cambiamenti, sociali e politici, che ha creato l'accumularsi di grandi ricchezze in mano a pochi. Questi "nuovi ricchi" amano ostentare esageratamente il proprio benessere, con abbigliamento firmato, orologi, auto di lusso, belle donne, ma non va sempre considerato snobismo o provincialismo. Anche il fatto che spesso si presentino con *bodyguards* e con borse piene di soldi in contanti non deve per forza significare che si è in presenza di una autorità o di un capo di losca organizzazione. In realtà in Russia non vi è ancora (ma si tratta ancora di aspettare qualche stagione) grande diffusione di carte di credito o assegni, non essendoci assolutamente affidabilità negli istituti di credito russi (e non si può dare loro completamente torto!), e per questo motivo molte persone girano con pacchi di banconote e guardie personali per proteggere il denaro.

Le descrizioni e impressioni dello spirito e della società russa risultano piuttosto vari e non sempre corrispondenti.

Dagli stranieri i Russi spesso sono stati stigmatizzati come persone serie ed inespresse, che in pubblico non tradiscono alcuna emozione. Hanno la fama di essere duri e stoici. Spesso questa durezza esteriore viene scambiata da chi visita il Paese per rude indifferenza e offensiva scortesia. Nella secca scontroosità dei militari e nei malinconici volti della folla dai mille impassibili sguardi, gli stranieri possono trovare la burbera e fredda impersonalità che si aspettano. I militari magari si sentono dei privilegiati perché hanno un certo accesso ai prodotti. Altre persone si mostrano sprezzanti, perché ciò le fa sentire meglio e altre ancora mostrano segni di stanchezza ed esasperazione per le lunghe code che sono costrette a fare per comprare anche i generi alimentari o beni di consumo più semplici.

Ma questo aspetto esteriore è *maskirovannoe*, una falsa facciata, a suo modo comunque ben diversa per origini e ragioni da *honme* e *tatema* visto per i Giapponesi. Il comportamento stereotipato fa parte della teatralità della cultura russa. Sotto la maschera c'è una nuda umanità che non potrebbe essere più reale. Secondo altri autori, i Russi tendono ad avere un forte senso della dignità e della compostezza. E in questo sarebbero simili agli irlandesi per ciò che riguarda le esigenze materiali, l'intensità spirituale e l'intensità dei rapporti interpersonali. Altri autori ancora osservano che sono maestri nell'arte della pazienza e della determinazione, consapevoli di non poter controllare nulla nella vita. Spiega Yale Richmond (1992): "A differenza degli americani, la maggior parte dei russi hanno vissuto, sino a tempi recenti, come vivevano i loro antenati – in piccoli villaggi distinti e isolati, con una limitata libertà di movimento e senza quelle comodità e quegli strumenti messi a disposizione dalla società moderna che consentirebbero un risparmio di lavoro" (p. 9).

I Russi sono poi da diversi autori considerati contraddittori in quanto allo stesso tempo si dimostrano pigri e lavoratori; vogliono soldi e li disprezzano. Vengono

ritratti come individui non interessati alla costruzione di un rapporto (Adler, 1991, pag. 180) e allo stesso tempo come persone “calorose e di grande aiuto” quando il nuovo rapporto ha preso forma (Richmond, 1992, p. 3). Sembrano volere il denaro più che volerlo guadagnare. Generalmente hanno poco rispetto per chi lavora duramente, eppure sono pronti a fare dei sacrifici. Per settant’anni è stata loro negata la libertà religiosa eppure possiedono ancora fede e speranza. Da quando, nel 1990, è stata approvata una legge che consente la libertà religiosa, molti Russi hanno rinnovato il loro interesse nei confronti dei valori tradizionali della Chiesa ortodossa. Nel 1991, per la prima volta nell’arco di più di settanta anni, il Natale ortodosso è stato proclamato festa nazionale.

Di questo argomento si vedrà più avanti nella parte dedicata alle abitudini e feste religiose.

I Russi secondo ancora alcuni altri autori, tendono a essere sognatori e pragmatici; attribuiscono un grande valore al lavoro degli scrittori, dei ballerini e degli artisti.

C’è un conflitto di ruoli tra la vita pubblica e quella privata. Nella vita pubblica i Russi appaiono cauti, circospetti a passivi; nella vita privata passano per essere onesti e diretti. Gli stranieri li descrivono come persone sofferenti, indisciplinate e stoiche, ma i Russi sono noti anche per essere allegri, generosi, ubbidienti e ospitali.

Per un autore (Gannon, in “Global-mente”, 1997 ed. Baldini Castoldi) il balletto russo, che ha qualcosa di ultraterreno, ben rappresenta la complessità della Russia e della sua tradizione: le grandi maniere della nobiltà e la delicata bellezza della sterminata campagna.

Forse questa immagine fluida e suscettibile di molte interpretazioni può meglio rappresentare i contraddittori aspetti di questa società..

Come i messicani tendono a usare la *fiesta* per sfuggire alla quotidianità della vita, i russi attribuiscono grande valore alla componente teatrale delle arti drammatiche. La fantasia culturale per eccellenza comprende una trama melodrammatica, uno scenario stravagante e costumi elaborati. La cultura russa, come il balletto nazionale, appare imprevedibile ed enigmatica. Ancora oggi in essa convivono l’emozione, la spiritualità e la pratica di sopravvivenza che si potevano trovare nella Russia di una volta. I gradi della gerarchia all’interno della società, il senso della teatralità, il realismo e l’anima russa che contraddistinguono il balletto costituiscono la specificità della cultura di questo popolo. (Gannon, opera citata).

L’emotività è considerata una qualità positiva e alcuni degli argomenti più convincenti per i Russi fanno appello all’elemento irrazionale dell’esistenza umana. Il senso della colpa fa pure parte della emotività “alla russa”. Forse anche per questo sentono una certa parentela culturale con la tradizione italiana. “Degli Italiani i Russi sospettano che siano un popolo approssimativo, indolente, poco incline a rispettare le leggi e a mantenere gli impegni. Di qui l’istintiva, naturale e profonda simpatia che hanno per noi. [...] Ammettono candidamente di essere pigri e poco inclini a programmare o a prevedere le conseguenze delle loro

azioni, come in altri popoli c'è un'abitudine nazionale a confidare in un "qualcosa" che alla fine agghijsterà tutto" (da "Russi" di E. Roberts, 1994, Ed. Sonda).

L'apparente contraddizione tra la teatralità e il realismo merita una considerazione nell'ambito dell'analisi di questa caratteristica della cultura russa. A un primo sguardo questi due principi sembrano contrapporsi. Siamo di fronte a una delle maggiori dicotomie della società russa. La teatralità produce un'atmosfera artificiosa, mentre il realismo è il rifiuto degli ideali visionari. Uno degli aspetti più sconcertanti della cultura russa è l'illusione della disparità.

L'anima russa è lo specchio di una distanza dalle altre culture che è stata mantenuta per secoli. L'idea che la distanza sia essenziale per la sopravvivenza rimane una caratteristica dei cittadini russi. I Russi vengono considerati un popolo autosufficiente, dotato di una volontà forte e pieno di risorse interiori.

Anche se dall'esterno può sembrare che i lunghi anni del regime zarista e il pugno di ferro del comunismo abbiano impedito di attingere a queste risorse, autori (Adler, Gannon) tranquillamente affermano che la perseveranza individuale e la creatività siano in realtà cresciute nonostante i regimi assolutisti.

L'anima russa è un inequivocabile energia che costringe lo scrittore, l'attore il pittore o il ballerino ad aspirare alla grandezza. Potente forza, essa ha dato forma all'opera profondamente introspettiva di Dostoevskij. I suoi libri hanno rivelato sino a che punto i Russi si sentono responsabili della sofferenza e del dolore del resto del mondo. Non appena entriamo nella vita personale di un Russo la compagnia e la conversazione diventano importanti. In mezzo agli amici e in famiglia i Russi diventano personaggi meravigliosi fluidi, pieni di emozioni, sempre pronti a condividere *humor* dispiaceri e confidenze di un romanzo di Lev Tolstoj (Gannon, p.197).

La qualità che i Russi stimano di più di ogni altra è il possesso di *dushà*, cioè anima. Chi dimostra di avere *dushà* ha il successo assicurato. Eltsin aveva *dushà* a bizzeffe, mentre Gorbaciov, bevitore di vodka assai più moderato, veniva considerato privo di *dushà*. Le persone che hanno *dushà* tendono a bere troppo, a piangere, a innamorarsi e a cascare dal ponte mentre tornano a casa dopo una serata con gli amici (e può essere facilissimo che succeda anche provando a ritornare in hotel in centro a Venezia, con tutti i ponti e canali che ci sono). Agli occhi russi tutte queste sono qualità molto rassicuranti.

Un altro elemento teatrale mutuato dal balletto è l'uso della *vranja*, o l'arte di bluffare. Il concetto di *vranja* è ottimamente reso dalla seguente affermazione: "Tu sai che sto mentendo e che io so che tu sai che io so, ma vado avanti con il volto impassibile e tu annuisci seriamente" Per la maggior parte dei Russi è notoriamente sgradevole riconoscere che qualcosa non abbia funzionato. La stessa esistenza di piaghe sociali è stata tenuta nascosta nel tentativo di mantenere l'immagine della superiorità russa.

Tra gli altri grandi valori apprezzati dai Russi ci sono inoltre la *posidelki*, ossia la capacità di socializzare sedendosi con gli amici in ambiente domestico a bere the e parlare di questioni fondamentali fino a tarda notte, e la *sobornost*, lo stare insieme agli altri specie nelle grandi occasioni di incontri con maree di persone.

La società russa ha senza alcun dubbio uno spiccato senso della collettività. Generalmente conoscono e osservano il galateo europeo. Ad esempio al ristorante non si tolgono la giacca, non fumano senza avere chiesto il permesso anche se generalmente anche loro sono incalliti fumatori. Inoltre in generale sono molto disposti a imparare gli usi e costumi italiani non tanto per gusto adulatorio o emulativo, ma per ammirazione e rispetto delle tradizioni e culture storiche. Uno dei maggiori insulti che potrete rivolgere a un Russo è tacciarlo di essere *nekulturni*, ossia incivile. Ovviamente ci possono essere le eccezioni ed avere a che fare con Russi estremamente scorteschi arroganti o maleducati.

La forma di saluto più comune sia per gli uomini che per le donne è l'abbraccio e pertanto non ci si deve stupire di questi gesti tra buoni conoscenti che si incontrano in alberghi e ristoranti all'estero. Agli sconosciuti invece i Russi stringono la mano, ma mai attraversando la soglia di casa o della loro temporanea dimora perché anche per questa gente tale fatto porta sfortuna. Gli amici intimi si baciano tre volte, analogamente ai Francesi. E' un mito da sfatare quello della abitudine nei saluti di baciarsi "alla contadina" come dicono i Russi, cioè sulla bocca tra semplici conoscenti e tra maschi. In realtà è sempre più raro che accada. Se il cliente insiste a volerlo fare con la graziosa direttrice o il cameriere, potete ben dubitare che si tratti di spontanea manifestazione di amichevole cortesia formale secondo la tradizione russa.

"Quando si salutano i Russi usano il solito repertorio europeo (buongiorno, buonasera salve) e la risposta convenzionale è un'alzata di spalle accompagnata da un conciso *Normalno* ("Tutto bene"). La parola *Normalno* è molto utile in russo; riassume tutto ciò che la gente russa desidererebbe: vivere una vita normale. Ci sono casi estremi: nell'Ottobre 1993 un giornalista straniero chiese a un giovane soldato come stesse andando l'assedio al Parlamento. Mentre una sventagliata di mitra costringeva entrambi a gettarsi a terra, il soldato alzò le spalle e rispose '*Normalno*' (dal già citato "Russi").

Va tenuto presente che nei saluti e nelle presentazioni i Russi hanno tre nomi: l'*imìa* o nome proprio, per esempio Ivan, l'*otcestvo* o patronimico, per esempio Ivanovic, e infine il *familia*, o cognome, per esempio Ivanov.

Per rendere un po' più complicate le cose molti dei nomi russi hanno una varietà di diminutivi e vezzeggiativi ma tutti immediatamente riconoscibili anche se possono creare confusione. In molti gruppi di turisti la moglie di Ivan lo chiamerà o potrà chiedervi di lui come Vanka o Vania, o il suo Nikolai può essere Kolia o Kolenka, Aleksandr può diventare Alik, Sasha, Shura o anche Sania. Poi nel gruppo ci può essere più di un Aleksandr, nel qual caso il più vecchio verrà chiamato "grande Sasha" e il più giovane "piccolo Sasha". I Russi sono disposti a tutto pur di evitare tra di loro di usare i propri cognomi, mentre di fronte a terze persone (ad esempio in albergo per chiedere di qualcuno) è la normalità presentarsi e riferirsi con essi: "Cerco *Gospodin Ivanov*", ossia il Signor Ivanov. Tali particolarità le sanno bene i disgraziati lettori dei grandi romanzi russi, continuamente costretti a ritornare indietro nel testo per controllare se Anatoli "Anatolevic Paskov" sia lo stesso personaggio chiamato altrove "zio Tolia" o

“mio caro Tolénka” o altro ancora. E’ un sistema illogico ma simpatico e ci vuole soltanto un po’ per abituarsi.

I clienti Russi di alberghi e ristoranti nel nostro Paese sono molto positivamente impressionati da un efficiente e cortese servizio e da una buona anche se semplice organizzazione di *customer care*. Questo è anche giustificato dal tipico servizio che era offerto fino a qualche anno fa in quasi tutti i ristoranti e alberghi russi che non erano riservati ai turisti occidentali. Prima di tutto bisognava riuscire a sedersi in uno di questi ristoranti e poi poteva facilmente capitare che il cameriere dicesse contro ogni evidenza “Siamo chiusi. E in ogni caso il cuoco è stanco”.

Inoltre il menu era imparentato molto vagamente con ciò che il locale era disposto veramente a servirvi. Capitava (e talvolta, alcuni dicono, succede ancora) che un cliente vedesse il cameriere portare una bistecca dall’aspetto splendido a un tavolo vicino e che domandasse di averne anche lui una, ricevendo come risposta “oggi niente bistecche”. E così via.

Qualcuno ha teorizzato che i camerieri russi devono essere partecipi di qualche progetto top secret che gli scienziati occidentali un giorno scopriranno.

L’intimità sembra essere, nella famiglia russa, più forte in qualsiasi luogo del mondo. Gli alloggi sono generalmente sovraffollati, con famiglie plurigenerazionali che vivono in spazi molto piccoli. Anche se la situazione sta cambiando, più famiglie allargate, vivono ancora ammassate nello stesso appartamento, esposte allo sguardo indagatore degli altri. I letti diventano, nel soggiorno, dei sofà e il bagno è in condivisione. La privacy domestica fino a poco fa era dunque una stranezza, e infatti non esiste alcuna parola in russo che definisca tale dimensione in termini positivi.

I Russi gradiscono quasi sempre avere il frigo-bar in camera fornito di un certo assortimento di alcolici e superalcolici, e tra questi preferibilmente, come si può bene immaginare, della vodka. Va tenuto presente che generalmente i Russi all’estero preferiscono però principalmente la vodka straniera anziché quella russa o eventualmente la russa di particolare qualità e di sola esportazione, in altre parole quella che non trova in Paese perché destinata solo al mercato estero o che costa circa una o due giornate di stipendio medio per un lavoratore russo.

Molti russi considerano la vodka un passatempo nazionale. L’ubriachezza viene accettata come espediente socialmente approvato di divertimento e fuga, che aiuta a fronteggiare anni di sofferenze e stenti. I russi rispettano l’esigenza della sbornia triste e cogitabonda e ammirano quella avvenuta in occasione di una particolare serata con numerosi amici specie se era per festeggiare un evento o un successo. Nella cultura russa c’è tenerezza e persino affetto da parte dei sobri per coloro che hanno peccato per eccessiva indulgenza verso se stessi. Tutti sembrano comprendere il bisogno di bere vodka. E probabilmente si immaginano che vi sia anche in altri paesi produttori di bevande alcoliche come l’Italia una simile condivisione di atteggiamenti.

PARTE VIII

... E indiani

L'India è un Paese che pullula di diversità: praticamente tutti gli scrittori la descrivono come una delle nazioni più eterogenee dal punto di vista geografico e culturale. E' per vastità di dimensioni la settima nazione del mondo e il suo territorio corrisponde a circa un terzo degli Stati Uniti. Con la sua popolazione di circa un miliardo di persone ha più abitanti dell'intera Africa e delle due Americhe messe insieme. A volte preda di fermenti e di divisioni interne, l'India è la democrazia più popolosa del mondo.

Dalle fortezze dei signori della droga presso la frontiera nord-occidentale alle giungle delle Tigri Tamil, dagli esclusivi cocktail e party di Bombay al tempio nel Kerala – lo Stato indiano più a Sud e con il più alto tasso di istruzione - della dea Para Sàkti, “colei che siede sul trono dei cinque cadaveri”, meglio nota come Kalì e per i suoi sanguinari seguaci di tempi passati, passando per le atmosfere dei mantra tibetani del Ladakh e fermandosi di fronte alle lunghe barbe dei Sikh ad Amristar nel ricco Punjab, o insaputamente parlando con un operatore dei call-centre internazionali creati a Bangalore, si è in India o a contatto con una delle tante varie realtà della società indiana.

Diversamente da Malesia, Corea del Sud, Singapore, Thailandia e Indonesia, che per le loro economie in crescita vertiginosa vengono chiamate “le Tigri del Sud-est asiatico”, l'India in molti giornali viene descritta come “la Tigre in gabbia”, ossia un Paese che deve ancora sfruttare il suo enorme potenziale, ma non ancora per troppo tempo perché ora con la rivoluzione informatica è su una buona strada per emergere.

L'India in realtà non è solo un Paese del Terzo Mondo colpito da povertà ineliminabile e da catastrofi naturali e umane, ma anche terra di ricchezze e splendori sia del passato che del presente. Tale contrasto si riflette nelle differenze di molte grandi città dove convivono progresso tecnologico e sviluppo economico (è altissimo il numero di informatici o ingegneri indiani e di sedi di imprese del settore delocalizzate in India) e povertà.

Bisogna pensare che esiste anche un'India lontana dagli stereotipi occidentali, ben diversa dalle immagini oleografiche a cui si affida lo sguardo del turista straniero alla ricerca del fascino dell'esotico o dei riti della spiritualità orientale, che esiste un'India diversa, in cui non c'è traccia di guru né di facili misticismi, e in cui la povertà e la miseria a volte drammatica ma consueta di metropoli

congestionate come Calcutta o Nuova Delhi non si trova in quanto è diffusa la vita dei piccoli villaggi caratterizzata da semplicità che richiede poche risorse e consumi.

E' stato calcolato che, fra il 1990 e il 1998, il reddito pro capite dell'India è cresciuto di circa sei volte

E' stato calcolato che nella popolosissima India esistono sì centinaia di milioni di persone che vivono sotto la soglia della povertà, ma che ci sono anche circa cinquanta milioni di persone con un reddito medio alto in termini economici degli standard europei, e già nel 1995 si calcolava che circa venti milioni fossero effettivamente miliardari e quattrocento milioni fossero in grado di acquistare l'essenziale per una famiglia di piccola borghesia indiana, ossia una spaventosa quantità di vestiti e utensili da cucina. Insomma, in India vi è un'intera Italia di ricchi o benestanti e quindi di potenziali turisti in Italia e in Europa. Un mercato non trascurabile. E comincia ad aumentare già da qualche anno la presenza di turisti indiani nelle città d'arte italiane, costituendo una delle recenti novità del panorama del turismo nell'era della globalizzazione.

Dunque l'India e il suo popolo non va visto come una semplice realtà lontana fatta di vestiti e colori particolari e altre immagini esotiche. Come direbbero molti indiani questo è maya, apparenza, e i contenuti e fattori culturali di questa società millenaria vanno ben oltre.

Mentre il ritmo degli scambi fra l'India e il mondo esterno accelera, sia all'interno del Paese che all'estero, ci si chiede sempre più spesso quale sia una definizione comprensibile di che cosa sia realmente l'India.

Rinunciando alla possibilità di poter mai trovare una definizione dell'India, nel 1945 lo scrittore Alex Aronson acutamente osservò che l'India era una civiltà, e "una civiltà è sempre un processo: non un essere ma un divenire".

Per duemila anni l'India è rimasta quasi completamente indù; ma nell'ultimo millennio la cultura di questa nazione è diventata una sintesi delle diverse influenze razziali, religiose e linguistiche, e lo stesso induismo ha subito molti cambiamenti a causa dell'impatto con le altre fedi.

Tuttavia per capire questo Paese occorre partire da questo tipo di tradizione. Essa ha infatti caratterizzato per secoli e continua a caratterizzare la società e la cultura indiana nei suoi vari aspetti della vita di contatti e relazioni che possono emergere anche in occasione del loro turismo in Italia e dell'interpretazione del servizio di ospitalità e accoglienza e dell'utilizzo degli spazi abitativi e dell'accoglienza e ospitalità.

La religione e la lingua uniscono e dividono gli abitanti dell'India molto più del loro retroterra etnico o geografico. Infatti sotto questo punto di vista dalle origini dravidiche e ariane del popolo indiano emergono storicamente e sostanzialmente due culture di base, col tempo radicatesi nell'area meridionale (la dravidica, le cui prime testimonianze risalgono al 3000 a.C. e ora comprende circa il 25% degli abitanti) e settentrionale (ariana, costituente oggi il 72% circa della popolazione) del subcontinente indiano. La distanza tra il Nord e il Sud dell'India, che la questione linguistica e di distribuzione delle risorse mette in

evidenza, ha effettivamente radici storiche che risalgono ad un lontano passato che lascia ancora oggi alcune tracce. Il Sud ha conosciuto quasi sempre periodi di calma e di relativa tranquillità, mentre il Nord ha subito ripetute invasioni, spesso su larga scala. Di conseguenza la cultura e tradizione del Nord è, ancora più di quella del Sud, il prodotto di un miscuglio di eredità culturali. Tra le influenze più significative troviamo quelle dovute alle invasioni musulmane, che iniziano circa nel 1000 d.C. Il risultato di queste invasioni è stata la continua distruzione della struttura amministrativa dell'India settentrionale, che fu spesso privata dei propri capi e scossa nella sua fede religiosa: i musulmani furono spietati con gli indù anche per il fatto di venerare un idolo o una immagine divina che va contro la fede islamica e gli invasori distrussero migliaia e migliaia di templi indù sostituendoli con delle moschee. Ai sudditi non musulmani veniva inoltre imposta una tassa discriminatoria e gli indù furono condannati a posti di lavoro di basso livello o alla disoccupazione, trasformandoli così in cittadini di seconda classe senza permettere loro di conoscere il lato migliore dell'Islam. Tali contrasti e rapporti di conflitto emergono ancora oggi con episodi scontri e rivalità locali tra i rispettivi seguaci.

A differenza del Nord del Paese, il Sud dell'India ha goduto quasi ininterrottamente di un regime stabile, costituito dal susseguirsi di regimi indù, sino al 1646, quando i musulmani riuscirono a unificare tutta l'India per un breve periodo dell'impero Moghul.

Tutto questo c'entra con l'ospitalità e accoglienza di turisti indiani negli alberghi italiani?

E' senz'altro buona cosa sapere almeno questi aspetti essenziali di tale cultura millenaria, anche per comprendere e distinguere i caratteri e le relazioni storiche e sociali tra i diversi indiani, specie se si hanno contatti sia con clienti turisti indiani e lavoratori dipendenti a loro volta provenienti dal subcontinente indiano (sul punto si veda anche più avanti negli ultimi capitoli).

Punti determinanti della società e tradizione indiana sono vari aspetti legati soprattutto alla religione e filosofia indiana, quali la idea della persona come soggetta a un ciclo di vite (reincarnazioni) con posizioni sociali determinate da azioni delle vite precedenti, la ricerca della via dell'equilibrio e della liberazione, l'osservanza e il rispetto delle tradizioni di famiglia e di costumi.

La dottrina della reincarnazione corrisponde a un fatto che ognuno di noi dovrebbe avere notato: il variare dell'età delle persone a prescindere dall'età del loro corpo. Vi sono alcuni individui che rimangono tutta la vita degli irresponsabili; degli egocentrici, delle persone inette e prive di autocontrollo; altri sono invece seri, affabili, e mostrano di avere autocontrollo e talento fin dalla giovinezza. Gli Indiani solitamente accettano tali situazioni ritenendo che è legato al ciclo della vita e al percorso dell'anima. Secondo la filosofia indù ogni persona nasce dotata di un inconscio altamente personalizzato, che è caratterizzato da un particolare amalgama di tre fondamentali qualità: sativa (chiarezza, luce), rajas (passione, desiderio) e mas (apatia, oscurità). La loro forza cambia da una persona all'altra, ma l'idea indù del destino implica un inconscio con un'innata tendenza

a lottare per raggiungere luce e chiarezza. Il fatto che una persona nasca in una particolare condizione di vita e possieda le tre qualità fondamentali congiunte in una combinazione particolare è la somma delle azioni giuste e sbagliate che la sua anima ha compiuto nei precedenti cicli di vita. Il ritmo dell'evoluzione dell'anima attraverso il ciclo infinito della nascita, della vita e della morte - ossia il karma proprio di ciascun individuo - dipende da ciò che essa ha fatto e deciso in ogni vita. Uno dei modi di ricostruire la mappa del proprio karma è quello di farsi leggere da un astrologo il tema natale, fatto che costituisce, nella società indiana, un'importante tradizione al pari della fiducia negli astrologi non traducibile in una mera credulità o superstizione come potrebbe ritenersi nella società occidentale.

Per gli indiani consultare le stelle per stabilire qual è il giorno migliore per le trattative per l'acquisto di una casa o per firmare un contratto importante, sposarsi, o anche per fare un viaggio di una certa importanza e le relative prenotazioni è un fatto di routine. Quando si venne a sapere che un astrologo aveva aiutato Nancy Reagan a decidere il proprio programma di lavoro gli Americani reagirono con grossolana derisione. Quando l'ex Primo Ministro Narasimha Rao rimandò la nomina dei membri del Governo perché un astrologo gli aveva detto che il giorno stabilito non era abbastanza favorevole, nessuno, in India, batté ciglio.

Anche per questo una persona può dilungarsi a parlare di filosofia, recarsi al tempio ogni giorno e fare delle offerte ai santi e ai poveri e poi indulgere in ogni vizio. Queste contraddizioni vengono risolte con il karma, che nella successiva reincarnazione premia o punisce l'individuo per le azioni buone o cattive accumulate nell'ultima vita.

Il cemento sociale dell'India è il senso del dharma (il dovere); esso tiene insieme individui e società. Ciò è tipico di una società collettivistica in cui tutti i membri dipendono gli uni dagli altri e hanno ruoli complementari. Il dharma è concettualmente più vasto dell'idea occidentale del dovere: include la totalità dell'armonia sociale, etica e spirituale e sembra che contribuisca in termini determinanti alla accettazione del rigido sistema delle caste e delle disparità. Tra le virtù tradizionali troviamo la capacità di condurre una vita generosa e altruista, la sincerità, la capacità di limitare la propria bramosia e il rispetto dei propri anziani. Questi principi si accordano con un'idea globale ed essenziale della giustizia. E' credenza generale che i conflitti sociali, l'oppressione e i tumulti non siano dovuti alle istituzioni sociali, ma alla non aderenza al dharma di coloro che occupano una posizione di potere al pari dei seguaci religiosi che in differenti epoche hanno tragicamente fatto ricorso alla violenza facendo apparire tale società in contraddizione con la filosofia che persegue e con l'atteggiamento di accettazione di tali fatti. Questo infatti non significa che la religione (e di conseguenza la società) indu' condoni la violenza, si tratta dell'opposto. Si evita di usare in tali casi i termini teologici di bene e male per preferire riferirsi a vidya (conoscenza), e avida (ignoranza) legati alla ricerca della via della salvezza (moksha) legata alla teoria delle reincarnazioni.

Un'altra dimensione sociale che pervade l'India è infatti la *varna*, o il sistema delle caste, oggi ufficialmente fuori legge ma ancora fonte di costanti tensioni e disparità. Basandosi sulla legge naturale secondo cui l'anima si incarna nell'ambiente che le si addice, gli indù danno per scontato che si appartenga per nascita a una certa casta. Nell'India antica le caste erano una sorta di corporazione, che indicava semplicemente l'attività di un uomo. Ma con il passare del tempo il concetto di casta in qualche modo degenerò, finché il mestiere di un uomo coincide con un immutabile fatto di nascita. La casta più bassa degli spazzini e dei raccoglitori di rifiuti veniva considerata come una maledizione che ammorbava le altre caste anche con la sola ombra. I suoi appartenenti venivano chiamati "intoccabili".

Nel 1890, quando la terribile crudeltà del sistema delle caste negava ancora un'educazione a milioni di indiani, il signore di Baroda, uno dei più vasti regni dell'India, liberalizzò l'istruzione di tutte le caste.

In realtà un atteggiamento di legame a tale sistema di società religione e vita degli individui non è ancora definitivamente scomparso e si fa sentire in numerose situazioni.

Sono quattro le caste principali che danno il loro specifico contributo alla società (gli uomini di religione; gli amministratori; i produttori, come gli artigiani specializzati o gli agricoltori; i fedeli o i lavoratori non specializzati).

All'interno di ogni gruppo o casta esistono numerosi *jati* ossia sottocaste che hanno un'influenza immediata nell'ambito dei rapporti sociali che la vita quotidiana comporta, compresi quelli di lavoro. Esistono circa tremila *jati* che si possono ulteriormente dividere in trentamila *sotto-jati*, dotati di codici non scritti che regolano i rapporti che intercorrono tra i medesimi. Come regola generale il cognome di una persona fornisce informazioni non soltanto sullo *jati* ma anche sulla regione di origine. Gupta, ad esempio, è un cognome che appartiene alla classe dei commercianti, anche se molti di loro si sono dati ad altre professioni, in particolare modo all'insegnamento. La maggior parte dei Gupta sono originari degli Stati settentrionali dell'Haryana, dell'Uttar Pradesh e del Bengala occidentale.

Talvolta tale sistema finisce per dividere la popolazione in modo complicato e curioso. Ad esempio, nello stato nord-occidentale del Bihar, la casta dei vasai è distinta in due sottocaste: quella degli artigiani che usano nel loro lavoro le ruote e quella degli artigiani che impiegano lastre di pietra. A loro volta, tali raggruppamenti sono ulteriormente suddivisi fra chi produce vasi neri e chi fabbrica vasi bianchi. Ci sono poi ulteriori distinzioni a seconda della varietà delle decorazioni aggiunte sul manufatto finale. Non si tratta poi di divisioni soltanto formali: due persone che appartengono a sottocaste differenti, infatti, non possono sposarsi fra loro e neppure mangiare alla stessa tavola.

In realtà al di fuori di queste caste esiste un quinto gruppo, quello degli intoccabili, i *paria*, che sono esclusi dalle attività più importanti della società e relegati a compiere quelle indesiderate e disprezzate in quanto impure. L'intoccabilità così come la conosciamo oggi viene spesso definita una perversione del sistema originario.

I valori, le credenze e i pregiudizi dello jati diventano parte del pensiero comune sociale e individuale e determinano anche la idea di dharma che si deve osservare in quanto consono alla posizione di casta rivestita da ciascuno.

Poiché in passato era semplicemente impossibile passare da una casta all'altra, le tensioni legate a eventuali ambizioni sociali erano scongiurate in partenza. Ciò si accorda perfettamente alla fede indù nell'armonia e del dharma e comporta anche il rifiuto di contatti con gli intoccabili da parte delle altre caste per l'idea di contaminazione inaccettabile. In realtà appare inaccettabile una così rigida visione della società e dei rapporti umani. In realtà un sistema simile di caste si era sviluppato anche in Giappone e, nonostante sia dichiarato fuorilegge, i suoi effetti durano ancora oggi, costringendo alcune categorie di soggetti e i propri discendenti solo ad alcuni lavori considerati dagli altri impuri come gli spazzini e i macellai e i becchini. Anche in paesi africani il sistema delle caste è diffuso, ma con caratteristiche più simili alle famiglie corporative che alla versione meno remota del sistema indiano.

La politicizzazione poi delle caste avvenuta in epoca moderna ha chiarito che il potere è più importante dello status.

Oggi più di duecento milioni di persone appartenenti alle caste più basse hanno il loro partito politico e sono significativamente rappresentati in altri partiti.

Ora con l'affirmative action promossa dal governo non è improbabile che una persona che appartiene a una casta superiore lavori per qualcuno che proviene da una classe inferiore.

Il principio gerarchico dell'organizzazione sociale ha comunque avuto un ruolo centrale nel conservatorismo della tradizione indiana. Tra i criteri dell'ordine vi sono l'età e il sesso. Gli anziani hanno più autorità formale dei giovani e, come abbiamo già riferito, gli uomini hanno molta più autorità delle donne. In molti casi le donne vengono escluse dall'esercizio delle funzioni sociali o dalla conversazione e sono tenute a coprirsi il capo di fronte agli anziani o agli ospiti adulti.

Le istituzioni indiane sono state segnate dall'esperienza coloniale che le ha burocratizzate e ha polarizzato il rapporto tra governanti (manager) e governati (lavoratori). Di conseguenza il direttore tende ad essere visto come un autocrate o colui che dà gli ordini. Anzi, deve essere tale. Come regola generale i manager americani sentono di avere il ruolo di colui che risolve e semplifica i problemi e tenta di coinvolgere i propri dipendenti nelle decisioni di routine, e così facendo il lavoratore indiano comincia ad avere dei dubbi sulla sua competenza e arriva a nutrire nei suoi confronti un certo disprezzo per la sua incapacità di dare ordini dall'alto e di mostrarsi autoritario e autocratico.

Nel caso degli alberghi e del servizio di accoglienza e ospitalità però bisogna fare attenzione a tali aspetti. Molti indiani infatti hanno sviluppato una forma mentis che consente loro di mettere da parte i pregiudizi sul posto di lavoro e di svolgere le varie attività sociali, una volta rientrati a casa, secondo le più rigide norme di casta. Unito alla propria famiglia in viaggio all'estero e ospitato in

albergo ben possono valere queste regole. E la famiglia, sia a casa che in viaggio, ha sempre un ruolo non marginale, anche nell'accoglienza negli alberghi.

I vincoli della vita domestica non sono in conflitto con la credenza indù della libertà raggiunta attraverso il distacco dalle preoccupazioni del mondo. L'amore nei confronti della famiglia non è semplicemente un fine in se stesso, ma una delle vie che conducono alla meta suprema della vita, la moksha.

La maggior parte degli indiani crescono in una famiglia allargata, una forma di organizzazione familiare in cui i fratelli continuano a vivere insieme anche dopo il matrimonio portando le loro mogli nella famiglia dei genitori, ovvero nella struttura di più case di cui essa si compone. La recente migrazione nelle città in cerca di opportunità economiche ha contribuito a indebolire molte tradizioni, compresa quella della famiglia allargata. In realtà tali abitudini non sono scomparse ma si sono modernizzate e comunque sono fortemente tradizionali tra più di 450 milioni di indiani che continuano a essere marginalmente modificate dall'industrializzazione. Anche se meno forti in alcuni settori della società, molti degli aspetti del ciclo della famiglia continuano ad essere importanti per tutti. Il desiderio di un figlio maschio e la preferenza dimostrata nei suoi confronti sono vecchi quanto la società indiana. Il figlio maschio garantisce la continuazione delle generazioni ed è colui che officerà gli ultimi riti alla morte del padre e della madre.

La figlia ha al contrario un'importanza trascurabile dal punto di vista dei riti. Costituisce di solito una spesa non ammortizzata, non contribuirà mai al reddito familiare e porterà via una parte consistente delle fortune della famiglia sotto forma di dote nuziale. Anche se è stata formalmente abolita, l'usanza della dote è ancora largamente diffusa, ma tra gli indiani più colti sta diventando comunque fuori moda.

I bambini in India sono considerati sacri, una manifestazione divina, ma allo stesso tempo, a parte il primo figlio maschio, i bambini piccoli non vengono considerati nella pratica creature straordinarie. Ciò viene consolidato dalla credenza della reincarnazione: poiché non si nasce una sola volta, la nascita di un bambino che non sia il primogenito maschio non viene considerata un evento speciale. Nel corso della storia la donna indiana ha sempre avuto un doppio status: da un lato viene considerata, in quanto moglie, colei che seduce il marito distraendolo dai suoi doveri professionali e spirituali, dall'altro, in quanto madre, viene venerata. Il matrimonio combinato è ancora, in India, la normalità. I matrimoni durano di solito tutta la vita, il divorzio è considerato dal punto di vista sociale disonorevole.

Nello scorso secolo comunque le donne indiane sono passate attraverso una rivoluzione sociale molto più radicale e di portata molto più vasta di quella che hanno affrontato gli uomini. Nel corso di questo processo hanno raggiunto posizioni di rilievo sia nella vita pubblica che in quella professionale. L'ascendente politico di Indira Gandhi è un esempio di come le donne possano essere tenute in grande considerazione da tutti gli Indiani.

“La famiglia indiana è ancora dunque uno dei tratti più marcati della società

indiana. Come la danza di Shiva chiama tutta la natura a rispondere al proprio ritmo, tutti i membri della famiglia sono chiamati a realizzare un ruolo dettato dalla tradizione (da Gannon, cit., p. 398).

Il passatempo favorito degli indiani è guardare un film, al cinema o affittando una videocassetta in uno dei negozi che sono sorti in tutto il Paese, e oggi l'India è bene ricordarlo è al secondo posto per la produzione cinematografica. I film più popolari sono quelli che trattano temi, immagini o simboli tradizionali della cultura indiana. I film si rivolgono a un pubblico così eterogeneo da trascendere le caste e i localismi.

Sembra quasi inutile dire che una televisione digitale o satellitare in camera è davvero apprezzata dal turista indiano, che sicuramente la utilizzerà per vedersi qualche film.

Talvolta alcune famiglie indiane in vacanza nelle città d'arte italiane hanno sorpreso gli albergatori per la insolita abitudine di volere cucinare nelle stanze d'albergo con forellini portatili alcuni tradizionali piatti indiani molto speziati e odorosi, creando qualche disagio tra gli altri clienti e i gestori, e questo è forse dovuto alla loro interpretazione "domestica" del soggiorno in albergo.

La visione della dimensione domestica per la tradizione indiana riflette in buona parte altri aspetti dei costumi e della società indiana, e può considerarsi quasi diametralmente opposta a quella tradizionale giapponese.

Non si confà infatti all'India il tranquillo contemplare lo smalto di un singolo vaso perfetto all'interno di una stanza per il resto vuota fatta eccezione di un tavolo basso e i uno o due futon arrotolati e messi in un angolo delle sottili pareti incolori o coperte da un discreto e non appariscente paravento.

"Gli Indiani mettono in mostra con orgoglio ciò che l'Occidente nasconde in soffitta per ritrovarlo nei momenti di nostalgia. Sulla parete di una casa indiana una miniatura del sedicesimo secolo di un maestro della corte moghul sarà appeso vicino a una foto di gruppo che ricorda l'incontro con un insignificante ufficiale inglese del tempo della dominazione britannica. Ed entrambe sbiadiranno nell'oscurità in contrasto con i colori violenti di un calendario indiano, con le sue immagini di sensuali divinità o di stelle cinema" di Bollywood, la Mecca del cinema indiano (da G. Mehta, "Il gioco delle scale e dei serpenti", 1998 Frassinelli, p. 163-164).

Se da una parte rende la dimensione domestica indiana interessante, dall'altra ne ammette la mancanza di fisionomia e la difficoltà a trasmettere un'identità definita nell'epoca attuale.

Nel modo di abitare indiano più tradizionale e ancora esistente in gran parte dell'area rurale, ed anche con meno frequenza nell'area urbana dei ceti medio-elevati, esiste ancora la regola della purdah, che letteralmente significa cortina, velo, e che prevede una serie di norme riguardo alla separazione dello spazio fisico e sociale degli uomini e donne e dei loro ruoli nello spazio domestico e non solo. Nella casa tradizionale dell'India rurale o di recente inurbamento ed espansione del Nord c'è (o, meglio dire, c'era, visto che sta scomparendo questo costume) infatti una separazione anche fisica degli spazi femminili e maschili, specie

se vi era vita domestica di un nucleo familiare allargato che comprendeva più generazioni con suocera nuore e cognati.

“La casa dell’indiano [medio] non è il suo castello non è né il suo castello, né la scena allestita dal suo arredatore. E’ stratificata per necessità. Così i visitatori dell’India si abitueranno alle stanze dai soffitti alti nei quali sono ancora fissati gli anelli di ferro di un altro secolo. Da quegli anelli una volta pendevano pesanti tende, e alle tende erano attaccate delle corde che passavano nelle stanze vicine, dove i fanciulli le tiravano per fare muovere l’aria estiva. Oggi, fra gli anelli pende un ventilatore dalle ampie pale di legno, dove ormai fanno il nido i passeri, perché il rumoroso condizionatore, ficcato in un angolo scomodo sotto la finestra intagliata, ha da lungo tempo reso obsoleti sia gli anelli di ferro sia i ventilatori di legno. Se la casa indiana possiede un’estetica, questa è il caos, che la consente di accogliere influenze regionali che divergono quanto la Spagna dalla Scandinavia, vale a dire le influenze europee derivate dal lungo dominio dell’impero britannico, e le influenze islamiche dovute a otto secoli di dominazione musulmana. [...] Sopra la porta, magari pseudopalladiana, è appesa una ghirlanda di foglie sacre di basilico e di fiori di calendula a protezione della casa, e sopra un architrave per niente indiano trova posto, in equilibrio precario, un’immagine di Ganesh, il dio tutelare dalla testa di elefante.

All’interno delle stanze, se è primavera vengono usati tappeti di cotone, cui vengono sovrapposti tappeti di lana o di seta con motivi persiani d’inverno. Gli uni e gli altri vengono rimossi durante la calura estiva e lasciano scoperti i pavimenti di marmo o di pietra. La grande attenzione al pavimento è inevitabile in una cultura abituata a far togliere le scarpe prima di entrare in una stanza. E sui tappeti c’è una varietà incredibile di mobili, dalle piattaforme ricoperte di cuscini sulle quali gli indiani abitualmente si adagiano, ai divani vittoriani e alle sedie sulle quali gli inglesi una volta sedevano impettiti, ai pezzi art déco e art nouveau che risalgono al tempo in cui gli indiani ballavano il tango.

Corridoi chiusi e cortili circondati da muri indicano l’influenza islamica che vuole le donne segregate, e nella sala da pranzo – un concetto tutto inglese – vassoi d’argento e di rame, recipienti individuali per il cibo, come dettano le regole di casta indù, stanno in felice combinazione con un assortimento di ceramiche europee.

Fu il più grande regista indiano a sintetizzare bene tutto ciò. Satyajit Ray una volta disse che gli Indiani avevano un’infinita tolleranza per la decadenza. Certamente nelle case elementi di una bellezza da infarto coesistono con esempi di orrore altrettanto da infarto. Ma mentre combinazioni così stridenti angosciano il visitatore, sembrano lasciare i locali curiosamente indifferenti.

Forse perché l’Indiano considera la sua casa come un luogo in cui vivere che come un’opera d’arte [, eventualmente riservata solo ai grandi palazzi imperiali e dei marajah]. L’arte, se mai ne esiste una in India, si suppone sia l’arte di vivere” (da G. Mihta, cit., pagg. 165-167)

PARTE IX

Quando il cliente è (devoto al) sacro, ovvero le religioni e il turismo alberghiero

Quando il cliente è (devoto al) sacro, ovvero le religioni e il turismo alberghiero

Se un gruppo di dieci persone fosse scelto per rappresentare le comunità religiose del mondo, tre si identificherebbero come cristiani, due come musulmani, due sarebbero atei (oppure non appartenenti a nessuna confessione), uno indù, uno buddhista ed un altro rappresenterebbe ogni altro gruppo religioso, incluse le diverse religioni popolari, le tradizioni tribali o sciamaniche e anche l'ebraismo (fonte: Enciclopedia Britannica).

Questo anche perché ci troviamo in un'epoca nella quale il mondo religioso sta sempre più vivendo nel quotidiano una fase di "deprivatizzazione", ossia di superamento di quei confini non solo geopolitici ma soprattutto domestici o interni ai luoghi di culto (sul tema senz'altro attuale posso menzionare l'interessante libro "Oltre la secolarizzazione- Le religioni alla riconquista della sfera pubblica" di J.Casanova, ed. it. Il Mulino 2000).

Una domanda, anche per evitare equivoci e malintesi, mi sembra più che lecita: agli esordi del terzo millennio, in costanza di una sempre maggiore informazione e di un crescente contrasto tra modernità e interesse per nuove e antiche forme di forme di spiritualità, quando è che si può dire di essere a contatto con la sfera religiosa individuale e collettiva di chi ci troviamo vicino e cosa può essere inteso oggi come "religione"?

Il problema della definizione del religioso non ha trovato risposte assolute e definitive, sia in passato che oggi nell'epoca della globalizzazione e delle società delle conoscenze.

Nel presente lavoro si segue per quanto possibile la definizione sociologica classica presentata da E. Durkheim secondo la quale la religione è "un sistema solidale di credenze e di pratiche relative a cose sacre, ossia separate e interdette, le quali uniscono in un'unica comunità morale, chiamata chiesa, tutti quelli che vi aderiscono".

"Eliminando il termine etnocentrico 'Chiesa' otteniamo una definizione pratica che si orienta verso le quattro maggiori componenti sociologiche. La religione, dunque, consiste di credenze, di pratiche (rituali), il sacro e le comunità e un'organizzazione sociale di persone che sono unite da una tradizione religiosa.[...] I credi di una tradizione religiosa non sono mai isolati, né l'uno dall'altro né dalla vita della comunità nella quale essi trovano espressione. Ogni religione è parte anche della cultura di un popolo; in società con una differenziazione istituziona-

le minima, religione e cultura risultano spesso coincidenti. Le società eterogenee con comunità religiose multiple svilupperanno una cultura in cui la religione (ed anche tutte le religioni rappresentate nella società) ne costituisce solo una parte, specialmente quando è presente uno stato laico. Le "verità" fondamentali che esse contengono sono ricordate e rinforzate costantemente in pratiche rituali che sostengono anche l'ordine sociale. I rituali comprendono celebrazioni religiose, riti di passaggio (come nascite, matrimoni e funerali) e simili, che tengono uniti il mondo spirituale e quello materiale" (da "Le religioni nell'era della globalizzazione" di Lester R. Kurtz, ed. Il Mulino 2000, pag 24).

Anche se l'albergo non è appropriatamente un luogo di culto religioso nel senso tradizionale, il non conoscere e mostrarsi indifferenti riguardo le religioni diverse dalla nostra e osservate dai clienti degli alberghi italiani sarebbe come ignorare e non conoscere l'identità, il senso di appartenenza ad una data cultura, mancando quindi di offrire il dovuto rispetto verso il cliente.

Sulle varie religioni si è già scritto molto, e spesso notizie di cronaca o descrizioni superficiali creano errate idee in merito a certe religioni. Ne esistono numerose, alcune storiche con milioni di fedeli, alcune più recenti con numeri non elevati o imprecisati e non sempre pacificamente definibili come "religioni" secondo i criteri sopra accennati.

Nel cominciare ad esaminare poi questi argomenti oltre alla definizione di 'religione' sopra esposta mi sono posto la seguente ulteriore domanda: che cosa sono i nuovi movimenti religiosi, altrimenti in certi casi anche chiamati sette?

Attualmente è veramente difficile definire questi fenomeni in modo chiaro ed univoco, ma ciononostante propongo le seguenti possibilità:

Setta: (latino, secta, derivato dal verbo *segi*, "seguire"), termine che attualmente ha assunto una connotazione prevalentemente negativa e che viene impiegato dalle confessioni maggiori per definire dalla loro prospettiva comunità religiose che, nella dottrina e nei riti, deviano da esse. Le cosiddette "sette" rifiutano tale attribuzione e si definiscono associazioni, comunità, società, assemblee o Chiese. Esistono sette in tutte le religioni: si tratta di scissioni da una religione madre, come nel caso del Cristianesimo e dell' Islam, oppure di singole sette che si uniscono per formare una religione maggiore (come succede nell' Induismo).

E' possibile riunire le sette in quattro gruppi:

1. Revival (movimenti di risveglio). Es.: L'esercito della salvezza.
2. Utopistiche. Es.: I bambini di Dio, Testimoni di Geova.
3. Guaritrici (scientifiche). Es.: Scientology.
4. Orientali. Es.: Meditazione trascendentale.

La concezione classica di setta si deve al sociologo Max Weber, che operò una distinzione tra "setta" e "Chiesa". Nel corso del tempo tuttavia i contrasti un tempo acuti si sono smussati; le sette hanno sviluppato un'organizzazione analoga a quella delle Chiese e sono divenute "libere Chiese" socialmente rispettabili. Negli U.S.A., cui Max Weber faceva specifico riferimento, il contrasto fra Chiesa e setta è stato concettualmente annullato: oggi si parla indifferentemente di "confessioni".

Le sette si ripropongono, in linea di massima, di far rivivere e di portare a compimento l'essenza più pura della religione di partenza. Le sette cristiane, nella maggior parte dei casi, danno rilievo a componenti specifiche del messaggio cristiano ed enfatizzano lo spirito comunitario, la devozione individuale e aspetti etici, ponendosi, talvolta, in contrasto con Stato e Chiesa. Le sette rivendicano il monopolio della salvezza dell'anima e si oppongono all'ecumenismo delle Chiese cristiane e delle Religioni maggioritarie; esercitano una severa critica alle Chiese maggiori e praticano talvolta con eccessivo accanimento l'opera di evangelizzazione o proselitismo. Le sette hanno un'organizzazione gerarchica ben definita; la loro dottrina deve essere accettata senza obiezioni. Presso alcune di esse esistono strumenti di controllo per verificare se la condotta di vita dei seguaci sia realmente conforme alle regole. Non mancano comunque forme intermedie tra sette e comunità religiose (in particolare quelle provenienti dall'Asia orientale descritte più avanti) dove queste forme di organizzazione e di vita sia interna che esterna all'insieme degli aderenti è più 'morbida' e riservata.

I confini tra queste espressioni non sono dunque sempre ben definiti e percepibili.

Quando ho cominciato ad occuparmi dello studio dei problemi dell'osservanza delle diverse religioni in occasione di una analisi di quelle professate dai lavoratori immigrati nell'ambiente di lavoro alberghiero, la situazione generale era diversa rispetto a quella odierna ed in particolare creata dall'autunno 2001.

Se prima vi era una certa disinformazione, talvolta in parte compensata da qualche occasionale conoscenza di pratiche religiose, dovuta il più delle volte a curiosità per costumi di vita esotici, o isolati casi di richieste di singoli lavoratori, ora vi è un continuo e quasi frastornante bombardamento di informazioni dei media su certe religioni, in particolare quella musulmana.

La causa principale non è quella della crescente presenza nella nostra società e negli ambienti di lavoro di individui, stranieri e non, che osservano religioni differenti da quella cristiana.

Il principale motivo, come è noto, è dato da attuali situazioni di crisi internazionali, e di recente a livello italiano dal discutibile "caso" del crocifisso nelle scuole materne.

L'effetto che a mio avviso può comportare tale opera dei media in relazione ai rapporti interpersonali negli ambienti di lavoro quali quello alberghiero può essere duplice.

Da un lato tutto questo spazio dedicato alla pratica della religione musulmana secondo certe modalità in uso in particolari aree del mondo comporta il pericolo di determinare una percezione non corretta di cosa significhi ed implichi essere musulmano.

Vi è infatti il rischio tutt'altro che remoto di identificare erroneamente tutti i credenti nell'Islam con questi soggetti che praticano o impongono il praticare tale credo con modi non condivisibili o non compatibili secondo i nostri valori e la nostra società, mentre in realtà il mondo religioso musulmano è variamente articolato per abitudini tradizioni e rigidità dell'osservanza, e storicamente

orientato verso la reciproca tolleranza.

Un altro aspetto a mio avviso controproducente di tale bombardamento mediatico è quello di richiamare l'attenzione esclusivamente verso tale religione, senza compiere le opportune differenze esistenti all'interno della stessa, creando così stereotipi e pregiudizi e allarmismi non giustificati, ed infine indurre i responsabili del servizio alberghiero a ritenere come 'preoccupante' questa religione nelle relazioni e cortesie coi clienti, ignorando così completamente o quasi le possibili esigenze o gli eventuali divieti presenti in altre religioni forse più seguite da altri ospiti nei nostri alberghi, parimenti meritevoli di rispetto e attenzione.

Se ci si propone un atteggiamento veramente politically correct in riferimento alle religioni è preferibile tenere in considerazione quantomeno tutte quelle principali per carattere storico e diffusione mondiale e trovare possibili soluzioni che vengano incontro ad eventuali irrinunciabili esigenze senza compromettere l'organizzazione dello svolgimento dell'attività del servizio di accoglienza alberghiero.

Il dimostrarsi sensibili e rispettosi verso le altrui pratiche religiose è mai come ora un elemento che segna un differente livello di apertura mentale ed abilità nel superare le possibili cause di discriminazioni e di tensioni.

Nel seguito di questo capitolo non mi propongo di spiegare ed analizzare a fondo ed in modo esauriente la genesi e la fenomenologia caratteristica di tutte le correnti e comunità religiose esistenti nel nostro territorio, argomenti meglio descritti in enciclopedie o studi specifici. Ad esempio qui non si troverà esaminato l'interessante "culto degli angeli" nelle tre forme ancora esistenti (Yarsanismo, Alevismo, Yezidismo) e praticate da numerosi kurdi, e tantomeno nuove correnti religiose come Hare Krishna, La Famiglia Unita, I Bambini di Dio, senza per questo volere intendere dire che non sono degne di interesse o che si vuole trascurarle.

In questa sede mi limito a segnalare una semplice casistica, senza pretesa di completezza, riguardante il come le più diffuse religioni o confessioni in certi aspetti o momenti possano incidere sulla pratica dell'ospitalità alberghiera e come possano essere considerate o trattate certe questioni anche riportando esperienze avvenute in altri Paesi europei.

Prima di compiere queste brevi considerazioni posso qui aggiungere alcune osservazioni di carattere generale che risultano piuttosto frequenti.

È errato identificare a priori l'appartenenza religiosa di uno straniero ed il grado di pratica dello stesso solo in relazione al tipo di culto osservato dalla maggioranza della popolazione del Paese d'origine di questi.

L'Italia, specie in occasione del Giubileo, si è dimostrato un Paese in grado di richiamare cristiani provenienti da ogni parte del Mondo, anche da Paesi dove il cattolicesimo è presente in bassissima percentuale. Talvolta la scelta del nostro Paese come meta del proprio viaggio di visita può anche esser dovuta al fatto di ospitare il cuore del cattolicesimo.

È errato pure ritenere che persone appartenenti a Paesi dove siano presenti forme particolari di fanatismo o di estremismo religioso e di rifiuto al dialogo interculturale, magari particolarmente messo in evidenza dai media, a loro volta aderiscano a queste. Un ulteriore motivo per evitare simile linea di condotta è del tutto analogo a quello esposto qui sotto.

È errato sostenere che non meritano alcun riconoscimento e rispetto verso stranieri appartenenti a Paesi nei quali non vi sia un regime di reciprocità nei confronti della religione cattolica: il fatto che in alcuni Paesi vi sia un atteggiamento che possiamo in generale definire intollerante o illiberale non ci autorizza ad assumere analoga posizione nel nostro Paese. Con l'assumere questo ci adatteremmo alla loro logica, o a una logica del tipo "occhio per occhio, dente per dente", contraria ai nostri principi liberali e al nostro principio di eguaglianza di trattamento e non compatibile con una aperta accoglienza.

Nel mondo di oggi, l'Islam può sembrare qualcosa di esotico o di estremamente remoto o pericoloso o percepito come rigido e monolitico, intollerante ed incompatibile con i nostri ambienti. Probabilmente questo avviene perché in Occidente, nella vita di ogni giorno, la religione non è un elemento dominante, mentre nel cuore di ogni Musulmano la religione è al primo posto, e non vi sono barriere tra il mondo secolare e quello sacro. Essi credono che la Legge Divina, la Shari'a, debba essere osservata scrupolosamente, il che spiega perché le istanze connesse con la religione siano così importanti.

Cenni essenziali

“Essere Musulmano significa riconoscere l'esistenza di un unico e vero Dio”, “Allah è il nome arabo di Dio ed è usato sia dagli Arabi, Ebrei e Cristiani che da quelli Musulmani. Non è il nome di un particolare Dio dell'Islam. L'Islam non si differenzia dal Giudaismo e dal Cristianesimo nel riconoscere Dio come creatore del mondo e principio ultimo dell'ordine etico.” (da “Essere Musulmano” di El Hassan bin Talal e Alain Elkann, 2001 Bompiani, come le seguenti citazioni) Essere Musulmano “inoltre, significa riconoscere che Maometto è l'ultimo Profeta” dopo Abramo Mosè e Gesù, “l'ultimo inviato di Dio per guidare l'umanità sulla retta via”, e prestare osservanza “al Corano come alla parola eterna di Dio così come è stata rivelata in arabo a Maometto”, alle parole del Profeta (al-Hadit) e alle pratiche stabilite dal medesimo (dette al-Sunna, o “tradizione”) quale aiuto per la comprensione ed interpretazione degli insegnamenti contenuti nel Corano. Maomettano è quindi un termine erroneo in quanto induce a credere che i Musulmani adorino Muhammad piuttosto che Dio. Allah è il nome di Dio in lingua araba, usato dai Musulmani come anche dai Cristiani arabi.

L'essere Musulmano comporta l'osservanza dei cinque “pilastri” (arkan) dell'Islam: in ordine, sono la shahada (professione dell'unicità di Dio e che Maometto è il suo Profeta), la salat (“preghiera”), il sawm (digiuno del Ramadan), la zakat (“elemosina”) e il hajj (il pellegrinaggio).

Per il fedele musulmano in viaggio come verrà ricordato più avanti l'osservanza di tali “pilastri” può talvolta venire modificata, ma se il turista musulmano è nelle condizioni pratiche cerca in ogni modo di rispettarle nel modo corretto.

Le feste

Per entrare nel campo delle feste religiose è necessario spendere due parole sul calendario musulmano. I Musulmani per numerare gli anni usano partire dalla data dell'Égira, cioè del giorno in cui Maometto fu costretto ad abbandonare la sua città, la Mecca, e a rifugiarsi a Medina. Questo avvenne il 16 luglio del 622 dopo Cristo e il motivo della fuga fu il fatto che Maometto, per le sue predicazioni, cominciava ad essere malvisto dai nobili potenti della Mecca.

I Musulmani, inoltre, si basano su un calendario lunare e non solare: i mesi lunari sono di ventinove o trenta giorni e perciò un anno lunare dura 354 giorni; dunque i loro mesi non corrispondono quasi mai ai nostri. Per spostarsi da un calendario all'altro è necessario fare un'operazione matematica: la data dell'anno solare si ottiene dalla data dell'anno lunare per 0.97 (rapporto fra l'anno lunare e quello solare) più 622.

Perché ho fatto questa lunga digressione sul calendario? Perché così possiamo capire un po' meglio come mai le date delle feste musulmane possano cambiare di anno in anno e con riferimento al luogo ove si trova il credente; se vogliamo è un po' quello che succede per la religione cattolica per quanto riguarda la festa di Pasqua e pure per altre religioni qui in seguito esaminate.

Nonostante questo, alcuni Paesi musulmani nei tempi moderni hanno assunto la tradizione di festeggiare pure il "nostro" Capodanno.

Le maggiori feste musulmane sono:

- nel mese di "Muharram" (primo mese dell'anno lunare) nel decimo giorno si festeggia la "Asura", chiamata anche "Ashura" o "Achoura", che è l'inizio dell'anno musulmano e il giorno di un digiuno particolarmente importante per gli sciiti;
- nel mese di "Rabi'a al-awwal" (terzo mese) nel dodicesimo giorno si festeggia il "Mawlid an-nabi" che è l'anniversario del profeta Maometto; in questa festa sono protagonisti i bambini che vanno di casa in casa; si ricevono i regali, si scoppiano petardi e si mangia frutta secca e dolci tradizionali;
- alla fine del mese di "Ramadan" (nono mese) e il primo giorno del mese successivo, che è "Shawwal", si festeggia la "aid al-Saghir" o "aid-al Fitr"; è il primo giorno della fine del digiuno di Ramadan. Nel giorno di festa della fine di Ramadan tutti indossano vestiti nuovi, si scambiano dolciumi e si fanno gli auguri. Tradizionalmente la festa dura tre giorni;
- durante il mese di "Dhu-l-higga" (dodicesimo mese) nel decimo giorno si festeggia la "Aid al-Kabir". La festa "aid al-Kabir" o "aid-al Adha" (letteralmente "la Grande Festa") segna la fine del pellegrinaggio (il nome del mese di questa festa significa "quello del pellegrinaggio") ed ha come origine il ricordo del miracolo compiuto da Allah quando sostituì un montone al figlio che Abramo stava per offrirgli in sacrificio. La festa, quindi, prevede il sacrificio di un montone, un pezzo del quale verrà dato ai poveri. A Rabat, capitale del Marocco, il Re compie questa cerimonia in pubblico. Tutti i Musulmani indossano la "gal-laba", calzano le babbucce nuove e portano con loro il tappeto per la preghiera.

Si ritrovano tutti insieme in un luogo di preghiera pubblico, solitamente fuori delle mura della città, che si chiama “m’qalla”, che per l’occasione viene addobbata con nastri. Tradizionalmente questa festa dura quattro giorni.

Tra queste feste, le uniche canonizzate sono quelle dell’ “aid-al Saghir” (o “aid-al Fitr”) e dell’ “aid-al Kabir”. Esse sono particolarmente sentite e vissute anche dai musulmani all’estero per viaggio o lavoro. Non è raro al riguardo che molti stranieri prendano le ferie proprio durante il mese di Ramadan per tornare nel proprio Paese d’origine allo scopo di partecipare più intensamente all’atmosfera e ed il ritmo di vita collettivo tipico di questo loro periodo e i festeggiamenti successivi.

L'alimentazione

Sono sempre state importanti le connessioni tra cibi e religioni.

Con riferimento alla religione musulmana e alla presenza di clienti musulmani negli alberghi vanno tenuti qui presenti principalmente due aspetti rilevanti di tale pratica religiosa: certi divieti relativi a determinati cibi e bevande e il rispetto del digiuno durante il mese di Ramadan.

Come è noto a quasi tutti, i Musulmani per osservanza religiosa non mangiano carne di maiale e di cinghiale, in ogni preparazione, dagli insaccati alle bracioline, ai paté, eccetera. E’ anche vietato utilizzare sugna e strutto per cucinare. Va evitato anche il grasso di pecora. (T. Vergani, p. 75 e ss.)

Inoltre sono proibiti asini, muli, rettili (?), rane e anguille

Inoltre, i Musulmani, analogamente agli Ebrei, possono mangiare solo carne di un animale ucciso e tagliato secondo precise modalità.

Il termine halal indica ciò che è lecito legalmente, di qualunque cibo si tratti.

“Al pari dell’ebraismo, l’Islam impone per esempio una serie di divieti alimentari che impediscono innanzitutto il consumo a qualsiasi titolo del sangue e che porta alla necessità di sgozzare ritualmente l’animale perché possa rapidamente dissanguarsi, astenendosi perciò dalle carni di bestie già morte. Non è consentito il consumo di carne suina e, con diverse modalità e opinioni, quella di animali quali la volpe, l’asino o il cane, mentre nello scisma possono, come nell’ebraismo, essere vietati crostacei e molluschi” (da “Islamismo” di C. Lo Jacono, 1997 Giunti). Per gli osservanti il pesce è concesso, purché abbia le squame e sia stato pescato in mare o fiume, non allevato per usi alimentari. Tra i crostacei vengono ammessi i gamberi (T. Vergani, *ibidem*).

Secondo detta religione è poi proibito ai suoi fedeli bere bevande alcoliche, o cibarsi di piatti dove tra gli ingredienti vi sia l’alcol.

Il digiuno è uno dei cinque pilastri della religione islamica.

Durante tutto il mese di Ramadan i musulmani, dal sorgere del sole fino al tramonto, sono tenuti ad astenersi dall’ingerire a qualsiasi titolo alimenti sia solidi che liquidi al pari di bevande e sostanze gassose (profumi o fumo, anche passivo, di tabacco) e potendo si recano in moschea più spesso, soprattutto per le preghiere di mezzogiorno e del pomeriggio. Sono pochi i soggetti esentati da tale osservanza (ad es. impuberi, donne in gravidanza o in allattamento o nel periodo

mestruale, anziani e malati).

Una figura di fedele in parte esonerato dalla piena osservanza di tale precetto è il musulmano in viaggio, tradizionalmente giustificato a causa dei disagi e delle fatiche degli spostamenti e del muoversi con orari non facilmente gestibili in ragione del digiuno e delle preghiere.

La figura del viaggiatore che viene ospitato in luoghi non abituali è particolarmente importante e rispettata nel mondo musulmano. Basti ricordare che il profeta Maometto ha vissuto la più significativa parte della sua vita come pellegrino in continuo viaggio e che nel calendario musulmano vi è un mese proprio dedicato al pellegrinaggio, che costituisce uno dei “pilastri-comandamenti” della religione islamica.

Un turista che può permetterselo per ritmi e agi del viaggio moderno comunque se può osserva ugualmente il digiuno, sempre che si trovi nelle condizioni pratiche di rispettarlo.

Un discorso analogo vale pure per l'osservanza delle preghiere, che normalmente si prevede che si effettuino cinque volte durante l'arco della giornata, ma si concedono deroghe a chi è in viaggio.

Al riguardo va fatto presente che l'impegno di compiere diverse volte durante il giorno la preghiera non è un obbligo considerato tassativo e mai modificabile circa gli orari per esigenze lavorative in tutte le società musulmane. In vari Paesi islamici il ritmo di vita moderno ha adattato l'adempimento a detto arkan ai tempi e alle mansioni di una attività lavorativa stabilita secondo gli usuali standards a noi abituali, concedendo ai fedeli la possibilità di compiere le preghiere quotidiane in momenti compatibili con il proprio lavoro, eventualmente “recuperando” le preghiere giornalieri in un successivo momento disponibile. Un analogo discorso viene ammesso anche per i fedeli in viaggio, sempre per i motivi visti sopra.

Durante il periodo di Ramadan può essere buona cosa proporre ai clienti che risultino essere fedeli musulmani un box colazione preparato in tarda serata e lasciato a disposizione per le camere dei clienti così che possano consumarlo prima dell'alba nella propria camera. Allo stesso modo, come avviene in alcuni hotel all'estero, si potrebbe riservare una sorta di lunch box per il pasto consumato al momento della rottura del digiuno diurno quotidiano di tale periodo. Dopo il tramonto vi è infatti la rottura del digiuno con un breve ristoro, chiamato fitar o iftar (letteralmente: “colazione”), che in alcune parti assume caratteri rituali, e di solito si comincia con dei datteri e del succo di frutta.

Detta pratica del digiuno durante il mese di Ramadan non va interpretata secondo l'esclusiva ottica di una forma di penitenza e “tortura personale” per mortificare la propria natura umana. Essa è sentita dai Musulmani piuttosto come una attività di purificazione personale e occasione di vivere e rafforzare per un particolare periodo in modo individuale e collettivo la propria dimensione religiosa anche nel quotidiano.

Tradizionalmente, infatti, nei Paesi musulmani durante le sere del Ramadan si organizzano nelle abitazioni festosi ritrovi con riunione dei diversi nuclei fami-

liari per compiere lunghi ed abbondanti pasti, anche con cibi elaborati e caratteristici del periodo, e talvolta pure musiche e danze. Quando è possibile questa abitudine degli incontri serali viene conservata in forma semplificata ed adattata anche dai musulmani presenti a vario titolo nel nostro Paese (viaggio per turismo, affari, immigrazione di medio e lungo periodo per lavoro o riunione familiare).

In tale periodo molti musulmani possono gradire un comportamento di rispetto che può semplicemente consistere nel non bere alcolici o fumare smodatamente e senza ragione in loro presenza o nell'offrire con insistenza a Musulmani praticanti cibi o bevande non permessi secondo le loro pratiche religiose.

Consapevoli dello sforzo che comporta l'osservanza delle regole alimentari ed in particolare del sawm durante lo svolgimento dell'attività lavorativa, specie in un Paese dove la religione musulmana costituisce una minoranza, molte imprese ed aziende di Paesi Europei, comprese alcune italiane operanti in diversi settori, allo scopo di non pregiudicare la efficienza e produttività delle proprie risorse umane hanno ritenuto opportuno prendere provvedimenti ed informare i dipendenti circa le modalità che consentano il rispetto di tali pratiche.

Altri aspetti della vita quotidiana del mondo musulmano

Spesso dagli italiani trascurato o considerato in termini non sempre appropriati, l'abbigliamento in conformità alla religione musulmana è argomento tutt'altro che secondario, specie in determinate situazioni.

L'aspetto che ha sollevato maggiormente questioni e aperte discussioni in molti Paesi Europei è stato principalmente quello del 'velo' femminile.

Esso risulta essere l'unica ipotesi di previsione di abbigliamento secondo precetti religiosi Islamici (forse oltre l'Imama, il turbante indossato dai religiosi che assume forme e colori diversi), mentre altri capi d'abbigliamento (Keffiah, Dishdahah, Jallablya) appartengono alla tradizione.

Questo argomento richiede alcuni chiarimenti per evitare equivoci o malintesi.

“L'Islam consiglia alle donne aspetto ed abiti modesti; la raccomandazione è presente, in modo diretto e non enfatico nel Corano.” (da “Essere Musulmano”, già citato).

Nel Corano c'è un unico versetto (24,31) in cui si fa riferimento al “velo” come abbigliamento, ma in nessun passo del Corano stesso c'è un esplicito obbligo alle donne di indossarlo.

Anche nel Cristianesimo sono presenti analoghi consigli, ormai pacificamente considerati non obbligatori: la raccomandazione è contenuta nella Prima lettera ai Corinzi 11, 3-16 di San Paolo.

Nelle società musulmane, dove l'uso del velo da parte delle donne rimane la tradizione prevalente, nella maggioranza dei casi i credenti non lo considerano più un obbligo e la soluzione al problema dell'indossarlo o meno è affidata alla decisione personale delle dirette interessate, le quali se lo scelgono lo fanno o per rispetto dei propri costumi del proprio Paese d'origine o perché attribuiscono ad esso un valore di protezione più psicologico che religioso.

Al riguardo, però, si può a buona ragione affermare che “c'è velo e velo”.

Infatti esistono distinti tradizionali capi d'abbigliamento da noi Occidentali riuniti tutti insieme nel generico “velo”. Qui in seguito si menzionano i più diffusi. Hijab in arabo o Chador in persiano, è originariamente soltanto un velo che copre i capelli delle donne.

Il Rusari, letteralmente copricapo o copritesta, è il nome originario dell'abbigliamento comunemente definito Chador in Iran. Si tratta di un'unica veste, nella maggior parte dei casi di colore nero, che avvolge il volto e ricopre tutto il corpo della donna.

Il Niqab, diffuso prevalentemente nei Paesi musulmani sunniti, è un velo che non lascia trasparire nulla del corpo della donna ad eccezione (ma non sempre, eccezione all'eccezione) degli occhi della donna che si intravedono da due fori o da una striscia del volto non coperta.

La Burqa, abbigliamento tradizionale delle donne afgane, è un indumento unico (simile ad una veste) che ricopre tutto il corpo e ha una sorta di grata all'altezza degli occhi che consente di vedere, e da un po' di tempo è diventato tristemente noto a tutti.

Alcuni anni fa in Francia una ragazzina che pretendeva ostinatamente di indossare il “velo” (quale? Sembra un semplice Hijab) in classe per affermare e riscattare la propria identità di appartenente ad una minoranza che trova come valore distintivo e culturale proprio la religione musulmana ha fatto “esplodere” l'affair tra gli intellettuali di un po' tutta l'Europa. Di recente una vicenda del tutto simile si è nuovamente proposta sempre in Francia, mentre in Italia è ancora oggetto solo di reportage e servizi giornalistici.

Recente normativa (Circolare 24/7/2000 del Ministero dell'Interno) autorizza le donne di religione Islamica a poter indossare un “velo” (domanda: quale?) nelle foto da allegare in documenti identificativi purché rimanga scoperto e visibile il volto (possibile risposta: Hijab/Chador o Rusari).

Solitamente le donne di religione musulmana che vengono in Italia sono piuttosto flessibili circa l'uso del semplice copricapo Hijab/Chador. Capita infatti che alcune che lo indossavano in precedenza siano disposte a farne a meno, altre che in precedenza non lo portavano comincino ad indossarlo nel nostro Paese per distinguersi o altro ancora, infine che alcune donne che lo indossavano nel proprio Paese natale non vogliono in alcun caso rinunciarvi in occasione di un loro viaggio all'estero. In ogni caso è fondamentale non fare commenti, osservazioni o battute su tali usi d'abbigliamento.

In occasione delle preghiere quotidiane i fedeli si lavano immediatamente prima mani, avambracci, piedi e tutta la faccia (anche dietro le orecchie) e solitamente compiono la preghiera su un tappetino (per non compiere il rituale su luogo impuro, ma se l'ambiente è igienicamente pulito rinunciano al tappetino) rivolti in direzione della Mecca.

In altri momenti l'orientamento verso la Mecca non costituisce un obbligo ma forme di rispetto non considerate rigide o dei peccati. E' il caso del dormire coi piedi rivolti verso tale o dei gabinetti posti in tale direzione).

La presenza di clienti di religione ebraica è più frequente di quanto si possa immaginare. In periodi di tranquillità interna e internazionale gli Israeliani viaggiano parecchio.

Vi sono poi moltissimi turisti statunitensi che fanno parte della comunità ebraica e che si dimostrano particolarmente osservanti.

Nel mondo sono stimati esservi tra i tredici e i venti milioni di appartenenti alla comunità e alla religione ebraica.

La comunità in Italia più numerosa e più antica (anteriore di almeno circa due secoli rispetto al cristianesimo) è quella di Roma, seguita con un certo distacco temporale da quelle di Milano, Firenze, Livorno, Torino e Venezia, ed in quest'ultima si è creato il primo ghetto ebraico con tale definizione.

In queste comunità, specie nelle grandi città, cresce la presenza di ebrei di origine non italiana, e a loro volta sono richiamo per viaggiatori stranieri appartenenti a tale comunità. Su alcuni aspetti del servizio alberghiero per i clienti di religione ebraica si è già parlato in occasione delle interviste contenute nel precedente capitolo, e quindi la lettura del presente paragrafo va integrata con le note contenute nella intervista riportata nel secondo capitolo.

Cenni essenziali

Già il dare una definizione della "essenza" della religione ebraica riesce problematico.

La circostanza è probabilmente dovuta al fatto che essa non è riassumibile in sintetici concetti analogamente a quanto risulta spesso possibile fare in riferimento a diverse altre fedi. Infatti l'Ebraismo non va limitato all'ambito puramente religioso e morale, ma va assai al di là di quei confini che generalmente delimitano una religione per abbracciare tutti i momenti e i settori dell'attività umana di un popolo che vive ogni momento della sua esistenza, sia individuale che collettiva, come servitore di Dio e per compiere la volontà divina in attesa della venuta del Messia, inteso secondo taluni come uomo, secondo altri come epoca.

L'Ebraismo dunque non rappresenta soltanto una comunanza religiosa, ma anche una comunanza storica e culturale. Nel tempo e proprio per vicende strettamente collegate a migrazioni si è articolata in diverse "famiglie" (ashkenaziti e sefarditi) e pratiche/correnti (ebrei liberali, riformati ed ortodossi).

"Per sua stessa natura la dottrina ebraica è essenzialmente pragmatica: Israele si autodefinisce il popolo servitore di Dio. Il suo dovere principale, se non esclusivo, è quello appun-

to di compiere la volontà divina. Questa volontà si esprime per mezzo della Torà, e per mezzo delle mitzvot (i precetti, al singolare mitzvà) che essa prescrive” (da “L'Ebraismo nella vita quotidiana” di E. Gugenheim, 1997 Giuntina, p.11). La Torà o Torah (“dottrina”, “legge”) è il Pentateuco (una parte della Bibbia, composta dai primi cinque libri di Mosè), ma per estensione costituisce l'insieme della Legge ebraica scritta (che comprende “I profeti”, Nebiim, e “Le scritture”, Ketubim), distinta dalla successiva “dottrina orale” della tradizione rabbinica riunita in un testo, il Talmud.

Secondo il Talmud Mosè avrebbe ricevuto originariamente 613 precetti costituiti da 365 divieti e 248 obblighi. Questa informazione non deve spaventare i lettori facendo loro pensare una assoluta incompatibilità pratica tra esigenze organizzative del servizio di ospitalità alberghiero e l'osservanza dell'ebraismo.

Il numero 613 ha valore simbolico, poiché l'Ebraismo si basa su 365 giorni dell'anno e 248 parti del corpo dell'uomo e 613 sono le lettere dell'alfabeto del decalogo.

Tutto questo non toglie che l'Ebraismo richieda il rispetto e la osservanza di numerose previsioni, ma va detto che la maggioranza di esse vanno compiute nell'ambiente domestico, considerato il luogo privilegiato per l'esercizio e lo sviluppo della religiosità.

Può pertanto dirsi che l'Ebraismo è una realtà che manifesta differenze in base all'evoluzione storica e alla realtà geopolitica dove viene vissuta.

“Ai riti che risalgono ai tempi più antichi si sono aggiunte istituzioni di carattere rabbinico e usanze consacrate dalla pratica di generazioni, i minhagim, legittimate dall'autorità dei Maestri e divenute a loro volta Leggi, mentre altre nel corso dei secoli sono cadute in desuetudine. Queste usanze, nate dalla vita quotidiana, presentano varianti molto diverse da paese a paese e anche da comunità a comunità”, acquisendo spesso caratteristiche ed abitudini proprie delle società presso le quali le varie comunità ebraiche si stabilivano, “e molto spesso riguardano proprio le azioni più quotidiane. Pur nella loro omogeneità esse mantengono ugualmente il carattere omogeneo: nate dalla stessa sorgente di ispirazione, tutte quante costituiscono, pur nella loro varietà, una testimonianza visibile di devozione e amore per Dio” (dal citato “L'Ebraismo nella vita quotidiana”, pag. 14).

Le feste

Il calendario ebraico è un calendario lunare di dodici mesi e ricco di festività e solennità.

Qui vengono citate le più importanti, con l'avvertenza che numerose di queste non hanno sempre carattere “festivo” nel senso di occasione di allegria. Spesso tali ricorrenze sono caratterizzate da digiuni, momenti di penitenza e raccoglimento.

Il primo giorno del mese (Rosh Khodesh il novilunio) segna l'inizio del ciclo mensile. Per accordare questo calendario con quello solare, sette anni su diciannove vengono resi bisestili attraverso l'integrazione di un secondo mese Adar (chiamato Adar Sheni).

Il Sabato, Shabbat. Il “Settimo Giorno”, il giorno del riposo, che si oppone ai sei di lavoro: “... tu non accenderai fuoco nel giorno del sabato”; è celebrato nella sinagoga e nella casa. Al tramonto del Venerdì la donna accoglie il Sabato, accendendo in casa due candele. Come già ricordato nell'intervista con la Locanda “al Ghetto”, a tutti i componenti della famiglia ebraica, è stata comandata l'astensione completa dal lavoro e la trasgressione di questo comandamento, se è voluta e cosciente, costituisce un peccato. I lavori da non compiersi durante il Sabato comprendono principalmente quelli che riguardano la prepa-

razione del cibo, dei vestiti, i lavori di casa, l'utilizzazione della scrittura, l'accensione del fuoco, ma anche il compimento di un'opera (l'ultimo colpo di martello) e il trasporto di un oggetto da un luogo privato a uno pubblico. In ultima analisi abbracciano tutti i settori dell'attività umana in una prospettiva in cui il lavoro non è misurato in base allo sforzo necessario per compierlo, ma è concepito come la realizzazione di un'idea applicata a un oggetto, destinata a creare, a produrre o a trasformare. Come già ricordato nella intervista, in occasione del Sabato possono esservi particolari richieste appunto per la dovuta astensione da attività considerate "lavorative" e tra esse è anche compreso il pagamento del conto, che in tali casi viene effettuato il giorno prima o il giorno dopo Sabato.

Si possono qui elencare alcune festività che cadono nei mesi del calendario ebraico.

Nel mese di:

- Tishri (che cade nei mesi settembre/ottobre): I "dieci giorni di Pentimento" segnano l'inizio dell'anno ebraico; sono dieci giorni che vengono dedicati a un esame di coscienza, che inizia con Rosh haShana, capodanno; simbolo della sovranità di Dio sulla terra e culmina nello Yom Kippur, Giorno dell'Espiazione, di digiuno e preghiera, festa solenne in cui ogni ebreo rende conto a Dio dei suoi atti. E' l'unico giorno considerato più sacro dei Shabbat. Nello stesso mese si celebra Sukkot, "festa dei Tabernacoli", (nel territorio di Israele), corrisponde agli otto giorni che segnano il termine del ciclo annuale di lavoro dei campi, e nello stesso tempo ricorda l'errare dei figli d'Israele nel deserto. L'ottavo e ultimo giorno coincide in Eretz Israel (la terra di Israele) con la Simhat Torah, la gioia della Torah.

- Kislev (Ottobre/Novembre): Hanukka, i giorni della Dedicazione del Tempio, sono dedicati ai festeggiamenti di due vittorie nazionali conseguite all'epoca dei Maccabei; otto giorni consacrati alla purificazione e all'inaugurazione simbolica del Tempio (164 a.C.).

- Adar (Febbraio/Marzo): Purim è una festa scherzosa e carnevalesca che celebra il trionfo della bella regina Ester sul cattivo Aman.

- Nisan (Marzo/Aprile): Pesah, Pasqua, corrisponde ai sette giorni che segnano l'inizio dell'anno agricolo e in particolare celebrano l'Esodo dalla terra d'Egitto. E' una delle tre feste "di Pellegrinaggio" che gli antichi ebrei celebravano recandosi a Gerusalemme e offrendo sacrifici al Tempio.

- Sivan (Maggio/Giugno): Shavou'ot Pentecoste, festa delle messi e dell'offerta di primizie al Tempio, celebra anche il dono della Torah al popolo d'Israele.

Nell'anno poi vi sono i "Cinque Digiuni", giornate commemorative di eventi tragici:

- il digiuno di Godolia per il suo omicidio;

- del giorno 10 del mese di Tvet, per ricordare l'inizio dell'assedio di Gerusalemme ai tempi del re Sedecia;

- di Ta'anit Esther vigilia della festa dei Purim;

- di Tammuz per la presa del Primo e Secondo Tempio;

- del giorno 9 del mese di Av, per ricordare la disfatta di Bar Kochba e la distruzione del Primo e Secondo Tempio.

Di tutte queste ricorrenze (che non sono tutte quelle esistenti), generalmente le più sentite sono quelle di Shabbat, Yom Kippur e Pesah.

L'alimentazione

Le leggi ebraiche sul cibo costituiscono la parte principale della Kashrut ("attitudine, idoneità rituale", da cui l'espressione jiddish "koscher" o "kasher").

Esistono interi libri monotematici che esaminano questo argomento, che non è in realtà limitato ai soli alimenti, ma anche alla loro preparazione, combinazione e agli utensili impiegati per lavorare il cibo (che spesso devono utilizzarsi separatamente) o per mangiare (piatti e posate).

Il cibarsi, il dissetarsi e il riposarsi sono attività che hanno la funzione di meglio disporre l'Ebreo all'attività del servizio di Dio e l'assumere nel proprio fisico sostanze esterne richiede che esse siano pure affinché anche la persona sia pura.

Si è creduto in passato che alcuni divieti, come la carne di maiale, potessero essere motivati da preoccupazioni di tipo igienico (tricomoniasi), così come alcuni formulano per le origini dell'analogo divieto islamico. Oggi si ritiene che tali proibizioni siano da un lato da ricondursi al fatto che la popolazione ebraica dei tempi biblici fosse dedita soprattutto alla pastorizia e che dunque solo alcuni animali rientrassero nel proprio universo quotidiano e, secondariamente, che la suddivisione degli animali commestibili in puri e impuri abbia valore simbolico volto ad eliminare gli ibridi o ciò che gli ebrei ritenevano come "ibridi". Dette mitzvoh col tempo hanno anche assunto la funzione di distinzione dalle altre religioni e la conservazione della "purezza" che va quindi riferita non tanto agli animali stessi, ma bensì alla purezza e coerenza spirituale al cospetto di Dio.

Vi sono divieti di certi alimenti perché considerati in sé impuri (taréf) o possono essere proibite combinazioni di cibi singolarmente considerati kosher perché le mescolanze sono in genere considerate impure.

Si possono soltanto mangiare carni di animali in tal senso considerati "puri" e soltanto questi possono essere offerti a Dio.

Oltre al maiale da tale religione sono dunque considerati proibiti ed impuri, tra gli altri, il coniglio, il cavallo, l'asino, la lepre.

Sono potenzialmente kosher "quelli che ruminano o che hanno l'unghia fessa" (Levitico 11,2) e mentre non possono mai esserlo "ogni sorta di animali brulicanti" (Deuteronomio 14,4). Ad esempio non si può considerare "puro" il cavallo (anche... 'purosangue') perché ha l'unghia tutta intera, il cammello perché ha l'unghia spaccata ma non è ruminante.

Tra gli uccelli non si possono considerare kosher quelli rapaci o notturni. Per chi fosse interessato il pinguino è invece considerato kosher....

Cucina impossibile, allora?

A dir la verità un piatto tradizionale ebraico in Italia è il pollo ripieno o il polpettone con le olive, e pure tradizionali ebraiche sono le tipicissime veneziane sarde in saor, ma...

Non tutte le carni degli animali "puri" sono poi permesse: per essere idonee alla consumazione devono essere "koscherizzate", ossia esservi una rituale uccisione e macellazione dell'animale e pure una successiva "manipolazione" delle sue parti.

E' fatto inoltre severo divieto di nutrirsi di sangue "perché il sangue è vita; non mangerai quindi la vita con la carne" (Deuteronomio 12,23).

"Nella Torà per ben tre volte è ripetuto: 'Non farai cuocere il capretto nel latte di sua madre' (Es. 23, 19; 34,26; Deut. 14,21) Il versetto viene interpretato come una proibizione di ordine molto più generale che si estende a tutti i tipi di carne e tutti i tipi di latte:

pertanto niente bistecche al burro, né pollo al latte[...]. Per accentuare tale separazione carne e latticini vengono consumati in pasti diversi[...]" (dal citato "L'Ebraismo nella vita quotidiana", pag. 57).

Le uova sono considerate come neutre e possono essere utilizzate sia con la carne che con i latticini purché all'interno di esse non si trovi nemmeno una goccia di sangue.

E' considerato possibile mangiare pesce purché abbia scaglie e pinne.

Il pesce può essere consumato sia assieme a latticini che con la carne.

I crostacei e i frutti di mare non sono permessi, e pure le lumache.

Anche il vino dovrebbe essere kosher e la bottiglia non può essere stappata da un non ebreo.

Alcuni altri aspetti della vita quotidiana del mondo ebraico

L'argomento potrebbe cominciare col seguente passo tratto da un libro semplice ma interessante: "Gli ortodossi sono quegli ebrei che si vedono nelle fotografie, con i riccioli...?" "E' una tradizione del ghetto ungherese, polacco e russo. Recentemente, in Israele, mi sono chiesto come mai ci siano ebrei ortodossi che portano il cappello da prete, i riccioli e sopra i pantaloni le calze bianche oppure le calze nere, oppure ci sono quelli che vanno in giro con una palandrana nera e hanno le giacche lunghe che arrivano sotto il ginocchio. La risposta è semplice. Hanno conservato i costumi del paese d'origine di un secolo e mezzo fa.

"Questo non ha niente a che vedere con la religione?"

"Niente, assolutamente niente"

(da Elio Toaff con Alain Elkann, "Essere Ebreo", Bompiani 1996, pag.22)

Fatta esclusione di vestiari specifici previsti in occasione di celebrazioni e preghiere da compiersi nell'ambiente domestico o nelle sinagoghe (quali il tallit e il tefillin), nell'immaginario collettivo di chi non conosce abbastanza l'Ebraismo quella sopra menzionata risulta essere in effetti generalmente la pittoresca idea di abbigliamento conforme alle prescrizioni di detta religione.

Woody Allen e Moni Ovaia, famosi artisti dello spettacolo ebrei, devono il loro successo anche al fatto di descrivere scherzosamente tali particolarità di alcune comunità ebraiche, ma è meglio che battute e humor ironico su tali aspetti le facciano solo loro.

Se è pur vero che in certi ambienti ortodossi non si vuole né cambiare né accorciare la lunghezza della barba e dei riccioli sopra le tempie anche per convinzioni religiose (Lev. 19,27) e per richiamare l'eternità dei precetti divini, non vanno considerati tali aspetti come comuni a tutti gli Ebrei praticanti che vengono in Italia e i soli possibili nell'Ebraismo della vita quotidiana.

Nell'antichità in realtà non era prevista alcuna disposizione di carattere religioso in materia di vestiario e tantomeno alcun tipo di carattere distintivo nell'abbigliamento, fatta solo eccezione del regno dei Parti. La norma secondo la quale è fatto divieto di mischiare nelle vesti lana e lino (Lev. 19, 19; Dt. 22, 11) va ricondotta alla proibizione degli Ebrei di già menzionata a proposito della alimentazione.

Solo nel medioevo e poi nell'epoca moderna l'abbigliamento degli Ebrei viene ad essere oggetto di previsione di obblighi in parte imposti da autorità esterne per loro segregazione (ad esempio nello statuto di Omar nelle regioni islamiche e nel Concilio Laterano del

1215) ed in parte per volontà delle stesse comunità ebraiche per desiderio di distinzione. In tale ultimo senso è da vedersi il caratteristico copricapo degli uomini ebrei, la kippa' o kippah.

La tradizione ebraica esige che l'uomo abbia costantemente la testa coperta (dalla kippa', ossia lo zucchetto o piccola papalina, oppure da un cappello) per rendere l'individuo anche nel suo aspetto esteriore austero e per ricordarsi dell'esistenza di Dio ed essere tutti uguali al Suo cospetto evitando qualsiasi atteggiamento altezzoso.

Dall'epoca medievale il copricapo è imposto generalmente nelle varie correnti religiose ebraiche durante la preghiera, ma tale uso in vari casi e comunità si è esteso ad ogni occasione (specie se si svolge la normale vita quotidiana e lavorativa in occasione di una ricorrenza religiosa) per diffusione di tale abitudine ed anche per distinguere la propria identità di appartenente alla società ebraica.

Va al riguardo precisato che l'uso della kippa' è un "minhag" e non una "mitzvah", ossia, va qui ripetuto, rientra nei minhagim, che sono istituzioni di carattere rabbinico e usanze consacrate dalla pratica di generazioni, legittimate dall'autorità dei Maestri e divenute a loro volta Leggi.

Nel caso, trattasi di un dovere consuetudinario che si è andato affermando soprattutto dal '700 e applicato con diversa portata a seconda della comunità e della coscienza dell'individuo.

Si può qui infine aggiungere che non è condivisibile perché frutto di stereotipi errati l'idea che gli ebrei per la loro forte coesione anche religiosa siano "chiusi" ed "egoisti" nei confronti dei non ebrei, specie nell'ambiente di lavoro, o che non siano disposti a dialogare e collaborare con altri perché occupati solo dal pensiero del proprio successo personale. L'altruismo è componente fondamentale della vita di un ebreo.

Forse a molti dei lettori potrà venire immediato questo pensiero, ritenendo che nella vita quotidiana non vi siano differenze tra le varie confessioni religiose di matrice cristiana in quanto esse si distinguono principalmente in relazione all'ordinamento sacerdotale o allo svolgimento del rito o infine a disquisizioni di carattere teologico ed esegetico delle Sacre Scritture.

In realtà il culto cattolico non è l'unico esistente tra i clienti cristiani, stranieri e non, e le differenze sono varie sotto diversi aspetti, e talune di esse vanno meglio conosciute per comprendere la loro incidenza nelle relazioni interpersonali e il rispetto.

Proprio a Venezia, poi, è operante il Consiglio veneziano delle Chiese cristiane, che raccoglie anglicani, battisti, cattolici, luterani, metodisti, valdesi e ortodossi. Il consistente arrivo di lavoratori e turisti dai Paesi dell'Est europeo e da ex colonie europee non sempre cattoliche, come pure la diffusione di comunità che, pur considerandosi cristiane, non hanno rapporti con le altre confessioni (ad esempio Testimoni di Geova e Mormoni: questi ultimi nel mondo sono quasi sei milioni, in Italia sono stimati esservene circa diciassettemila), hanno determinato un aumento di presenze di comunità religiose più o meno "parallele" a quella cattolica che rende impossibile avere la certezza di comprenderle tutte nelle poche pagine seguenti, dove ci si limita a segnalare quelle maggiormente diffuse nel nostro territorio senza mancare di rispetto a quelle qui di seguito non ricordate, quali ad esempio gli Amish e i gruppi chilistici.

LA CHIESA ORTODOSSA

Cenni essenziali

La Chiesa Ortodossa storicamente è stata anche chiamata Chiesa orientale in considerazione della circostanza che originariamente aveva il suo centro nel Medio Oriente, più precisamente a Costantinopoli (Istanbul).

La data storica della separazione della Chiesa orientale da quella romana d'occidente per divergenze d'opinione sorte già dal sesto secolo e soprattutto per il disconoscimento dell'autorità del Papa e dell'organizzazione ecclesiastica cattolica è quella dello "scisma d'Oriente", ossia il 1054.

La religione cristiana ortodossa poi nel corso dei secoli si è diffusa in Grecia,

dove è diventata religione di Stato, in Bulgaria, in Serbia, in Romania, nella regione balcanica e soprattutto in Russia, da dove arrivano oggi la maggioranza dei turisti provenienti dai Paesi dell'Est.

Attraverso diverse organizzazioni, comunità e correnti è attualmente presente anche in numerosi altri Paesi di tutto il mondo, specie quello occidentale: gli Ortodossi negli Stati Uniti (soprattutto dovuti alle migrazioni del secolo scorso) sono ad esempio stimati essere circa cinque milioni.

Gli Ortodossi nel Mondo risulterebbero (il condizionale è d'obbligo per il fatto che in molte aree circostanze di natura politica o bellica non permettono una esatta determinazione numerica di essi) essere tra i centocinquanta e i centottanta milioni, se non addirittura secondo alcuni anche trecento milioni.

A Venezia si trova la più antica chiesa legata alla Diaspora ortodossa, San Giorgio dei Greci, risalente al tredicesimo secolo, che molti turisti visitano.

Le Chiese ortodosse si caratterizzano per l'assenza di una struttura accentrata e per l'essere autonome ed indipendenti, rette da distinti patriarchi. I patriarchi più importanti sono quelli di Mosca, Gerusalemme, Alessandria d'Egitto e Costantinopoli.

Oggi abbiamo: la Chiesa di Costantinopoli (Istanbul), la Chiesa di Alessandria (Egitto), la Chiesa di Antiochia (la cui sede centrale è a Damasco in Siria), le Chiese di Gerusalemme, Russia, Serbia, Romania, Bulgaria, Georgia, Cipro, Grecia, Polonia, Albania, e America. Ci sono anche le Chiese "autonome" che hanno una certa dipendenza canonica con la Chiesa che le ha generate. Esse sono nelle Repubbliche Ceca e Slovacca, nel Sinai, a Creta, in Finlandia, in Giappone, in Cina e in Ucraina. Esiste, inoltre una grande diaspora ortodossa disseminata in tutto il mondo e suddivisa amministrativamente tra le varie giurisdizioni, ossia dipendenti dalle Chiese autocefale summenzionate.

Le feste

In generale nella religione ortodossa vi sono due principali festività, ossia il Natale e la Pasqua.

Il mondo slavo orientale, in gran parte russo ortodosso, usa però ancora il calendario giuliano, in ritardo di tredici giorni rispetto a quello gregoriano in vigore da noi come in gran parte del mondo.

Per gli Ortodossi ad esempio del Patriarcato di Mosca (ma non è così per tutti i Patriarcati) il Natale si celebra quindi il 7 gennaio, l'Epifania il 19 e così via. Per questa ragione la festività della Pasqua, che pure è una festa mobile che cade la domenica dopo l'equinozio di primavera fissato al 21 marzo, può coincidere o tardare da una a cinque settimane rispetto a quella cattolica.

Per gli ortodossi russi come per altre Chiese Ortodosse, diversamente rispetto alla moderna società del consumismo cattolica, la festa più importante e sentita è quella di Pasqua anziché Natale.

Il 7 Gennaio in molti Paesi non vi è l'usanza di dire "Buon Natale" come i cattolici bensì "Cristo è nato" ("Hristos se rodi") e si risponde "Vaistinus è nato" ("Vaistinus se rodi").

Analogamente a Pasqua non si ha l'usanza di dire "Buona Pasqua " ma bensì "Hristos Vaskrs" (Resurrezione di Cristo), mentre colui che riceve il saluto risponderà "Vaistinus Vaskrs" (la Resurrezione dello Spirito).

La tradizione delle uova pasquali esiste comunque anche presso gli Ortodossi, e forse presso questi è rimasto l'originario significato religioso e non ha ancora prevalso quello...dolciario.

Queste uova sono colorate e prima di essere mangiate devono essere rotte picchiandole uno contro l'altro.

Esistono varie interpretazioni della tradizione ortodossa delle uova.

Si racconta che Maria, dopo la Resurrezione di Cristo, sia andata dall'imperatore Tiberio a Roma e gli abbia portato un uovo colorato di rosso dicendo "Come l'uovo può prendere vita e diventare un pollo anche Cristo ha fatto rinascere il suo corpo morto; lo ha alzato dalla tomba portando salvezza all'umanità". Il colore rosso indica la felicità del popolo per questo avvenimento.

I due giorni che precedono la Domenica di Pasqua sono grassi. Il Venerdì è dedicato alla preghiera, nella Chiesa regna il silenzio, non vi è Messa; mentre nelle case (ma non nei negozi, negli uffici e dove si lavora) non si fanno i mestieri, le persone non devono usare soprattutto aghi e chiodi per non riaprire le ferite di Cristo. E' il giorno più rigido del digiuno in quanto, oltre a non poter mangiare le solite cose, non si possono bere gli alcolici. Invece si dice che il Sabato grasso, Cristo stava nella sua tomba. In questo giorno i fedeli vanno in chiesa e aspettano la Resurrezione. A mezzanotte essi escono dalla chiesa e fanno il giro intorno ad essa tre volte con in mano delle candele accese. Una leggenda narra che colui che nasce il giorno di Pasqua è in grado di trovare il tesoro nascosto.

L'alimentazione

Anche per i cristiani ortodossi esistono alcune pratiche e legami tra cibo e religione professata, e una conoscenza di tali elementi può permettere di interpretare certe richieste non nei termini di capricci ma di desiderio di rispettare osservanze religiose.

"L'uomo è un'unità di corpo e spirito. Se la preghiera ha bisogno dell'attenzione spirituale unita ai gesti del corpo, la vita spirituale ha bisogno d'essere accompagnata da una prassi particolare che riguarda anche il corpo. In questo senso, il corpo si "spiritualizza" e accompagna lo spirito nella sua elevazione verso la purificazione e la percezione di Dio. Il digiuno non è un ordine di Dio o un ordine della gerarchia ecclesiastica per conquistare una moralità, per chiedere a Dio qualcosa e, alla fine della vita, giungere al Paradiso. Un digiuno concepito così, oltre a spingere le persone verso l'ateismo, manifesta una profonda ignoranza della vita spirituale, vita che è intimamente legata a quella del corpo. Il digiuno nella Chiesa Ortodossa è pensato per essere fatto con equilibrio e per aiutare a rendere concreta la vita cristiana, non per svuotarla! Avere digiuno nel corpo significa, dunque, aver digiuno di Dio nello spirito. Rendere satollo il corpo significa intontire lo spirito e renderlo disattento verso le realtà spirituali.

Quest'ultimo caso è visibile chiaramente oggi.

Ci auguriamo che queste righe aiutino i cristiani ortodossi e quelli non ortodossi a comprendere l'originale valore di questa antica prassi ascetica che la Chiesa Ortodossa ha conservato nel suo senso originale.

In cosa consiste

Il digiuno consiste nell'escludere vino (e alcolici), olio e proteine animali (carne, pesce, uova, burro, latticini...) e nel consumare solo pane, pasta, riso, olive, ortaggi e verdure (cotte o crude), frutta fresca o conservata, ecc. Sono consentiti anche i crostacei: i molluschi – come si dice - non sono considerati né carne né pesce.

Quando si digiuna

In linea di principio, si digiuna ogni mercoledì e venerdì dell'anno; non si digiuna di sabato-domenica.

Digiuno eucaristico

E' proporzionato alla vita spirituale del singolo: c'è differenza, infatti, tra chi fa la comunione spesso e chi di rado; sarà opportuno, perciò, consultarsi con il proprio Padre spirituale. In genere, la sera avanti si fa una parca cena "quaresimale" e poi si resta a totale digiuno sino alla fine della Liturgia.

Digiuni principali

Inizio della Grande Quaresima (Lunedì puro); Grande Venerdì (prolungato al Grande Sabato); 14 settembre (esaltazione della Croce); 29 agosto (martirio del Precursore). Se questi due giorni capitano di sabato o domenica, si può fare uso d'olio e vino.

Digiuno delle Teofanie

15 novembre - 17 dicembre: digiuno con licenza (tranne mercoledì / venerdì) di pesce, olio e vino; 18 - 24 dicembre: digiuno con licenza d'olio e vino di sabato / domenica; 25 dicembre - 4 gennaio: nessun digiuno, neppure mercoledì / venerdì; 5 gennaio: digiuno con licenza d'olio e vino di sabato / domenica 6 gennaio: nessun digiuno, neppure mercoledì o venerdì

In questo periodo c'è licenza d'olio e vino (anche se mercoledì / venerdì): in novembre, il 16 (san Matteo), 25 (santa Caterina), 30 (sant'Andrea); in dicembre, il 4 (santa Barbara), 5 (san Sabba), 6 (san Nicola), 9 (sant'Anna), 12 (san Spiridione), 15 (sant'Eleuterio), 17 (san Daniele), 20 (sant'Ignazio). Il 21 novembre, Ingresso della Madre di Dio, c'è licenza di pesce, olio e vino anche se mercoledì / venerdì.

Digiuno pasquale

Settimana del Fariseo: non si digiuna, neanche mercoledì / venerdì. ; Settimana del Dissoluto: solito digiuno del mercoledì / venerdì. Domenica di Carnevale: da domani, esclusione di proteine animali; tranne che mercoledì / venerdì, licenza d'uova e latticini. Domenica dei Latticini: da domani, esclusione anche di uova e latticini Lunedì Puro: digiuno. Negli altri giorni di quaresima, tranne che mercoledì / venerdì, licenza d'olio e vino. Domenica delle Palme: licenza di pesce, olio e vino. Settimana Grande: digiuno, con licenza d'olio al Grande Giovedì. Pasqua: nessun digiuno per tutta la settimana Mercoledì avanti

l'Ascensione: licenza d'olio e vino. Pentecoste: nessun digiuno per tutta la settimana

Digiuno degli Apostoli

Comprende il periodo tra la domenica di Tutti i Santi e il 28 giugno; tranne che mercoledì / venerdì c'è ogni giorno licenza di pesce, olio e vino.

Digiuno del Transito

Rivive gli ultimi giorni della vita terrena della Madre di Dio (1/14 agosto); licenza d'olio e vino solo sabato / domenica. In questo periodo c'è licenza di pesce, olio e vino il 6 (Metamorfosi del Salvatore) e il 15 (Transito della Madre di Dio), anche se cadono mercoledì / venerdì

Memorie particolari

"Come nei casi già indicati, alcune memorie – quando cadono di mercoledì o venerdì – consentono l'uso d'olio, vino e pesce. Oltre alla festa onomastica o patronale (città, parrocchia, monastero), i giorni in cui il digiuno è mitigato sono:....."

(da una pagina web prodotta dalla redazione del periodico "Italia ortodossa")

L'amore per la tradizione porta un Ortodosso sincero a rispettare, per quanto gli è possibile e secondo le istruzioni del padre spirituale, tutte le prassi consigliate dai Santi Padri. Tuttavia queste possono variare un po' da regione a regione da popolo a popolo. In diaspora molti Ortodossi seguono assiduamente tali prassi ma a volte accade che gli impegni lavorativi o di viaggio impediscono l'adempimento a pieno del digiuno in una società che non prevedendolo non produce neanche cibi e mentalità idonee.

Comunque anche chi non lo segue normalmente lo rispetta oppure desidererebbe seguirlo facendo il possibile.

Per la pratica ortodossa il digiuno è per l'uomo e non l'uomo per il digiuno. Infatti il digiuno è prima di tutto terapeutico e serve per spogliarsi dalle passioni più grandi che affliggono l'uomo.

Nell'Ortodossia esiste ancora anche l'astensione da cibi e bevande dalla mezzanotte della sera precedente la comunione, e, a secondo delle regioni, dai 7 ad un giorno di astensione dal mangiare carne e unirsi con il coniuge.

Queste pratiche possono anche essere a volte non usate, ma difficilmente si trovano fedeli che vogliono rimuoverle. Più facilmente si possono incontrare ecclesiastici "teologi" che seguendo la moda del secolo vorrebbero o regolamentarle in una riforma sempre riduttiva o eliminarle come in Occidente.

Queste iniziative in Ortodossia cadrebbero nel vuoto anche se promulgate da un sinodo perché sarebbero in contrasto con il comune sentire del popolo di Dio che segue più le orme dei Santi Padri che prima di loro si sono uniti con Cristo e in Cristo Testimoniano la Via, più che la voce di qualche ecclesiastico che preferisce seguire il suo intelletto decaduto che l'esempio di chi è nella Salvezza-Cristo avendola vista e sentita.

Cenni essenziali

Quando Martin Lutero (1483-1546), all'origine monaco agostiniano di Erfurt e dal 1512 professore di esegesi a Wittenberg, pubblicò le sue 95 tesi (che, secondo un misto tra storia e leggenda, affisse alla porta del castello di Wittenberg) contro la vendita delle indulgenze invalsa nella Chiesa romana, diede l'avvio ad un movimento che andò ben oltre la sua persona.

Le principali confessioni protestanti nate dalla Riforma erano la Chiesa luterana e la Chiesa riformata, ma già nel Cinquecento si svilupparono altre correnti più radicali. Il numero delle confessioni e comunità religiose di tipo "protestante" è oggi incredibilmente alto: per esempio nei soli USA ne risultano registrate oltre 200. Luteranesimo, Calvinismo, Metodismo, Chiesa battista, Chiesa anglicana, Chiesa evangelica pentecostale, Chiesa valdese, Esercito della Salvezza, Quaccheri e Avventisti sono alcune delle confessioni e alcuni dei movimenti protestanti più diffusi.

L'attività missionaria di Chiese e movimenti religiosi protestanti ha esteso la loro presenza a quasi tutte le regioni del mondo.

Ad esempio la più grande missione luterana fino a poco tempo fa risultava trovarsi a Batak, in Indonesia.

"Un tratto comune alla maggior parte di questi movimenti", oltre a quello di avere un distinto rito delle funzioni religiose ed una distinta organizzazione e struttura dei funzionari ecclesiastici e talora di attribuire diversi valori e significati ai sacramenti, "è l'eredità puritana derivante dal Calvinismo: si predica una vita nella serietà, nel timore di Dio e nella moderazione, mentre si rifugge dal lusso e dal divertimento. In questo campo, tuttavia, a partire dal dopoguerra la moderna società del benessere ha portato grandi cambiamenti" (da "Il libro delle religioni" di Gaarder-Notaker-Hellern, ed. Corbaccio 2001 p.208).

Con l'accentuazione del dato secondo il quale vi è un rapporto diretto tra individuo e Dio senza particolari prescrizioni esteriori determinate da norme stabilite dall'Autorità ecclesiastica, i movimenti protestanti generalmente (ma non senza particolari eccezioni), anche per rifiuto delle tradizioni della Chiesa cattolica, non prevedono particolari doveri in relazione all'abbigliamento, all'alimentazione ed alle feste se non in certe comunità o in certi movimenti.

Generalmente parte di esse coincidono con quelle cattoliche.

"Gli Avventisti (il nome completo è Avventisti del Settimo Giorno) santificano il Sabato invece della domenica in base al precetto dell'Antico Testamento e al fatto che Gesù e i primi cristiani festeggiavano proprio questo giorno" (dal citato "Il libro delle religioni", p.216).

"Anche nella concezione della morale gli Avventisti hanno molti punti in comune con altre Chiese cristiane, ma in un campo specifico si distinguono in modo particolare: quello delle prescrizioni per condurre una vita sana. Non solo rifiutano alcool e tabacco, ma sono anche contrari a consumo di caffè, the e altre bevande che contengano sostanze nocive alla salute. Per quanto riguarda il cibo

si basano su diverse disposizioni dell'Antico Testamento. Inoltre seguono una dieta vegetariana" (dal citato "Il libro delle religioni". P. 216)

ALTRE CHIESE CRISTIANE

Melchiti, Maroniti, Caldei... Chi sono? Sono cristiani, cattolici (ma non solo) che nel Medio Oriente vivono in mezzo all'Islam. Dal Marocco agli Emirati Arabi, passando per il Nord Africa, vivono Chiese cristiane, antichissime.

E' poco saputo, ma nei Paesi arabi del Medio Oriente a maggioranza musulmana, ci sono comunità cristiane risalenti alla predicazione apostolica, quindi a 6-7 secoli prima della conquista musulmana. Etnicamente i due gruppi religiosi appartengono allo stesso popolo, parlano la stessa lingua e condividono la stessa cultura. La convivenza pacifica di molti secoli ha favorito un arricchimento reciproco. Delle difficoltà sono sempre esistite nel corso della "storia comune che ha unito Cristiani e Musulmani nell'Oriente arabo" e che li ha visti "riunirsi in quell'unico crogiolo che è la civiltà araba, per quanto ciascuno abbia conservato la specificità del proprio patrimonio". Tali difficoltà hanno causato, in alcune epoche, "tendenze al fanatismo, confessionalismo estremisti e guerre religiose" (dalla Lettera pastorale dei Patriarchi Cattolici d'Oriente, in occasione del Natale 1994), ma sono sempre seguiti dialoghi e riappacificazioni.

Fra le comunità cattoliche del Medio Oriente, in collegamento con la Congregazione romana per le Chiese orientali, la collaborazione non è mai mancata. La Chiesa maronita, la Chiesa greco-melchita, la Chiesa copta cattolica, la Chiesa siro-cattolica, la Chiesa armena cattolica e la Chiesa caldea (cattolica) hanno sempre lavorato in forma sinodale (cioè assemblee che trattano problemi religiosi) nel quadro del mondo ottomano, poi arabo, mentre uno stesso Codice di diritto canonico per le chiese orientali è stato l'elemento coordinatore fra loro nel corso del Novecento.

"Chiese dimenticate? Sì, sono forse quelle del mondo arabo, dove per altro lavorano numerosi missionari, uomini e donne del nostro Paese con alla testa vescovi di origine italiana.[...]. Alcune statistiche ci rivelano che vi sono differenze molto grandi fra tutte queste Chiese. Nei quattro Paesi detti del Maghreb ("Là dove il sole tramonta"), Marocco, Algeria, Tunisia e Libia i Cristiani restano appena 100.000, dei quali il più numeroso gruppo si trova in Libia. Ma nel Medio-Oriente, i Cristiani delle Chiese orientali, divise in comunità diverse, secondo i diversi "riti" (I Melchiti, per esempio, dei quali i Padri Bianchi sono stati i formatori del clero fino al 1968, I Maroniti, I Caldei in Irak ecc...) salgono già ad alcuni milioni. Queste Chiese, provenienti da un unico ceppo etnico e culturale, sono anteriori all'Islam di cinque secoli. Sono quindi 'a casa loro'. Non bisogna dimenticare e sottovalutare l'importante comunità cattolica che gravita intorno all'Arabia Saudita. Se in questo Paese il Cristianesimo è severamente interdetto, non è la stessa cosa negli Emirati Uniti. Vi sono in questi piccoli Stati e nel Kuwait più di 900.000 Cattolici, per lo più di origine filippina. Non è molto che un giovane padre bianco di origine irlandese, Mike O'Sullivan,

studente presso il Pontificio Istituto di Studi Arabi e Islamologici di Roma (PISAI), avendo trascorso un estate nel Dubai, dichiarava: "Il Sabato sera e la Domenica si celebrano dieci Messe e la chiesa parrocchiale ha una capacità di 2000 posti!" (da "La chiesa degli Arabi" di Joseph Vandriss, sul n. 1/1998 di "Africa").

Senza poi allontanarci così tanto va ricordato che pure nel territorio veneziano vi è da decenni o in certi casi addirittura da secoli una convivenza civile tra diverse comunità religiose oltre a quelle ben note cattolica ed ebraica.

Assieme alla già ricordata comunità greco-ortodossa esiste pure la comunità armena, la comunità anglicana, la comunità luterana, la comunità valdese e metodista e quella battista.

Per avere una iniziale conoscenza di tali fedi religiose e la presenza di esse nel territorio veneziano segnalò l'interessante e ben curata pubblicazione a cura di Nicoletta Benatelli "Tra fede e storia. La presenza delle comunità religiose a Venezia" pubblicato dal Centro Pace della Città di Venezia e distribuito dall'Assessorato al Centro Pace del Comune di Venezia.

Le Religioni del subcontinente indiano

A mio avviso, prima di descrivere brevemente le principali religioni e correnti religiose che sono sorte e quelle che sono tutt'ora maggiormente professate nel subcontinente indiano, sono utili, per la comprensione dell'argomento, alcune considerazioni a titolo di premessa.

Parlare delle religioni e delle correnti religiose del subcontinente indiano implica il parlare della società e dei rapporti intersociali esistiti ed esistenti, anche se si è già parlato di tradizioni e abitudini della società indiana sempre più presente come cliente in numerosi alberghi.

Per "subcontinente indiano" va intesa quella vasta porzione peninsulare dell'Asia circondata dall'Oceano indiano Mar Arabico e Golfo del Bengala e delimitata a Ovest dalle catene montuose pakistane, a Nord dal versante cinese della catena montuosa dell'Himalaya, a Est dal confine birmano. Detta area dunque non solo comprende l'India, ma include pure il Pakistan, il Nepal, il Buthan, il Bangladesh e lo Sri Lanka, con una popolazione complessiva di circa un miliardo e mezzo di persone.

Oltre all'estensione dell'area ed il numero degli abitanti il fatto di essere stata culla di numerose religioni e civiltà rende possibile considerare questa ampia regione come una parte del mondo a sé al pari di un intero continente, con propria omogenea identità storica e culturale articolata in diverse società presentatesi nel corso delle epoche.

Anche la sola India per la sua ampiezza e densità di popolazione andrebbe considerata anziché un singolo Paese come una realtà geopolitica del tutto analoga ad esempio alla Comunità Europea: tra la società e cultura del Kashmir e quella dell'Arunachal Pradesh e quella ancora del Tamil Nadu vi sono caratteristiche, fattori geografici e storico-culturali difficilmente assimilabili ad unica realtà al pari di una ipotetica riduzione ad unica identità sotto i medesimi profili delle società della Gran Bretagna, della Grecia, della Finlandia e dell'Italia.

Questa considerazione ("un mondo a sé") della realtà presente e passata del subcontinente indiano è ritenuta particolarmente appropriata da quasi tutti gli studiosi perché la comprensione delle abitudini e delle mentalità di queste popolazioni (e questo non solo, si badi, con riferimento alle élites intellettuali, ma anche con riferimento ai ceti medio-bassi) non è possibile attraverso i soli termini e concetti normalmente diffusi nel pensiero occidentale.

Il Subcontinente indiano ha una storia religiosa che risale almeno al 2500 a.C. e fino ai giorni nostri ha visto una evoluzione e trasformazione delle religioni e della società difficilmente paragonabile ad altre culture.

In India in particolare hanno convissuto per secoli numerose e diverse religioni, sia autoctone che alloctone, trovando ciascuna il proprio spazio e la propria libertà, anche se il problema ad esempio della coesistenza dei Musulmani e degli Indù o di altre confessioni nel postcolonialismo non è ancora completamente e definitivamente risolto: episodici disordini locali lo ricordano di tanto in tanto.

Va ricordato che nel subcontinente indiano, secondo certe versioni storiche (da certi ritenute un misto con la leggenda), la diffusione del Cristianesimo risalirebbe al I° sec. d.C. ad opera dell'apostolo San Tommaso. Risulta certo invece che ora tra il 2,5 e il 4% della popolazione è cristiana ("solo", si fa per dire, tra i venticinque e i quaranta milioni...), ossia superiore ad una grande religione nata in India, ossia il Sikhismo (pari a circa il 2% della popolazione indiana).

Fin dal secolo VIII°, inoltre, l'Islam arrivò in India non solo attraverso i commerci, ma anche grazie alle conquiste, e dal 1526 fu fondato nel nord dell'India l'impero islamico dei Moghul, durato fino al XVIII° secolo, ossia fino all'arrivo del colonialismo inglese. Tale storico Impero si consolidò in particolare con Akbar (1556-1605), eminente e tollerante, che portò alla sua corte gli eruditi di tutte le grandi religioni, per garantire la coesistenza di diverse forme di dottrine di fede. Attualmente in India vi sono circa centoquaranta milioni di Musulmani e negli Stati a maggioranza islamica che una volta facevano parte dell'India (Pakistan e Bangladesh) ora vi sono circa duecentocinquanta milioni di Musulmani.

Affrontare un orizzonte culturale così diverso da quello occidentale non è un impegno facile, soprattutto quando ci sono tanti pregiudizi infondati e conoscenze approssimative. Va riconosciuto che comunque agli occhi dell'occidentale l'Induismo si manifesta come misterioso, lontano, difficilmente accessibile all'esperienza occidentale.

Per gli occidentali, ciò che è considerato come oggetto di percezione immediata, e di cui siamo assolutamente sicuri, è il mondo esterno (questa cosa che sta davanti a me, le nuvole nel cielo, il volto della persona con cui sto parlando...). Al contrario, quello che potremmo chiamare il mondo spirituale, il mondo dell'anima, il mondo di Dio, appare come in secondo piano, problematico e, al limite, illusorio.

Per l'India tradizionale, invece, ciò che viene percepito per primo, ciò di cui si è certi, è il mondo interiore (il mondo invisibile, il mondo dell'anima, il mondo di Dio). Il mondo esterno è quello che ha un'esistenza secondaria, problematica e, al limite, illusoria: è maya, illusione. Di conseguenza, il cammino religioso dell'induista consisterà sostanzialmente nel convincersi dell'esistenza di una sola realtà, quella che sta al di là dell'irrealtà del mondo delle apparenze, sebbene anche quest'ultimo, nella sua vita quotidiana, venga considerato come realmente esistente.

Questo però non vuole dire che l'Induista o il Buddhista viva esclusivamente in

un mondo spirituale e non abbia alcun senso della concretezza e dell'impegno nello sforzo di essere produttivo nel mondo e nella vita quotidiana.

Individuate queste caratteristiche di base, che condizionano la mentalità e la cultura, si potrebbero elencare molti campi in cui l'India e l'Occidente si contrappongono quasi punto per punto.

Così, mentre l'Occidente è spontaneamente orientato verso il futuro, l'Induista tradizionale è spontaneamente rivolto verso il passato, che racchiude l'esperienza millenaria degli antichi.

Mentre l'occidentale moderno professa l'uguaglianza tra gli uomini (*homo aequalis*) e cerca persino di arrivare a una "società senza classi", l'Induista concepisce spontaneamente un'organizzazione gerarchica della società ("Homo hierarchicus", titolo tra l'altro di uno dei più importanti libri di analisi della filosofia e società indiana ad opera di uno dei massimi studiosi dell'argomento, L. Dumont), da cui deriva, in modo del tutto naturale, una società di caste.

Un altro aspetto: la stessa struttura mentale degli Orientali, ben oltre i confini dell'India, è radicalmente diversa dalla Europea. Leggiamo come un Giapponese sviluppa il raffronto. Lo spirito occidentale, scrive, è analitico, scientifico, ama generalizzare, elaborare delle leggi, organizzare. È schematico, impersonale e nello stesso tempo dominatore...

Al contrario, lo spirito orientale è sintetico, intuitivo, soggettivo, spiritualista. E aggiunge questa osservazione: "per l'occidentale, il "sì" è "sì" e il "no" è "no"; il "sì" non può mai essere un "no", e viceversa. Per l'Oriente, il "sì" scivola verso il "no" e il "no" verso il "sì"; non esiste per lui un'opposizione netta fra i due; la natura stessa della vita vuole così". Questo in generale vale non solo per le persone provenienti dal subcontinente indiano, ma, come accennato in precedenza, anche per i Giapponesi e i Cinesi ed altre società dell'Estremo Oriente.

Le tinte vivaci dei vestiti, l'atmosfera un po' magica dei templi, dei paesaggi e della vita dei villaggi e la sconfinata letteratura relativa a miti e leggende dell'India non sono scomparsi, ma anch'essi si stanno evolvendo e cambiando peso e ruolo nella millenaria società e cultura di questa parte del mondo.

Inoltre, la coesistenza di diversi culti (talvolta, come si dirà più avanti, anche riconducibili alla stessa religione) ha dato luogo ad interessanti forme di sincretismi. In un sistema filosofico o religioso il sincretismo è la fusione di teorie e dottrine diverse, compiuta in modo cosciente e mai casuale. In ambito religioso viene inteso come l'integrazione di teorie religiose con elementi di altre.

Degli esempi? Secondo alcuni il Sikhismo è un valido esempio di combinazione tra credenze indù e musulmane presenti nel territorio indiano, mentre io aggiungo il caso che può essere osservato in un orfanotrofio cattolico fuori Madras, nel sud dell'India, dove una statua di Maria presente nel cortile centrale è posta sopra un fior di loto, elemento caratteristico e ricco di significati per le religioni induiste e buddhiste.

Il binomio società-religione in tale area è da sempre stato particolarmente solido, in particolare per quanto riguarda le differenze di posizioni nella comunità.

Va detto che nella maggior parte dei casi i visitatori delle nostre città prove-

nienti dal subcontinente indiano e altri Paesi vicini appartengono al cetto medio-alto e normalmente di buona istruzione di stampo occidentale, e pertanto in loro vi è una certa apertura mentale in relazione a tale binomio per cui da parte degli stessi solitamente non vi è quella rigidità di visioni dei rapporti sociali ancora presente nei livelli inferiori della loro società, specie per quello che riguarda l'ordine e la divisione della comunità in caste.

Insomma, "si fa presto a dire India e dintorni"....., ma non c'è motivo di spaventarsi o considerare impossibile entrare in sintonia.

Cenni essenziali

E' la religione più antica e caratteristica dell'India, fatta risalire secondo certi studiosi addirittura al 2500 a.C. circa.

In realtà essa è diffusa anche in Paesi esterni al subcontinente indiano, ed anche in altri continenti. Ad esempio è induista il 41% della popolazione delle Fiji, il 34% della Guyana, il 52% degli abitanti delle Mauritius, il 7% degli abitanti della Malesia e di Singapore (fonte: R. Axtell, "Do's and Taboos of hosting international visitors", 1990 Wiley & sons).

L'Induismo, a differenza delle altre grandi religioni non ha specifici fondatori, né una organizzazione o una dottrina codificate ed ha un'articolazione che col tempo ed una secolare "stratificazione" dei tipi e modalità di culti (ossia un affiancarsi di correnti, pratiche e dottrine che non vanno a negarsi reciprocamente) è venuta a comprendere in sé quasi tutte le espressioni religiose dell'umanità, dal culto della divinità naturale al politeismo fino ad arrivare al monoteismo filosoficamente strutturato ed al credo di una legge naturale dominante su tutto (dharma).

Senza entrare nello specifico delle epoche e della trasformazione storica e del ruolo della religione induista in India e nel mondo qui molto sinteticamente può dirsi che l'Induismo è una religione costituita da un complesso di dottrine che nel corso dei secoli ha subito diverse evoluzioni e cambiamenti, senza mai basarsi esclusivamente su speculazioni metafisiche o rigide pratiche ma, piuttosto, sulla importanza della legge morale che pervade tutto l'Universo. Considerato come sviluppo del brahmanesimo, è solitamente distinto in tre fasi: quella più antica (vedica), quella del brahmanesimo e quella dell'Induismo propriamente detto.

I testi sacri rimangono nel corso dei secoli i Veda insieme ad altre raccolte di importanza normativa variabile anche a seconda dei gruppi e ceti interessati (aforismi, raccolte di leggende, due famosi poemi epici indiani, il Ramayana e il Mahabharata).

"L'Induismo è una religione tipicamente indiana, che non si propone di attuare alcuna azione di proselitismo al di fuori della sua cerchia culturale. In realtà essa ha svolto un'opera di missione in Indocina e Indonesia ma non per conquistare 'singole anime', bensì, in una visione più ampia, per assorbire interi ceppi di

popoli come 'nuove caste'. Ciò non toglie comunque che alcuni pensatori brahmanici ed alcuni santoni esercitino, del tutto consapevolmente, un influsso sul pensiero di uomini che semplicemente si rivolgono all'Induismo, come è avvenuto, per esempio, a seguito della moda del 'viaggio in India', negli anni '60 e '70 del nostro secolo, diffusasi in Europa e negli USA" (da "Religioni del mondo" ed. Konemann, 1997, pag.7)

Come accennato, l'Induismo costituisce oggi una variegata moltitudine di diverse forme di culto che qui è praticamente impossibile analizzarle tutte. Posso limitarmi qui ricordare che il culto si concentra soprattutto su due dèi (anche se il pantheon induista comprende diverse decine di divinità diffusamente e frequentemente venerate e un'impressionante numero, nell'ordine di milioni, di altre con carattere più locale): Vishnu, che nella epoca moderna ha assunto particolare importanza nella sua duplice manifestazione di Rama e Krishna, e Shiva. Tre elementi, tuttavia, sembrano unire tutti gli Indù: la casta, la vacca sacra e il karma.

Il sistema delle caste in India ha rappresentato e continua a costituire la cornice della vita del singolo, in qualche modo con ruolo analogo ma più rigido di quanto avviene per la tribù in Africa. "La Costituzione indiana, entrata in vigore nel 1947, ha però introdotto il divieto di discriminazione per motivi di appartenenza alla casta. Ma un atto legislativo non è sufficiente a cancellare le antiche distinzioni sociali e religiose e il sistema di caste gioca tuttora un ruolo importante soprattutto nei distretti rurali" (da "Il libro delle religioni" di Gaarder-Notaker-Hellern, citato, pag.48).

Come già sopra ricordato, gli Induisti che vengono in Italia per turismo o affari generalmente possiedono un buon livello di istruzione e posizione sociale medio-alta e dimostrano una apertura mentale in relazione a tale concezione che non pone insanabili conflitti e problemi nei rapporti interpersonali, anche se in alcuni casi possono esservi delle incomprensioni o differenti atteggiamenti.

"Per gli Indù, oltre alla vacca [notoriamente venerata in considerazione della fertilità e utilità nella vita rurale che rappresenta], altri animali sono ritenuti sacri. In primo luogo la scimmia, il cocodrillo e il serpente. Inoltre la religione condanna l'uccisione degli animali e ciò ha favorito l'affermarsi delle diete vegetali presso molti indù e ha gettato le premesse per quell'ideale della non-violenza, noto in Occidente soprattutto grazie a Gandhi e alla battaglia per l'affrancamento dal colonialismo inglese" (dall'ultimo libro citato, pag. 48).

"La dottrina del karma (azione), e la trasmigrazione delle anime a questa collegata, è la chiave di volta di tutti i sistemi induistici, indipendentemente dalla loro visione della divinità. Lo scopo di ogni vita umana è assicurarsi una buona reincarnazione mediante buone azioni" (dal citato "Religioni del mondo", pagg 18-19). Molti Indù cercano di assicurarsi felicità terrena, buona salute, ricchezza e altro mediante le offerte di sacrifici e le buone azioni. Lo scopo finale, la liberazione del ciclo malefico (chiamata con varie espressioni a seconda della strada seguita, atman, moksha, bhakti), ritenuta possibile per tutti a prescindere dalla casta di appartenenza, rimane comunque lo stesso per tutto l'Induismo.

Per un Induista generalmente “fare è più importante di pensare”: la giusta prassi è più importante del contenuto della fede stessa. Alcuni celebrano una funzione (puja) più volte al giorno, altri in un giorno particolare della settimana (di regola il venerdì).

Le feste

Veramente impossibile citarle tutte, sia perché variano a seconda della corrente o pratica e molte sono legate a divinità protettrici di singoli villaggi o degli Stati presenti in India, sia perché la religione induista segue un proprio calendario, in gran parte legato alle fasi lunari e con date diverse di anno in anno secondo quello gregoriano.

Per esempio, la festa Navaratri si celebra in onore delle nove incarnazioni di Durga (Durga è la consorte di Shiva con il quale vive sul monte sacro Kailash), che è l'aspetto femminile della divinità (a quanto mi risulta solamente nell'Induismo esiste questo concetto di estensione del Divino all'aspetto femminile, visto come Dio assoluto, divina Madre del mondo: senza Durga, Shiva non si può esprimere, egli è l'anima di Durga, poiché essi sono in identità) viene festeggiata due volte l'anno, nel mese di Chaitra (aprile-maggio) e Asvayuja (settembre - ottobre), nei due periodi importanti di cambiamento della natura: l'inizio dell'estate e l'inizio dell'inverno. Questa festività Durga puja ricorre in tutta l'India e, pur essendo celebrata in vari stili, assume importanza speciale nel Bengala dove la Durga puja è una grandissima celebrazione e tutte le famiglie si riuniscono per commemorarla. L'immagine della Devi viene adorata per nove giorni e il decimo (vijaya dasanami) viene portata in processione per tutte le strade dei villaggi e delle città. Gli abitanti di questa regione, molto devoti alla Madre Durga, risparmiano denaro per acquistare, in questa occasione, sari nuovi e sete scintillanti da offrire alla divinità.

La festa di Divali, festa delle luci, si celebra negli ultimi due giorni della luna nera del mese di Kartik (ottobre - novembre) e dura tre giorni. Nel sud India, in questi giorni, di mattina molto presto, alle quattro, dopo il brahmamuhurta, gli Indù si lavano, si cospargono il corpo di olio e indossano, così puliti e profumati, vestiti nuovi. I più fortunati fanno il bagno nel fiume Gange in segno di purificazione. In questi giorni, soprattutto nel Nord, i commercianti approfittano per iniziare i nuovi libri contabili e pregano Laksmi per il successo e la prosperità della loro attività. Tra il tredicesimo e il quattordicesimo giorno della luna nera di phalguna (febbraio-marzo) cade la festività di Shiva Ratri.

Letteralmente il nome della festività significa la notte di Shiva, infatti, le cerimonie iniziano durante la notte e continuano per diversi giorni. Durante la festività di Shiva Ratri, si osservano digiuni e austerità; molti devoti non bevono neanche un a goccia d'acqua e vegliano tutta la notte cantando il Maha mantra di Shiva. Ad Haridwar, ai piedi dell'Himalaya, non lontano dalle sorgenti del sacro fiume Gange e a Benares, questa festività ha una atmosfera unica.

Tra tutte le feste e celebrazioni quella comunque più famosa e grande è il Maha Kumbh Mela, senza ombra di dubbio la più grande festa religiosa di tutto il

subcontinente indiano, per alcuni addirittura di tutto il mondo.

Questo importantissimo Mela (fiera) si svolge ogni 12 anni in quattro città indiane, per la precisione Allahabad, Haridwar, Nasik e Ujjain. Quello che si svolge ad Allahabad è il più grandioso e sacro. L'ultimo Maha Kumbh Mela svoltosi tra gennaio e febbraio 2001 ha visto parteciparvi circa venti milioni di fedeli ed è stata forse la prima volta che una festa religiosa non cristiana ha avuto a livello mondiale un interesse mediatico come quello registrato in tale occasione. Secondo la mitologia indù gli dei e i demoni combatterono nella notte dei tempi una aspra battaglia durata 12 giorni per impossessarsi del kumbh (brocca, anfora) che conteneva il sacro nettare dell'immortalità. Gli dei vinsero la battaglia, Vishnu trafugò la brocca facendo cadere quattro gocce del prezioso nettare e queste caddero dove ora sorgono le quattro città sante in cui si svolge ogni 12 anni il Maha Kumbh Mela. La frequenza non è casuale, poiché secondo la mitologia indiana un giorno della vita di un dio corrisponde a un anno della vita di un uomo.

Gli Induisti in Italia sono ben consapevoli della differenza dei luoghi e del ritmo di vita e di lavoro qui presente, e solitamente le celebrazioni si svolgono nello spazio privato domestico, al più svolgendo all'"esterno" quanto appare compatibile (digiuni, talvolta abbigliamento "da festa").

L'alimentazione

Per quanto sopra ricordato in relazione alla venerazione della vacca sacra ed il rifiuto di commettere violenza sugli animali, gli Induisti solitamente non considerano buona azione mangiare carne ed in particolare quella bovina (in India può assumere aspetto di vero peccato e offesa religiosa) e per alcuni in generale carne animale, preferendo così dieta vegetariana che a seconda dei casi può o meno includere il pesce. E' di carattere generale anche la preferenza dell'astensione da bevande alcoliche e diverse comunità e correnti induiste prevedono durante l'anno (il loro anno), specie in occasione di feste e ricorrenze, diversi digiuni solitamente di durata variabile (per es. dall'alba fino a quella del giorno successivo, o solo dall'alba al tramonto dello stesso giorno)

Altri aspetti della vita quotidiana del mondo induista

E' già stato ricordato che l'Induismo in generale non stabilisce rigidi precetti e dogmi.

Gli Indiani tradizionalisti comunque non indossano mai niente per caso, ogni cosa ha sempre un significato particolare. Nell'abbigliamento vi sono piuttosto pratiche legate alla idea del vestito come elemento di espressione di distinzione di appartenenza religiosa oppure nell'uso di un colore per tradizione o talvolta l'indossare un determinato colore ha valenza di preghiera (per esempio per certi è l'arancione), anche se per alcune correnti ha un più intenso ruolo nella dimensione della fede religiosa. Per esempio le donne sposate portano il bindi (un puntino colorato sulla fronte) di colore rosso, le ragazze nubili lo indossano di vari colori, abbinandolo al vestito che portano, mentre le vedove lo tolgono.

Inoltre le spose hanno sulla cute una riga di polvere rossa, che viene loro sparsa dai mariti il giorno del matrimonio: in questo modo tutti possono capire che sono donne sposate, a cui si deve rispetto. Per gli Indiani più legati alla tradizione il bindi non costituisce un elemento puramente estetico, ma assume anche un significato sociale e religioso in qualche aspetto analogo alla fede che le donne cristiane portano al dito. In India non esiste la moda, ma una maniera di vestirsi che si basa essenzialmente sulla concezione del corpo. Le donne considerano sacro il proprio fisico, e sacri sono anche la sensibilità e il pudore che le spingono a coprirsi. I vestiti indiani non mettono mai in mostra le forme femminili, ma tendono a coprire ogni parte la cui visione provocherebbe vergogna e imbarazzo: le gonne arrivano sempre sotto il ginocchio, le scollature non esistono, scialli e sciarpe leggere si aggiungono alla veste e avvolgono il seno.

Cenni essenziali

Secondo alcuni il Buddhismo non è una religione poiché non ha un dio e pertanto viene considerato un sistema filosofico e un codice morale. In effetti il Buddhismo non ha affermato o contestato l'esistenza di un dio personale, ma non attribuisce a questo fatto alcuna importanza e considera tempo sprecato quello dedicato alla speculazione sulla presenza e sulle proprietà degli dei, che peraltro non nega in termini assoluti. Quando il Buddha, in tempi successivi, è stato considerato un'incarnazione del Nirvana è diventato, per ciò stesso, oggetto di venerazione religiosa .

Riportandomi alle considerazioni generali in precedenza esposte a mio avviso esso risulta invece un movimento religioso, nato principalmente come risposta alla rigidità del binomio religione-società che ha da sempre contraddistinto l'Induismo. Queste due religioni hanno in effetti diversi punti comuni. Infatti il Buddhismo si è sviluppato come una distinta via per la salvezza all'interno dell'Induismo, e il fatto che l'uomo sia legato ad un ciclo continuo delle rinascite era per il Buddha un punto di partenza naturale.

Il numero dei Buddhisti nel mondo è incerto in quanto bisogna considerare le varie diramazioni del Buddhismo, si pensa intorno ai 500/600 milioni e può essere considerata la quarta religione nel mondo.

Il Buddhismo “abbraccia molte interpretazioni dei concetti basilari che iniziarono con l'illuminazione del Buddha nell'India settentrionale circa 2500 anni fa. Siddharta Gautama [conosciuto anche come Shakyamuni (565-486 a.C. ca.)], principe per nascita, si dice sia il quarto Buddha ('l'illuminato'), e non si crede che sia l'ultimo. Poiché i Buddhisti credono che raggiungere l'illuminazione sia il fine di ogni essere, tutti gli uomini possono diventare Buddha.”

“Il Buddha non scrisse i suoi damma (insegnamenti), e in seguito vi fu uno scisma per cui oggi esistono due principali scuole di Buddhismo. La Theravada o Hinayana, 'dottrina degli anziani' o 'del piccolo veicolo', sostiene che per raggiungere il nirvana, il fine ultimo di ogni buddista, si deve 'lavorare per la propria salvezza con diligenza'. Al contrario, la scuola Mahayana, o del 'grande carro', sostiene che la fede è sufficiente ad abbracciare tutta l'umanità e portarla alla salvezza.”

Esiste anche una terza scuola Buddhista, la 'Via del diamante' o Vajrayana, praticata come religione maggioritaria in Tibet e Mongolia, ma anche diffusa ampiamente in Corea, Cina e Giappone e in Europa Occidentale e negli Stati Uniti. E' il movimento che ha come capo spirituale in una sua corrente il Dalai Lama. "La scuola Mahayana non ha respinto gli insegnamenti della Theravada e sostiene di averli ampliati; la scuola Theravada vede la Mahayana come una corruzione degli insegnamenti del Buddha. E' vero che la scuola Mahayana offre la cosiddetta 'opzione morbida' ('abbi fede e tutto andrà bene'), mentre le Theravada è più austera, ascetica e difficile da praticare. Nel mondo buddhista di oggi il Buddhismo Theravada è praticato in Sri Lanka, Thailandia, Myanmar (Birmania), Vietnam, Laos e Cambogia; il Buddhismo Mahayana è seguito in Giappone (vi è in tale Paese la potente corrente-setta Soka Gakkai, che esercita notevole influenza nel mondo della politica e degli affari), Vietnam e tra i buddisti cinesi. I termini 'grande' e 'piccolo' veicolo furono coniatati dalla scuola Mahayana."

"Ci sono anche altre divisioni del Buddhismo, come il Buddhismo tantrico nel Tibet, praticato anche in Nepal, o le scuole di Buddhismo Zen in Giappone"

"Il Buddha insegnò che la vita è sofferenza, e che la felicità nella vita è un'illusione, Nascere è soffrire, vivere e faticare è soffrire, morire è soffrire. Il ciclo della vita è sofferenza ma la sofferenza umana è causata dall'ignoranza, che ci fa desiderare cose che crediamo possano alleviare il dolore. E' un errore, poiché solo suggerendo lo stato di assenza di desiderio si ottiene la vera felicità. Per fare questo bisogna guardarsi dentro, dominare la propria mente e trovare la pace interiore."

"Buddha perciò predicò le quattro nobili verità:

1. *tutta la vita è sofferenza*
2. *la sofferenza deriva dal desiderio*
3. *quando si abbandona il desiderio la sofferenza cessa*
4. *il 'sentiero mediano' è il modo per eliminare il desiderio"*

(da "Sri Lanka" trad. M.C.Pasetti, E.D.T. 1993, pag. 18)

Quindi secondo la religione buddhista tutto è dolore, il dolore è nel mondo materiale, esso può comunque essere eliminato e lo si fa mediante il sentiero mediano per l'eliminazione del desiderio e l'estinzione della sofferenza costituito da otto azioni 'corrette' ("ottuplice sentiero", in quanto si articola nei seguenti punti: giusta conoscenza, giusta risoluzione, giusto uso della parola, giusta pratica, giusta condotta di vita, giusto sforzo, giusta attenzione, giusta meditazione), costituenti un processo evolutivo che attraversa molti stadi di sviluppo spirituale conducono al Nirvana (salvezza suprema) che è rettitudine di vita e di pensiero e che conduce al fine ultimo della morte senza ulteriori rinascite dovute alla metempsicosi (reincarnazioni legate al karma come per gli induisti).

Il Buddhismo, in parte già noto fin dai tempi di Alessandro Magno, si è avvicinato per la prima volta su vasta scala alle élites del pensiero europeo ancora nel 1818 grazie alla popolarità di cui godette l'opera di Artur Schopenhauer *Die Welt als Wille und Vorstellung* ("Il mondo come volontà e rappresentazione").

Come sopra esposto anche il Buddhismo ha una notevole eterogeneità, ma alcune linee generali di etica e di stile di vita sono generalmente comuni.

“Nella vita concreta, quotidiana, il Buddhismo impone cinque regole di condotta:

1. *non danneggiare alcuna creatura vivente*
2. *non prendere ciò che non si è ricevuto (non rubare)*
3. *non comportarsi scorrettamente in rapporto ai piaceri sensuali*
4. *non dire il falso*
5. *non fare uso di alcool o di droghe*

Queste regole di vita sono spesso presentate come cinque comandamenti, ma il Buddhismo in realtà non riconosce alcuna entità superiore che possa imporre all'uomo le regole di vita. Per cui esse non vengono formulate come ordine, ma sono espresse in questo modo: 'Cercherò di imparare a non danneggiare alcuna creatura vivente'”(da “Il libro delle religioni”, citato, pag. 69)

Le feste

Le varie tradizioni buddhiste hanno diverse festività in relazione al calendario buddhista, che è lunare, rendendo così variabile la data della ricorrenza in coincidenza della fase di luna piena, ed anche al Buddha da loro in particolare venerato ovvero alcune sono legate a feste nazionali o locali, anche se non mancano alcune solennità religiose comuni ai fedeli di tutti i paesi e di tutte le scuole.

La festa più importante in molti Paesi risulta essere il Vesak (vaisakhla-puja), una celebrazione comune alle differenti scuole, la più importante del Buddhismo in diaspora, che ricorda tre momenti della vita del Buddha Gautama (nascita, illuminazione e parinirvana) e che solitamente cade nel nostro mese di maggio.

Nel Buddhismo ‘meridionale’ (quello Theravada così chiamato perchè dall’India, sua patria di origine, imboccò una pista meridionale attraverso il Sud-est asiatico), il ciclo religioso si apre con il festeggiamento dell’anno nuovo, di solito in aprile

Il Buddhismo thailandese e ‘meridionale’ in generale non osserva un ‘Sabbah’ particolare o un preciso giorno della settimana in cui i fedeli sono tenuti a rendere visita al tempio, e neanche esiste qualcosa che corrisponda a una liturgia o una messa celebrata da un sacerdote. Per i Buddhisti theravadici giorno di particolare preghiera è quello che cade in corrispondenza di ogni luna piena e di ogni luna nuova, ossia ogni 15 giorni, senza che questo diventi “giorno di festa” nel senso di astensione del lavoro per celebrazioni e preghiere.

L'alimentazione e altri aspetti della vita quotidiana del mondo buddhista

Il Buddhismo non è severo come l'Islam nei riguardi dell'uso di alcolici: segue anche in tale occasione il criterio della giusta condotta di vita che ritiene buona azione il non eccedere.

Parimenti, anche se un Buddhista può mangiare carne non lo deve fare in modo esagerato perché indirettamente contribuirebbe ad una forma di violenza verso altri esseri viventi.

Secondo certi correnti, in particolare quelle tibetane, non è considerato un buon agire anche il mangiare pesce di fiume.

L'essere vegetariani non è dunque una regola ferrea del Buddismo, anche se molti monaci ed alcuni laici per fervore religioso hanno eliminato per loro libera decisione la carne dalla loro alimentazione.

Alcuni laici si impongono, specie in determinati periodi una più severa disciplina che può portarli, ad esempio, ad imitazione dei monaci, al non mangiare in orari proibiti (ossia dopo le 12).

La religione buddhista non prevede particolari prescrizioni circa l'abbigliamento se non per chi sta conducendo vita monacale e i sacerdoti.

Anche per i Buddhisti valgono comunque i discorsi brevemente accennati sopra per gli induisti in relazione alla materia degli abbigliamenti "ristretti".

Cenni essenziali

Secondo alcuni più che una vera religione è da considerarsi un movimento sintetico di ispirazione religiosa.

Poco conosciuto al di fuori dell'India, il Sikhismo, con appena cinquecento anni di vita, è una religione giovane e tipicamente indiana, con elementi presi in prestito soprattutto dall'Induismo, ma anche dall'Islam e dal Cristianesimo. E' praticata soprattutto nel Punjab, e i suoi seguaci sono venuti alla ribalta della cronaca negli ultimi decenni per il movimento politico che reclama l'indipendenza dall'India con un proprio stato, il Khalistan.

I Sikh nel mondo sono circa 18 milioni e vivono per lo più nella regione indiana del Punjab, che da alcuni è considerato lo Stato più ricco e prospero dell'India, e per questo si spiega una notevole presenza di famiglie di indiani sikh che frequentano le strutture ricettive turistiche delle città d'arte italiane. Le più grandi comunità Sikh in Occidente si trovano in Nord America (Stati Uniti e Canada) e in Gran Bretagna.

Sikh proviene dal sanscrito *shishya*, che significa discepolo. In questo caso sta a significare colui che segue la dottrina dei "Dieci Guru" e dell'"Adi Granth", il libro sacro. Il primo dei "maestri" è, naturalmente, il fondatore Guru Nanak (1469-1539), nato nel villaggio di Talwandi, nei pressi di Lahore (oggi in Pakistan), chiamato poi Nankana in suo onore. La sua opera viene continuata da Guru Angad e dai suoi successori, fino al decimo, il più famoso dopo il fondatore, che è Guru Gobind Singh. Questi fece del Sikhismo una comunità compatta e militarmente ben organizzata per poter far fronte alle persecuzioni e angherie di ogni genere da parte soprattutto degli imperatori Moghul, e questa erronea cattiva fama di "confraternita religiosa militante armata, sanguinaria e bellicosa" è rimasta viva fino quasi ad oggi. Gran parte della loro vita sociale si svolge attorno ai gurudwara, i loro templi, individuabili dalla gialla bandiera triangolare che sventola al di sopra del tetto.

Anche a cause di lotte di potere sfociate in frammentazioni religiose, non si può parlare di un unico movimento Sikh, quanto piuttosto di "correnti Sikh", la più conosciuta e numerosa delle quali è probabilmente quella dei Khalsa ("comunità dei puri", storicamente più legata agli scontri cruenti avutisi in India), secondo

la quale l'individuo può purificarsi conducendo una vita integra ed onesta, vincendo il proprio egoismo e rinunciando ai vizi (alcool, tabacco, gioco d'azzardo). Essi seguono inoltre alcune usanze e riti quali: l'accoglienza di un nuovo membro mediante un rito di iniziazione, il pasto culturale comune (karah prasad), l'osservanza delle "cinque K" (vedi avanti)

L'idea base da cui parte Guru Nanak è quella dell'unità di tutti gli uomini, realizzata nella comune adorazione del "Dio uno,eterno, increato...". Il Sikhismo si ispira ad alcuni principi dell' Induismo e dell'Islam, pur essendo una religione autonoma e a sé stante. Principalmente dall'Induismo trae la credenza nella trasmigrazione delle anime (samsara) e degli effetti delle azioni sulle vite successive (karma), mentre dall'Islamismo quella di fare riferimento pressoché esclusivo ad un libro sacro. L'obiettivo ultimo è di interrompere il ciclo delle rinascite, tranne che la liberazione non è vista come un annullamento del sé, bensì come una congiunzione con Dio, che è Uno e indivisibile. Tale congiunzione si ottiene tramite il retto comportamento e la fede in Dio. Secondo il Sikhismo, tutti gli esseri umani sono uguali di fronte a Dio (dunque viene rifiutato il sistema castale): questo principio implica l'abolizione del clero (ogni Sikh può leggere il Guru Granth Sahib, a casa o al tempio) e la parità tra uomo e donna (le donne possono guidare la congregazione in preghiera e diventare "leonesse della fede" al pari degli uomini).

Contrario a ogni forma di ascetismo, al celibato, al formalismo dei rituali e al culto delle immagini, il Sikhismo invita i propri seguaci a raggiungere un equilibrio tra gli obblighi spirituali e quelli temporali. La decisa affermazione del monoteismo, forse dovuta all'influsso musulmano, è una caratteristica che appare dalla lettura dei testi sacri dei Sikh .

"Guadagnarsi il proprio pane con un lavoro onesto; dividere i propri profitti con gli altri e meditare sul nome santo del Signore": è la sintesi di ciò che il Sikh crede e pratica. In effetti i Sikh sono molto noti per essere particolarmente attivi e laboriosi sia nel proprio Paese che in occasione di lavoro all'estero in condizioni di immigrato.

Il far partecipi gli altri dei propri averi è fonte di gioia e di merito: "Solamente ciò che tu dai liberamente dal frutto del tuo lavoro a coloro che ne hanno bisogno, sarà di vantaggio dopo la morte". Dare dei propri averi, mettersi al servizio del prossimo, sono espressioni d'amore:"Non si può adorare Dio senza dedicarsi a un servizio attivo".

Riecheggiano qui le parole di San Giovanni: "Come puoi dire di amare Dio che non vedi, se porti odio al tuo fratello che vedi?"

Il contenuto dell'Adi Granth ricorda molto da vicino i libri sapienziali dell'Antico Testamento e soprattutto i Salmi, con le loro espressioni di amore e di devozione verso "l'Uno che non ha forma". Lo spirito che guida la storia dei Sikh e che costituisce lo scopo della loro vita, è sintetizzato in questa preghiera quotidiana: "Il tuo nome e la tua gloria siano in eterno nei cieli e, secondo la tua volontà, concedi pace e prosperità a tutti e a ciascuno nel mondo".

Una grossa difficoltà, comune a molte religioni non cristiane in Italia, è la mancanza di un'autorità centrale a cui fare appello e che sia garante della genuina tradizione.

L'alimentazione

Non sembrano esservi nell'Adi Granth espresse prescrizioni in materia alimentare, ma, in considerazione del caratteristico sincretismo operato dal Sikhismo, risultano nella pratica essere recepite in modo ed intensità varia diverse norme alimentari dell'Islamismo e del Buddhismo, quale la limitazione (quasi alla eliminazione) del consumo della carne, specie quella suina, e dell'alcool.

L'abbigliamento

I fedeli del Sikhismo sono facilmente riconoscibili in qualunque parte del mondo dal tipico turbante e dalla folta barba, tanto che talvolta sono chiamati "i seguaci della religione della barba e del turbante", quest'ultimo diverso per colore a seconda del ceto-casta sociale e area locale di appartenenza.

Generalmente vi è l'obbligo, per ogni Sikh "ortodosso" o aderente alla corrente Khalsa, dell'osservanza delle "cinque K". Il kes, o capelli e barba lunghi, simbolo di santità e di forza spirituale; richiama il biblico Sansone e i santoni indu; è un articolo di fede che è costato molto caro ai seguaci di Guru Nanak, soprattutto all'estero, ma al quale essi non hanno mai rinunciato, a costo di sacrifici e ostracismi. Gli altri "K" sono: il kachcha, o paio di calzoncini stretti e corti, al di sopra del ginocchio; il kara, o braccialetto di ferro; il kangha, o pettine; il kirpan, o piccola spada che sostituisce il più antico coltello di acciaio, usato in particolare dai religiosi combattenti, stretto alla vita da una fascia di tessuto di materia e colore identici al turbante. Ciascuno di questi oggetti ha un significato simbolico, anche se oggi non è sempre avvertito dagli stessi Sikh.

Tali aspetti dell'abbigliamento vanno quindi presi in considerazione e rispettati per il valore religioso loro attribuito e non visti come esotici elementi folkloristici.

Cenni essenziali

Il Jainismo (da jina, "il vittorioso") è uno dei più antichi movimenti religiosi indiani opposti dottrinarmente al brahmanesimo, ossia la primitiva forma dell'Induismo, ed in particolare rifiuta il sistema castale e ritiene inutili i rituali di venerazione di un pantheon secondo le modalità induiste, non mancando però in tale religione molte cerimonie di preghiere e di commemorazioni dei Jina.

Attualmente il Jainismo conta circa otto-dieci milioni di aderenti a diverse correnti e confraternite-comunità, fra laici, monaci ed asceti, quasi tutti in India e negli Stati Uniti d'America.

I Jainisti (o Jaina) formano una minoranza religiosa ben integrata nelle società indiana, influente soprattutto nell'Ovest della penisola (Maharashtra, Gujarat, Rajasthan), ove detiene spesso posti chiave nella vita economica e intellettuale.

Tale religione interessa in particolare modo le fasce medio-alte e quelle intellettuali della società indiana (non a tutti è noto che lo stesso Mahatma Gandhi veniva da una famiglia jainista, per esempio): si potrebbe definire una religione d'élite, in quanto ad essa aderiscono principalmente ricchi commercianti e facoltosi artigiani, potenziali turisti.

Il Jainismo è un movimento religioso indiano vivo dal V° secolo a.C., epoca in cui si è organizzato per reazione contro il Brahmanesimo per impulso di Mahavira, l'ultimo dei 24 Jina (Jaina "vincitori" delle trasmigrazioni). L'insegnamento di questi maestri onniscienti, successivamente affidato a numerosi trattati, mira all'annichilimento del karman e alla salvezza individuale. Il Jainismo si divide in due grandi correnti: quello degli Svetambara e quello dei Digambara.

I primi vivono nell'India settentrionale ed hanno i loro principali centri religiosi a Cironor nel Gujarat ed a Monte Abu, nel Rajasthan. Le differenze tra le due scuole sono minime ed i dogmi praticamente gli stessi, e nell'aspetto della pratica il fattore di diversità maggiormente visibile è nell'abbigliamento. I seguaci Svetambara vestono unicamente in bianco (svet significa bianco), mentre i Digambara (vestiti di cielo), sono più numerosi nell'India centromeridionale, e gli asceti di questa corrente vanno in giro completamente nudi e ricoperti di cenere.

I religiosi vivono in congregazioni; la vita solitaria, difficile, viene di solito riprovata, solo i più saldamente convinti possono dispensarsi dalle costrizioni e dalle stimolazioni del gruppo. Il Jainismo non ha mai escluso le monache; attualmente, queste sono più numerose che i monaci nella maggior parte delle sette in India. La conoscenza delle Scritture, la fede nella dottrina, un'etica di asceti e di non-violenza (ahimsa), ne costituiscono i capisaldi. Due vie sono offerte al credente, quella del religioso, errante, mendicante, insegnante e quella del pio laico.

Non credono in una realtà divina assoluta o in un dio creatore perché in certo modo analogamente all'Induismo ritengono che l'universo non ha avuto inizio né avrà fine. Venerano soltanto il Jina, il saggio asceta che ha trionfato sulla passione e che ha ottenuto il moksha liberandosi dalla schiavitù delle reincarnazioni. La proposizione dottrinale Jainista può essere riassunta in forma semplificata nella espressione: "Vivi e lascia vivere. Ama tutti, servi tutti."

Per questo, il fondamento della spiritualità jainista è tutto nella Regola Aurea dell'Ahimsa, cioè nel rispetto attivo nei confronti di ogni singola Energia Vivente, che è divina e sacra, e contiene un'anima individuale eterna, potenzialmente perfetta e santa, che aspira a liberarsi dai vincoli con la materia. Ne deriva che la condotta del Jainista sia estremamente rigorosa nell'osservanza del vegetarianesimo più "ortodosso", del pacifismo, della tolleranza, della protezione della Creazione e delle Creature, dell'altruismo.

La metafisica jainista attribuisce grande importanza alla logica sul piano cognitivo; viene data una spiegazione scientifica, codificata nei minimi particolari, dell'origine e del divenire degli universi, in cui si dimostra che l'anima non nasce e non muore, ma migra di corpo in corpo fino alla Liberazione (moksha). A differenza del Buddismo (dove esiste un'Anima universale "Anatman", "io-Tutto"), nel Jainismo ogni vivente è dotato di un'anima individuale ("Atman"); inoltre, per il Jainismo è indispensabile rinunciare completamente al corpo per compiere il proprio processo di Liberazione, mentre il Buddha, dopo aver seguito per molti anni il modello ascetico, scelse poi la "Via di mezzo".

Oltre all'Ahimsa, altre due regole fondamentali per il Jainista sono: la "Teoria del Non-assolutismo" ("Anekantavada") e la "Costante Vigilanza".

Nelle principali correnti e comunità-sette Jainiste (ma alcune altre interpretano in modo differente tali principi) la "Teoria del Non-assolutismo" insegna ad allargare il proprio punto di vista, la propria prospettiva di giudizio, e a vedere l'oggetto di ogni affermazione, di ogni pensiero e di ogni credo, contemporaneamente come: vero, non vero, descrivibile ed indescrivibile. L'adozione di questa teoria apre la mente ed il cuore dell'individuo ad un totale ecumenismo e ad un reale superamento di ogni differenza di religione, di pensiero, di appartenenza.

La prescrizione della "costante vigilanza" richiede al Jaina di non allentare mai la propria attenzione nei confronti del rispetto per le altre Vite e nei confronti dell'applicazione dell'Ahimsa.

Un aspetto interessante della devozione Jainista è che questa non è concepibile per l'ottenimento di miglioramenti spirituali o materiali; per i devoti jainisti

non è pensabile un'adorazione volta all'ottenimento di un qualsiasi beneficio, oppure di grazie o di miracoli; la riverenza ai ventiquattro Saggi è fine a sé.

La vita dei laici è anch'essa regolata in ogni particolare da un insieme di voti, tra i quali oltre a quelli sopra accennati va aggiunto anche la limitazione dei beni posseduti. Ciò non di meno, la ricchezza, che spesso non manca ai Jaina, non è disprezzata, purché non dia luogo a tesaurizzazione, ma, al contrario, sia investita per la propagazione della fede, nelle opere e nelle costruzioni o restauro di templi, nella creazione di fondazioni, ecc. D'altra parte, la vita del credente ideale è costellata di proibizioni di ogni genere, soprattutto alimentari e professionali, ma le esigenze della vita e società moderna occidentale permettono in certi casi elementi di flessibilità.

L'alimentazione

I monaci e gli asceti, oltre a non cibarsi di alcun animale, non si cibano neppure di tutte quelle creature vegetali che contengono principi di vita, e quindi l'anima: bulbi, germogli, radici, frutti ricchi di semi, e neppure miele, prodotto mettendo in pericolo la vita delle api. Con l'avvento dell'industrializzazione dello sfruttamento e della violenza sugli animali, i Jaina si sono spinti ancora oltre compiendo un passo deciso nella direzione di una Non-violenza pratica ancor più rigorosa. In tal senso anche i praticanti jainisti laici eliminano il consumo delle carni degli animali, ma inoltre anche di tutti quei prodotti derivanti da violenza sugli animali, come il latte, le uova, i formaggi, il burro, sostituendo generalmente a tali prodotti ad esempio il latte e formaggio di soia, senza però avere pretese nei confronti altrui o per questo far "guerra aperta" a chi ha altre abitudini e idee sul cibo, in coerenza col citato principio "Vivi e lascia vivere. Ama tutti, servi tutti". Mi risulta che, attualmente, tra tutti gli ambiti spirituali, il Jainismo sia l'unico a suggerire così decisamente l'alimentazione Vegan (altrimenti detta Vegetaliana) quale massima espressione di una Non-violenza pienamente vissuta.

Per alcune correnti vi è pure la osservanza della astensione da ogni cibo dopo il tramonto del sole, ed in generale si prevedono varie occasioni di astensioni volontarie dagli alimenti e dalle bevande anche perché rammentano l'importanza del digiuno come pratica ascetica di purificazione.

Immagino che a questo punto qualcuno si dica *“ma come, non viene dedicato spazio a quest'altra fede o al culto da me osservato, degno di rispetto e attenzione, che intollerabile ingiustizia!”*

In realtà non si vuole mancare di rispetto a nessuno.

Per evitare equivoci e polemiche, anche a costo di sembrare o risultare ripetitivo devo nuovamente sottolineare che questa parte del libro non vuole essere un compendio o una sorta di piccola enciclopedia delle religioni, ma solo dare un iniziale panorama-quadro delle principali fedi religiose alle quali sono legate la maggior parte dei lavoratori dipendenti stranieri immigrati.

La scelta di non trattare in tale sede alcune fedi è motivata da diverse ragioni.

Infatti alcune di esse o non sono fedi per così dire “importate con sé” dagli immigrati (per esempio alcune correnti induiste o buddhiste, la comunità dei Testimoni di Geova o quella Valdese) ovvero sono fedi esclusivamente riservate alla sfera domestica e pertanto nonrilevanti per l'ospitalità albeghiera.

In relazione a tale ultima ipotesi ad esempio il carattere esclusivamente “privato” e particolare della religiosità e dei culti tradizionali cinesi e giapponesi (culto degli antenati, confucianesimo, taoismo...), gestiti generalmente con l'ottica della funzionalità, tali da non assumere ruoli visibili ha portato a ritenere preferibile non trattare in tale pubblicazione le interessanti filosofie religiose e i culti dei Cinesi e Giapponesi.

Per chi volesse saperne di più o avere conoscenze riguardo alle fedi religiose qui non esaminate mi limito qui e nella bibliografia a segnalare oltre alle pubblicazioni già citate la possibilità di ottenere rapide informazioni non solo attraverso le più serie enciclopedie ma anche attraverso Internet.

Va però avvertito che digitando semplicemente la parola “religion” o “God” o “Dio” nei principali motori di ricerca si ottengono migliaia di risultati, e muoversi nell'affollamento di pagine web spirituali non è sempre facile.

Un paio di motori di ricerca in italiano piuttosto buoni risultano essere:

<http://digilander.iol.it/iluvatar/Indice%20delle%20religioni%20nel%20mondo.htm>

<http://digilander.iol.it/ilgattomurr/>

Inoltre un paio di anni fa è uscito un libro (“Religioni online” di C.Ceci e M. Restelli, Edizioni Alpha Test) che indaga le diverse realtà religiose dall'osserva-

torio del web, recensendo i siti più interessanti, istituzionali e non, legati alle grandi religioni del Mondo, ma anche ai nuovi culti d'Oriente ed Occidente e alle correnti spirituali ispirate alla New Age.

PARTE X

Per non combinarne di tutti i colori...

La conoscenza delle osservanze legate alle principali religioni aiuta senza dubbio a comprendere frequenti abitudini e comportamenti di numerosi clienti e favorisce il rispetto verso gli stessi in relazione a tale delicata e importante materia.

Oltre al rispetto delle pratiche delle fedi religiose, esistono per molte società e culture numerose abitudini e credenze, non legate alla sfera delle religioni, che assumono in vari Paesi significati e valori ben diversi rispetto a quelli a noi soliti, e che a nostra insaputa possono provocare reazioni o malintesi, a volte umoristici o a volte di offesa, e che talvolta una successiva spiegazione dell'accaduto e del malinteso non riesce a porvi rimedio.

Quando si fa una gaffe dovuta a misunderstandings transculturali troppo spesso infatti ci si accorge (sempre, ovviamente, che ce ne si accorga) della situazione solo o quasi solo dalla espressione di imbarazzo, offesa o stupore dell'ospite straniero con il quale si sta comunicando, e il più delle volte non si sa se sia stato commesso qualche errore di comportamento ovvero a cosa sia dovuto il misunderstanding. La tipica conseguenza è il disorientamento e il possibile panico per il vedersi perdere il controllo della situazione. In tali casi si pensa che sia sempre possibile rimediare rifacendosi ad atteggiamenti e formalità o interpretazioni ritenute garbate e diplomatiche secondo i propri criteri e l'istintivo etnocentrismo, ma molte volte è proprio questo ricorso immediato a comportamenti sentiti come "di salvezza" che rischia di peggiorare irrimediabilmente la gaffe.

Oltre alle usanze religiose infatti vi sono una moltitudine di altre convenzioni e convinzioni che determinano comportamenti, scelte e reazioni secondo valori e interpretazioni non corrispondenti a nostre interpretazioni o abitudini. Tra tali convinzioni e abitudini vi sono varie usanze che corrispondono a effettive superstizioni, espressioni della tradizione secolare di certe civiltà, detti popolari le cui origini e spiegazioni si perdono nel passato remoto ma ciononostante sono ancora vive e sentite come "verità vere" da osservare e prendere sul serio.

Un esempio di tali situazioni si ha con i diversi significati che varie culture associano ai colori in varie situazioni.

Normalmente per gli Occidentali l'abbigliamento di bianco evoca un fatto positivo (ad esempio il matrimonio) e quello nero un fatto triste e luttuoso, mentre per parte della società indiana se qualcuno veste di bianco per un matrimonio

indiano porta sfortuna agli sposi, mentre altre società asiatiche quali la cinese le femmine che partecipano ad un matrimonio non devono vestire né bianco né nero perché entrambi i colori vengono in tale caso associati alla morte. Per tali società il colore degli abiti femminili adatto al matrimonio e per le occasioni felici è il rosso.

Per diverse culture e società poi i vestiti femminili con colori vistosi o accesi non implicano messaggi di tipo invito sessuale, ineleganza o volgare malcostume. I Giapponesi, che risultano scintoisti (colore caratteristico: celeste) quando ricordano gli antenati e mettono su casa, mentre sono buddisti (il colore arancione caratterizza questa fede-filosofia) nei momenti di solitudine, di meditazione e nelle cerimonie funebri, risultano cristiani quando si sposano proprio perché il vestito bianco piace molto e è considerato molto chic fare una cerimonia con abiti diversi dai tradizionali kimono.

Anche in caso di occasioni festose però con Cinesi e Giapponesi va evitato che regali siano impacchettati con carta bianca o nera o avvolti con nastri di questi colori. Per i Giapponesi spesso in un regalo è più importante la confezione e presentazione dello stesso che il suo contenuto.

“Per i Cinesi inoltre il giallo è il colore della Cina e dell’Imperatore (lo stesso per l’imperatore giapponese), il blu e il turchese rappresentano tutto ciò che è naturale e appropriato, spesso il nero rappresenta la severa dirittura morale.

Il rosso è il colore dominante durante le celebrazioni della festa nazionale, il primo Ottobre. Per i comunisti è stata una fortunata coincidenza che il loro colore simbolico fosse già, da sempre, quello più caro al cuore dei Cinesi“ (dal citato “Cinesi”, pag. 45)

Per gli Arabi e musulmani in generale il verde è il colore dell’Islam, e spesso chi indossa un caftano o turbante verde vuole dimostrare che ha fatto il pellegrinaggio alla Mecca o la sua devozione.

Stranamente invece per i Cinesi l’indossare un cappello verde significa essere cornuto, e questo in base a un quantomai curioso proverbio popolare dell’area centro-meridionale. Questo può spiegare l’insolita ilarità che si può scatenare tra i turisti cinesi quando capita loro di vedere una tifoseria della Benetton o un raduno di leghisti.

Per gli Indiani, specie se di religione Sikh, il colore del copricapo che raccoglie kes, la chioma tenuta lunga per voto, identifica il clan familiare o talvolta l’aver compiuto preghiere al tempio di Amristar o ancora la categoria sociale di appartenenza (questo anche per gli induisti)

I Cinesi, poi, hanno l’abitudine di utilizzare targhette o adesivi gialli per segnalare i prodotti difettosi.

Attaccare Post-it o fogli adesivi o etichette di questo colore sui bagagli, apparecchi o altri oggetti può creare quindi alcuni malintesi

Per i Giapponesi e Cinesi in molti casi poi il giallo è il colore associato alla vigliaccheria. Nella Seconda Guerra Mondiale gli americani chiamavano “Gialli” i sino-giapponesi in realtà non per il colore della pelle (che, come si è detto, non corrisponde al vero), ma come provocazione e richiamo alla idea di

vigliaccheria.

Per Coreani e parte dei Cinesi (ma anche in alcune regioni del Messico) e altri turisti soprattutto se provenienti dal Sud-est asiatico, specie se buddhisti, va evitato di scrivere i nomi dei clienti e dei loro familiari e conoscenti con inchiostro rosso. Presso tali culture si scrive in rosso il nome di una persona in occasione della morte della stessa o sulla sua lapide o in occasione dell'anniversario della morte.

Oltre al matrimonio, invece, per i Cinesi il rosso è associato anche ad altra situazione positiva. Infatti vi è l'abitudine, soprattutto nel periodo del Capodanno Cinese (che cade tra fine Gennaio e la prima metà di Febbraio) di scambiarsi, specie dai meno giovani ai più giovani, delle buste rosse con talvolta scritte con caratteri dorati con all'interno delle buste una piccola somma di denaro come forma di auguri.

Per molte società poi pure il colore dei fiori assume significati diversi.

Per la cultura armena, quando si dà a qualcuno dei fiori gialli si vuole esprimere il messaggio "mi manchi". A sua volta, nella non distante area iraniana i fiori gialli rappresentano invece il nemico e offrirli a persone risulta una dichiarazione di ostilità. Significati negativi legati ai fiori di colore giallo esistono anche presso i Peruviani e Messicani.

PARTE XI

...0 dare i numeri

In una serata di particolare movimento per il periodo festivo, i Signori Lin provenienti da Shangai chiedono con aria tra il preoccupato e l'indeciso alla reception di cambiare immediatamente la matrimoniale loro assegnata al loro arrivo pochi minuti prima, chiedendo possibilmente la stanza n 316 o 18 .

Il direttore dei servizi incuriosito dalla richiesta del cambio di stanza controlla che cosa c'era che non andava nella camera riservata per i coniugi Lin e non trova nulla per cui lamentarsi: è spaziosa, luminosa, nel lato opposto al traffico e quindi nell'area più silenziosa dell'albergo, perfettamente pulita e in ordine con tutti i confort e servizi funzionanti. E' forse la migliore stanza dell'albergo, e non sembra affatto gradita ai Lin! Perché mai questi clienti fanno simili capricci? E' noto che per gli Italiani e ancor di più per gli Statunitensi esistono dei numeri ai quali si associa per tradizione un valore e senso negativo. E' l'esempio del numero 13, che viene evitato nelle stanze, nei piani dei palazzi (si passa direttamente dal dodicesimo al quattordicesimo piano, anche se di fatto è in realtà il tredicesimo), nelle targhe di auto e nei tavoli dei ristoranti. Questo accade anche in Giappone e molti altri Paesi.

I signori Lin sono Cinesi e nei dialetti Mandarino e Cantonese, analogamente alla lingua Giapponese e Coreana, la parola per il numero quattro suona come la parola morte. La stanza per loro riservata era guarda caso la 44!

Negli alberghi della Cina, compresa Hong Kong, della Corea del Sud e del Taiwan spesso è eliminato il quarto piano, e pure alcuni in aeroporti asiatici manca il gate d'imbarco/sbarco n. 4.

Per i Giapponesi, Cinesi e Coreani anche il numero 9 è associato al termine dolore perché le due parole suonano simili.

Sembra inutile dire che il numero 49 è considerato la cifra più sfigata e malaugurate per queste società. In Giappone (dove 4 si pronuncia shi e 9 ku, ed entrambi sono pronunciati come i caratteri che significano morte e dolore) negli ospedali non esiste assolutamente la stanza o il letto numero 49 (chi vorrebbe occuparlo?), ed anche in molti Bijinesu Hoteru.

Per i Cinesi inoltre il numero 7 suona pure negativo: è associato alla idea popolare che i fantasmi e spiriti ritornano sette giorni dopo la morte.

Come è noto, lo stesso numero 7 è invece un numero considerato di particolare

valore e significato per i Cristiani e gli Ebrei.

I Cinesi associano a loro volta valori positivi ad altri numeri: 1 sta per sicurezza, 2 sta per tranquillità, 3 sta per la vita, 6 sta per la felicità, 8 sta per ricchezza e prosperità o perfezione, 9 sta per lunga vita.

Il numero 8 è effettivamente per molte culture dell'Asia orientale il numero considerato come più fortunato e gradito.

Una ragione è data anche dal valore simbolico che ha nel buddismo, che rappresenta la perfezione data dal cosiddetto "ottuplice sentiero" che include le otto virtù necessarie per raggiungere la illuminazione e lo stato di perfezione del Buddha.

Inoltre secondo molti Cinesi hanno particolari significati anche le combinazioni di numeri. Ad esempio il 5, che di per sé sarebbe neutrale, se precede un 8 ne cancella il valore benaugurato di ricchezza e prosperità.

L'elegante Peninsula Hotel in Beverly Hills, California, di proprietà di una grossa società di Hong Kong, ha stipulato un particolare accordo con la Municipalità per ottenere il numero 9882 per l'indirizzo dell'albergo, con la speranze o la convinzione di assicurarsi la fortuna negli affari

Simili richieste avvengono da parte di molti asiatici per i propri indirizzi, i numeri di telefono (il numero di call-centre a pagamento che fa più guadagni ha come prefisso 818, che significa "ricchezza assicura ricchezza").

Non tutti sanno che per questi motivi l'Alfa Romeo per avere successo di vendite in Cina ed altri Paesi vicini dovette cambiare il nome di un suo modello d'auto, trasformando la sigla 164 in 168!

Per i Giapponesi esiste invece un'altra combinazione di numeri che ha particolare significato.

8-9-3. E' la combinazione perdente di un vecchio gioco di carte. Ma si pronuncia ya-ku-sa. Voleva dire qualcosa che valeva poco, una specie di buono a nulla, insomma, Con il tempo il termine venne riferito alle associazioni clandestine che operavano nel gioco d'azzardo. Oggi è una delle maggiori organizzazioni criminali del mondo, la mafia giapponese, ossia Yakuza.

In alcuni casi molti Cinesi legati alle tradizioni credono che avere un numero dispari di persone in una fotografia porti sfortune. Anche se, come visto, il numero 3 è associato alla vita, secondo molti Cinesi se si è in 3 in una fotografia (anche foto-ricordo di viaggio con persone non conosciute, come i camerieri o gli autisti o guide-accompagnatori) la persona che sta in mezzo morirà. Questo spiega perché spesso due coniugi o mici non vogliono essere fotografati assieme all'ospitante in Italia ma preferiscono apparire separati. Non è sempre narcisismo, egoismo o inimicizia o voglia di protagonismo, ma spesso si tratta di simili superstizioni.

Gli Armeni e altre società dell'ex Unione Sovietica credono poi che ricevere o trovare in stanza un numero pari di fiori porti sfortuna perché mazzi di fiori in numero pari si utilizzano in occasione di morte e celebrazioni funebri.

PARTE XII

Innocenti gesti, pericolose gaffes

Sebbene il linguaggio parlato sia il più caratteristico modo di comunicare degli uomini, esso non è né l'unico né il principale.

Ricerche hanno posto in evidenza che circa il 75-80% delle informazioni in una comunicazione interpersonale tra due soggetti passa attraverso gli occhi e che le parole parlate costituiscono il 10% circa del messaggio complessivamente recepito (al telefono, il nostro tono di voce conta per il 72% sul totale del messaggio comunicato; le parole che scegliamo contribuiscono solo per 28% nell'impatto, così Albert Mehrabian, "Nonverbal Communication").

Diversi studiosi in relazione a tale considerazione hanno affermato che siamo più visti che ascoltati.

Dalla seconda metà del secolo scorso il linguaggio non verbale umano ha cominciato a essere l'oggetto di specifici ed esclusivi studi scientifici (Argyle, Morris, Hall, Hinde) volti ad approfondire le conoscenze della dinamica della comunicazione umana attraverso approfondimenti della cinesica e della prossemica.

Il presente lavoro non permette di affrontare l'argomento in rigorosi termini scientifici (per chi fosse interessato ad un approccio più analitico alla materia vi sono comunque rinvii nella bibliografia). Qui ci limita solo a segnalare alcune situazioni nelle quali certe culture attribuiscono a determinati gesti o comportamenti significati differenti a quelli intesi dalla nostra o da altra società.

Anche in questo caso la particolare influenza dei mass-media e dei diretti scambi interpersonali di esperienze rende il livello di conoscenza delle differenti interpretazioni dei gesti estremamente mutevole da parte di entrambi i protagonisti di una comunicazione interculturale.

Il ricordare qui con una breve elencazione alcuni gesti con significati diversi da quelli generalmente attribuiti può permettere di risultare particolarmente intracultural polite o comunque evitare gaffes o reciproche incomprensioni o fraintendimenti che potrebbero anche condurre a involontari conflitti o impreviste reazioni di offesa da parte di uno degli interlocutori che può aver "letto" nella complessiva comunicazione (combinata dalla parte parlata e da quella più "fisica") un messaggio dal contenuto ben diverso da quello intenzionalmente voluto formulare dall'altro soggetto.

La seguente breve e superficiale casistica è limitata a situazioni che possono

avere incidenza nell'ambiente turistico-alberghiero. Ulteriori rinvii sono contenuti nella bibliografia.

Lascio immaginare le situazioni tragicomiche che possono accadere quando entrambi gli interlocutori non sanno che l'altro soggetto sta attribuendo un diverso significato a quei medesimi gesti appena compiuti.

- Corpo: la stessa presenza fisica comunica a livello più o meno conscio messaggi con significati diversi per varie culture e società. Ad esempio per gli Asiatici la distanza che noi Italiani siamo abituati ad avere in occasione di incontri e dialoghi anche formali risulta eccessivamente vicina e invadente la propria "sfera fisica di difesa di ciascuno" e causa di disagio incompreso. Normalmente le società latine sono infatti solite ad avere un dialogo con un interlocutore tenendo circa distanza di circa un braccio teso tra le due persone, mentre ad esempio Giapponesi, Cinesi e molti Statunitensi hanno la abitudine di sentire come "naturale distanza di sicurezza interpersonale" la misura di due braccia (ossia la somma della "sfera di distanza" del braccio di ciascun interlocutore), mentre a sua volta molte società dell'area araba hanno la abitudine di mantenere una distanza di mezzo braccio, dando l'aria ad europei ed orientali di essere particolarmente invadenti o cercare contatti fisici o avances che evidentemente causano imbarazzi, prese di distanza che posson essere interpretate dall'altra parte come un scortesia alla quale segue spesso un "riprendere le distanze naturali" per ciascuno che poi risultano...così lontane, così vicine per ciascuno dei protagonisti! In diversi Paesi mediorientali e sudamericani vi è poi l'abitudine di avere una particolare vicinanza fisica con l'interlocutore (specie tra maschi) e non è infrequente il contatto durante la conversazione, come appoggiare per pochi secondi la propria mano (solitamente la destra, e si vedrà tra poco perché) sulla spalla o sulla mano dell'altra persona. Si tratta di gesti di cordialità e confidenza considerati naturali per queste società e nulla di più.

Parlando delle diverse culture e Paesi si è già visto come corpo assieme a mani vengono anche a proporre diversi stili di saluti fatti di inchini e posture e posizioni di mani e braccia.

- Viso/testa: si è già ricordato che per certe culture (soprattutto dell'Asia orientale, diversamente nei Paesi Arabi) il guardarsi direttamente negli occhi può in certe situazioni essere ritenuto un atteggiamento di sfida o di interesse erotico o ancora può essere evitato per manifestare implicitamente un comportamento di rispetto verso chi possiede uno status considerato superiore o comunque determina una forte situazione di disagio. Il parlare senza guardare direttamente negli occhi soprattutto per la cultura Giapponese non implica un mentire o una mancanza di sincerità in quello che si dice o una scortesia, ma anzi una forma di rispetto e di concentrazione nell'ascolto di quanto dice l'altra persona.

Un aspetto da avere presente è che il gesto "sì/no" non è identico ovunque. Secondo alcuni tali gesti prendono origine dalla comunicazione muta infantile. In alcuni Paesi Arabi il "no" si fa muovendo la testa all'indietro e facendo schioc-

care la lingua, mentre il “sì” ruotando la testa da una parte all’altra (insomma come ..il nostro “no”!)

Gli Iraniani come cenno per il “no” muovono la loro testa su e giù rapidamente, allo stesso modo con il quale gli Europei occidentali annuiscono, e fanno “sì” solamente abbassando la testa...

Il modo arabo di esprimere negazione con il capo è da alcuni chiamato “No Greco” ed è diffuso non solo in tale area, ma anche in varie regioni balcaniche (Albania, Bulgaria...) e nel subcontinente indiano. In tale ultima area è comune anche il gesto di un singolo rapido dondolio della testa ad una sola spalla (che potrebbe essere per “un mezzo no”) con il quale si vuole cortesemente manifestare la comprensione e approvazione di un’altrui affermazione, in particolare se viene sentita come una richiesta/ordine.

Se una persona proveniente dai Paesi arabi mentre si sta parlando con l’indice destro si fa abbassare la palpebra inferiore dell’occhio non vuole comunicare il significato di leggere “furbizia” nella frase che si sta dicendo, ma più probabilmente l’opposto, ossia di absurdità e follia da parte dell’altro interlocutore...

Per certe culture mediorientali mentre si sta facendo una promessa personale vi è anche l’abitudine di toccarsi la punta del naso con un dito (non il mettersi le dita nel naso!).

Generalmente il battere con l’indice il lato della testa si fa per indicare che una persona è matta o comunque non è a posto, mentre lo stesso gesto in Argentina e Perù significa “sto pensando” o “pensa”

Secondo culture di matrice indiana la testa risulta essere un chakra ossia una “porta” dell’uomo verso l’energia universale. Per questo motivo è considerato molto negativo il fatto che un estraneo tocchi con la mano, anche magari innocentemente accarezzando, la testa di un bambino: si considera rischioso contaminare uno dei punti di energia divina che si sta sviluppando in un soggetto in fase di crescita e sviluppo della propria energia

- Mani: in primo luogo va ricordata una caratteristica presente in gran parte dei Paesi di cultura araba. Nelle società mussulmane esiste il tabù della mano sinistra in quanto impura.

E’ vietata usarla per mangiare cibo e acqua contenuti in recipienti dai quali si servono altri, consegnare regali o per avere contatti non indispensabili con altre persone, come ad esempio accarezzare la testa ad un bambino (vedi sopra per un altro possibile motivo)

Pertanto anche la consegna dei soldi o dei piatti con cibo compiuta con la mano sinistra può essere sentita come manifestazione di disprezzo o di semplice mancanza di politeness da parte dello straniero, dipendente o cliente che sia.

In alcuni libri mi è capitato di leggere (per esempio in quello citato di Balboni) che ci sono due gesti che hanno causato due famose gaffe di Bush e Clinton: il primo ha fatto il gesto americano con il pugno chiuso e il pollice eretto verso l’alto che significa “OK”, ma il contesto era Manila, ed in estremo Oriente quel gesto corrisponde al medio che esce eretto dal pugno chiuso... Clinton ha usato

un altro segno americano per dire "OK", quello fatto con pollice e indice uniti a formare una "O", ma lo ha fatto alla Duma di Mosca, e nei paesi slavi ed arabi quel gesto significa "Ti faccio un ... grande così", mentre in altri Paesi può significare un irrispettoso "Sei meno di zero".

Circa la gaffe di Bush, ora risulta generalmente conosciuto quel gesto americano da Filippini e altri asiatici orientali (vi sono diverse foto della ex Presidente delle Filippine Cory Aquino che fa quel gesto, ed indubbiamente aveva rispetto e buoni rapporti con i propri cittadini).

Il segno del "pollice su", anche agitato, continua comunque ad avere un significato offensivo nei Paesi del Golfo e in Turchia può essere inteso come un invito omosessuale...

La mano con il dorso verso il basso e le dita riunite a grappolo e fatta oscillare in Italia significa "ma che ...dici?!" o "che..significa?!", mentre nei Paesi medio-orientali vale per "aspetta un attimo" "un po' di pazienza e poi ho piena disponibilità per Lei": lascio immaginare gli equivoci e i malintesi che possono sorgere, al pari del nostro gesto di "stringere" o "venire al dunque" di un discorso, che è un volgare invito sessuale in Turchia ed altri Paesi.....

Allo stesso modo per culture orientali il gesto di chiamare un cameriere o un subordinato con l'indice a uncino che si ritrae risulta un brutto gesto.

Dare la mano è uno dei modi più consueti e pressoché universali di entrare in contatto con un'altra persona. I momenti e le circostanze per cui compiamo quest'azione sono molteplici: la usiamo come rituale per rompere il ghiaccio con un estraneo, come forma di saluto all'inizio o alla fine di un incontro, per congratularci con qualcuno o per cercare una rappacificazione.

Il suo impiego più comune è comunque come atto formale per facilitare l'approccio con un altro individuo: lo scopo, in questo caso, è precisamente di autorizzare l'interazione e di mostrare accettazione e apertura nei confronti dell'altro. E' proprio dall'intento di far capire che le nostre intenzioni, nell'approssimarci a qualcuno, sono innocue che presumibilmente ha preso origine questo gesto.

L'uomo avrebbe "ideato" l'atto di offrire la mano, sì, per mostrare cordialità, ma anche perché, allungando e tendendo il braccio, avrebbe modo di tenere a "ragionevole" distanza il conoscente.

Tale gesto però, in realtà, come si è già visto, non è così universale: esso non è abituale in molti Paesi Africani e Asiatici, dove si è soliti a salutare con un inchino e/o congiungere i palmi delle proprie mani, e quindi vedersi porgere la mano può creare un po' di insicurezza e disagio per il non sapere esattamente come comportarsi o con quanto vigore stringere la mano, situazione sentita ancor più imbarazzante se si è di fronte ad un superiore o a un conoscente di quest'ultimo verso il quale si vuole manifestare pari rispetto e cortesia.

Un altro aspetto che può essere dovuto a qualcosa di interpretabile come insicurezza dell'essere adeguato alla situazione può essere dato dal fatto che certi orientali accennino a timidi inchini o chinino insicuri il capo senza apparente ragione: ad esempio per i Srilankesi o alcuni Indiani e taluni Cinesi può essere

dovuta al fatto che nella loro lingua non c'è neanche una parola per dire esattamente "Grazie": abitualmente per ringraziare sorridono...per comunicazione non verbale!

In certi Paesi inoltre non esiste la nostra varietà di saluti quali "ciao", "buongiorno", "come va", "arrivederci", ma la quasi onnicomprensiva espressione di cortesia dell'inchino o del sorriso.

PARTE XIII

Riflessioni conclusive: verso l'hotel melting pot?

L'albergo è dunque sempre di più in luogo di incontro e dialoghi di culture. Oltre ad una conoscenza della esistenza di certi comportamenti e pratiche religiose è senza dubbio importante cominciare a prendere in esame come queste componenti si combinano e incidono in un ambito di impresa italiana. Secondo diversi studiosi anche un'impresa crea un linguaggio e un ambiente che diventa a sua volta una cultura, uno stile di comunicazione e di elaborazione di valori.

Si è parlato di interazione intenzionalmente in termini generali perché anche il manager, l'imprenditore e il direttore del personale sono soggetti che intervengono con un ruolo non secondario in tale scenario interno ad una azienda, assieme a soggetti che possono essere portatori di culture "altre" ancora a loro volta, ossia i lavoratori stranieri provenienti dai medesimi Paesi di origine dei clienti o da Paesi a loro volta del tutto differenti dal nostro e da quello degli ospiti.

La varietà di codici e linguaggi che vengono a presentarsi a più livelli e aspetti nella ospitalità alberghiera assume veramente una complessità e una portata indubbiamente "culturale" o meglio "trans-culturale" che richiede sempre di più l'adozione di metodi e strategie calcolate proprio sul "fattore cultura" dei dipendenti e dei clienti.

Con quali "regole del gioco" è allora meglio che operino i dirigenti del personale e responsabili dell'accoglienza ospiti, considerata la loro posizione e gli obiettivi che si pongono in relazione alla vita della organizzazione imprenditoriale?

Da diverso tempo si parla e si legge di marketing della globalizzazione, di multietnicità e di political correctness, espressioni di cui si è fatto ampio uso, talvolta non in modo adeguato, ma senza in realtà fornire esatti strumenti per la lettura e l'applicazione di tali elementi in un contesto imprenditoriale. Tali concetti, validissimi e utili in altri contesti (basti pensare ad esempio all'istruzione, o al settore giuridico, al campo amministrativo pubblico e a quello finanziario), risultano a mio parere troppo vaghi e di difficile adattamento nel contesto del cross-cultural management qui preso in considerazione.

Cosa significa "cross-cultural management"?

Una sintetica e chiara presentazione di tale materia a mio avviso può essere la seguente.

“Il cross-cultural management è un campo di studio che sta a cavallo tra due distinte discipline: l’antropologia culturale e la scienza manageriale. Come tutti i domini di competenza borderline, anch’esso vive le sottovalutazioni di rango accademico tipiche di quei contenuti che non possono essere considerati puri alla scienza ortodossa. Gli antropologi preferiscono rifuggire da questo strano campo, privilegiando le loro tribù e i loro collettivi come oggetti di indagine; gli studiosi del management trovano più rigorosa l’economia d’azienda.

Ma se ci spostiamo dalla comunità scientifica e entriamo nella comunità degli operatori aziendali ed istituzionali, ecco che il livello di attenzione verso il management interculturale muta di intensità. Mai come in questo momento infatti il tema della globalizzazione della economia sta interrogando saggi, manager e consulenti sulle modalità e sugli schemi per gestire efficacemente le tensioni competitive mondiali. E tali interrogativi implicano in particolare la comprensione di come le persone si integrano (o non si integrano) con culture diverse dal loro Paese” (dalla prefazione di Severino Salvemini al già citato “Global-mente” di M.J.Gannon,).

Questo argomento nel settore specifico oltre a essere stato ancora poco studiato è soggetto a un particolare dinamismo e mutabilità a causa dei rapporti di scambi culturali interpersonali dei vari soggetti che interagiscono nell’ambiente lavorativo: “la rapidità degli scambi internazionali che portano le persone e le immagini televisive e multimediali in giro per il mondo fanno sì che l’interscambio di modelli culturali e di modelli di comunicazione interculturale sia fluidissimo, costante, inarrestabile e non descrivibile in tempo reale” (P.E.Balboni, Parole comuni, Culture diverse. Guida alla comunicazione interculturale, Venezia, Marsilio Editore, 1999).

Cosa si può allora proporre?

A mio parere per cominciare un interessante modello di modus operandi potrebbe essere fornita dall’intercultural politeness.

Perché alle espressioni già presenti aggiungerne un’altra, rischiando di rendere il tutto ancora più confuso? Perché poi anche in questo caso non si usano parole italiane come ad esempio “buone maniere su scala internazionale”?

Un motivo in realtà c’è.

Una chiara ed efficace descrizione di tale nuova formula può essere la seguente: “usiamo i termini inglesi perché essi includono non solo il ‘ben educato’ italiano, ma anche un concetto di adeguatezza alla situazione, nonché un fattore di gentilezza e di rispetto sociale che va oltre quella che in italiano noi definiamo ‘buona educazione’: ad esempio, la sequenza io e te, comune in Italia, viene vissuta come unpolite in Germania, Inghilterra, America, dove du und ich oppure you and I sono invece richiesti”[...] “Entrare in una prospettiva interculturale non significa abbandonare i propri valori e far propri quelli del luogo in cui si ‘espatria’ o quelli del gruppo straniero che possiede il pacchetto di maggioranza [o che costituisce la più numerosa presenza di lavoratori all’interno] dell’azienda in cui si opera: significa (a) conoscere gli altri; (b) tollerare le differenze almeno

fino a quando non entrano nella sfera della immoralità [o dell'insanabile conflitto della regolare vita aziendale]; (c) rispettare le differenze che non ci pongono problemi morali ma che rimandano solo alle diverse storie delle varie culture; (d) accettare il fatto che alcuni modelli culturali possono essere migliori dei nostri e, in questo caso, (e) mettere in discussione i modelli culturali con cui siamo cresciuti.

La sequenza da (a) ad (e) non è puramente elencatoria ma è gerarchica: ogni atteggiamento presuppone quelli precedenti e pone le basi per quelli seguenti" (dall'interessante e già citato libro sulla comunicazione interculturale "Parole comuni, culture diverse", pag. 34-35 e pag. 17).

Analizzando incontri interculturali si è visto come l'interazione fra persone di culture diverse sia marcata da una serie di momenti di asincronia, che si manifestano in silenzi, sovrapposizioni, reazioni imprevedute, interruzioni, ecc. che mostrano la difficoltà di stabilire e mantenere una cooperazione conversazionale a causa delle differenze nel background culturale e nelle convenzioni di comunicazione. I partecipanti, normalmente inconsapevoli sia delle conoscenze socio-culturali sia delle convenzioni comunicative che contribuiscono alla loro interpretazione (e, normalmente, inconsapevoli anche delle proprie convenzioni conversazionali), hanno solo la percezione di un incontro fallimentare, le cui cause sono raramente identificate. Spiegano quello che è accaduto più spesso in termini psicologici che in termini sociologici o culturali, percependo l'altra persona come non cooperativa, aggressiva, incompetente, con spiacevoli caratteristiche personali o perfino stupida.

Nel contesto turistico-alberghiero internazionale il rischio è dato dal fatto che si possono proporre nella medesima situazione più linguaggi e culture e relativi codici di interpretazione: quello del personale alberghiero italiano, quello del personale alberghiero di origine culturale straniera e quello del cliente straniero, che all'albergatore italiano può apparire come avente modi e comportamenti condivisi con la sua cultura o quella del dipendente straniero ma in realtà non è così.

Ripetuti incontri interculturali falliti con diverse persone portano, nel tempo, alla formazione di stereotipi culturali negativi.

Il fallimento può essere di vari tipi: può non esserci comunicazione, cioè l'enunciato di un parlante non comunica nessun messaggio all'interlocutore, oppure un fraintendimento, quando si comunica qualcosa che non si voleva dire (Gumperz, 1982). I fraintendimenti - a loro volta - possono essere o di tipo pragmalinguistico, quando si attribuisce erroneamente una certo significato a un enunciato (ad esempio quando un consiglio viene interpretato come un rimprovero), o di tipo sociopragmatico, quando il contributo dell'altro non è ritenuto adatto alla situazione, in seguito a diverse valutazioni dei parametri sociali che determinano le scelte linguistiche (ad esempio l'uso del registro sbagliato per troppa o troppo poca formalità).

Parlare di intercultural politeness non implica dunque proporre complessi schemi gestionali e tantomeno rivoluzionare radicalmente la consueta conduzione

della gestione del personale dell'azienda. Non significa neppure dare sempre ragione al lavoratore straniero o ignorare gli standards dei rapporti interpersonali usualmente adottati.

Essa va piuttosto intesa come una modalità di visione della valorizzazione e dell'organizzazione dei rapporti interni all'azienda in maggiore sintonia con quella ormai necessaria capacità di comunicare tra diverse culture che io preferisco chiamare neocosmopolitismo.

Nel fare questo e senza addentrarci troppo negli studi accademici si fa presente l'opportunità di non dimenticare che ogni persona, compresi anche i dipendenti stranieri che lavorano da un certo tempo nella impresa:

sul piano concettuale, continua a pensare secondo le proprie regole e categorie culturali

sul piano comunicativo, assume la grammatica e il lessico della lingua italiana ma conserva i propri codici extra-linguistici: gestualità, distanza interpersonale, simboli di status e di gerarchia, ecc., che vengono percepito come universali, mentre cambiano in ogni cultura

La competenza interculturale può qui essere intesa quindi nel raggiungere o creare le condizioni positive per un rispettivo adattamento dei diversi codici culturali dei soggetti che interagiscono nella situazione dell'accoglienza e ospitalità alberghiera (e non solo l'adeguamento dell'apprendente ai modelli linguistici e culturali del paese ospitante, nel caso in questione il nostro).

Una situazione pratica particolarmente delicata nella quale l'agire con modalità intercultural polite permette di avere un più adeguato controllo dei rapporti interni dipendenti/superiori e cliente nell'ambiente di lavoro alberghiero o simile può essere costituita dalla ipotesi del rimprovero e richiamo disciplinare di un dipendente straniero e la conoscenza delle possibili reazioni di quest'ultimo o della valutazione del fatto secondo il cliente straniero.

Nel caso del rimprovero infatti confluiscono diversi fattori socio-culturali che portano persone provenienti da Paesi diversi a ritenere come messi o meno in discussione valori personali o extrapersonali ai quali attribuiscono un valore di peso anche molto diverso. Sul punto ci si può richiamare al capitolo dedicato alla cultura e tradizione giapponese e cinese.

Un elemento che talvolta influisce molto è il senso della indiscutibilità del ruolo gerarchico, particolarmente forte come si è visto per la società dell'area del subcontinente indiano, in altri casi è quello dell'onore ed assieme a questo il notevole peso dato al "salvare la faccia di fronte agli altri" diffuso in molti Paesi di diversi Continenti e Religioni.

Come già detto con l'espressione "faccia da salvare" molte culture e società si riferiscono alla immagine pubblica di una persona, e tale immagine viene negoziata e mutuamente protetta e attribuita da ciascun partecipante di un evento di relazione e comunicativo agli altri partecipanti in un gioco di equilibri e formali cortesie, legate pure alla loro caratteristica di considerare particolarmente positiva l'immagine che controlla le proprie emozioni e sentimenti in pubblico, tale da evitare il più possibile l'accesso litigioso o l'aperto confronto in pubblico.

In generale gli stranieri provenienti dall'area araba-nordafricana e dall'Asia orientale sentono il rimprovero, specie se compiuto in presenza dei propri colleghi o di altri clienti, come una situazione di messa in crisi quasi irreparabile dei rapporti interpersonali e della propria immagine.

Nella situazione del rimprovero o della aperta critica può entrare in gioco poi il problema della sovrapposizione di voci. Le culture mediterranee l'accettano, quasi tutte le altre la vietano, sia sotto forma di interruzione, sia come parlare contemporaneo, ritenendo tale comportamento estremamente unpolite al punto di poter far scattare inconsciamente nell'interlocutore interrotto e non abituato a tale fatto una reazione di offesa molto sentita.

Inoltre, un frequente gesticolare abbinato al tono alto di voce (quale quello abitudinario degli Italiani) può essere inteso da diverse culture, non solo extracontinentali, ma anche, ad esempio, quelle scandinave, come una espressione di accentuata animosità e aggressività che porta lo straniero a replicare e contraddire verbalmente in modo molto animato come mezzo difensivo a questa situazione che dallo stesso magari viene intesa come un attacco sproporzionato e difficilmente spiegabile secondo gli schemi di un incontro per lui "normale".

Secondo uno dei maggiori antropologi delle organizzazioni e dei padri dello studio scientifico della comunicazione interculturale [Hofstede, in "Internazionalità" (titolo originale *Les différences culturelles dans le management*) di Bollinger-Hofstede, ed. Guerini 1989, e "Cultures and Organizations: Software of the Mind", Londra, McGraw-Hill England del 1991, non pubblicata in Italia] in molte società e imprese transnazionali o con personale e clienti di diversa nazionalità le situazioni che potrebbero portare a conclusioni conflittuali non vanno discusse apertamente, ma in privato, o, meglio ancora, trattate da intermediari che consentano alle due o più parti di continuare a fare una buona figura e permettere così di non pregiudicare la efficienza della organizzazione.

Detta strategia appare ancor più vincente se l'intervento diplomatico del terzo è condotto in modo tale che si evidenzia in primo luogo quello che va bene in generale e poi in un secondo tempo del discorso si riferisca la critica o nota negativa limitata al particolare così da manifestarla in modo più soft e tale da essere intesa non come un attacco alla persona ma solo a certe azioni od omissioni della stessa.

Una ulteriore situazione di incomprensione con i clienti stranieri è talvolta data dal loro uso non appropriato dell'imperativo che può far sembrare gli stessi come soggetti arroganti o poco rispettosi o totalmente carenti di politeness.

Di fronte all'uso di un verbo italiano all'infinito espresso dal cliente straniero di norma affiora un sorriso di comprensione per la non conoscenza della lingua.

Se questi usa con abbondanza l'imperativo sembra poco gentile, specie se poi non lascia la mancia.

In alcuni studi di comunicazione interculturale si è evidenziato come il passaggio dalle forme verbali infinite a quelle coniugate modifica bruscamente l'atteggiamento dell'operatore per effetto di una azione disturbata a livello psicologico: di fronte all'uso delle forme finite, la scarsa conoscenza della lingua italiana

passa, paradossalmente, in secondo piano, senza fare caso al fatto che con ogni probabilità il cliente straniero in realtà non possiede adeguate conoscenze delle modalità di espressioni verbali della lingua italiana e traduce in lingua italiana espressioni e modi tipici della sua lingua o della lingua veicolare più diffusa nei viaggi all'estero, ossia l'inglese, dove non c'è una marcata differenza tra l'imperativo e gli altri modi verbali in occasione di richieste sentite come dovute. Spesso poi per molti turisti stranieri c'è la convinzione che sia più importante rendere comprensibili in maniera diretta e immediata i propri bisogni e che l'uso dell'imperativo velocizzi la comunicazione.

Per questo stesso motivo capita anche che assieme all'imperativo il cliente straniero involontariamente utilizzi la formula della seconda persona singolare (ossia "tu"), aggiungendo al già irritante imperativo un tono di confidenza non richiesta sembrando così comunicare una mancanza assoluta di educazione e di rispetto. Anche in queste situazioni quasi sempre si ha un utilizzo non appropriato della lingua italiana e non una vera e intenzionale scortesia. Basti ricordare che in lingua inglese "tu" "lei" e "voi" si esprimono sempre con "You".

A sua volta va tenuto presente che i propri dipendenti stranieri che provengono dalle aree geografiche e culturali comuni o ritenute tali dei clienti stranieri non sempre in realtà possono condividere lingua tradizioni e codici sociali e culturali della clientela straniera, e pertanto fare seguire un cliente indiano dal cameriere srilankese bengalese o indiano con l'idea di rendere più appropriato, perché "culturalmente affine", il servizio o permettere in tal modo la agevolazione della comunicazione linguistica non sempre funziona nel modo sperato, ma anzi può dare origine a incomprensioni e conflitti con il cliente che non sono facilmente immaginabili. Nel caso della clientela e del personale indiano può avere effetti imprevedibili la appartenenza di differenti caste che impediscono tra i medesimi il contatto o il prestare servizi, oppure può esservi il fatto che tra cinesi è facilissimo non capirsi perché parlano dialetti e lingue locali tra loro diversissime.

Insomma, ora sempre di più il mondo è un immenso albergo e l'albergo è un mondo immenso di culture, linguaggi e stili di comunicazione e di espressioni, con schemi ed esperienze sempre più originali e sempre più testimonianza delle culture senza confini.

- M.A. Villamira "Psicologia del viaggio e del turismo", 2001 UTET Torino
- M. J. Gannon, "Global-mente", 1997, ed. it. Baldini&Castoldi, Milano
- N. Dresser, "Multicultural Manners", 1996, WILEY Inc., USA
- C. Geertz, "Interpretazione di culture", 1987, ed. it. Il Mulino, Bologna
- G. Mantovano, "L'elefante invisibile. Tra negazione e affermazione delle diversità: scontri e incontri multiculturali", 1998, Giunti, Firenze
- Balboni P. E., "Parole comuni culture diverse. Guida alla comunicazione interculturale", 1999, Marsilio, Venezia
- R. Lake, "L'arte della negoziazione interculturale", 2000, FrancoAngeli, Milano
- T. Vergani, "I clienti stranieri nel ristorante italiano – comunicazione interculturale nei servizi ristorativi", 2002, FrancoAngeli, Milano
- G. Savini, "La Torre di Babele – piccolo manuale di cross-cultural management per direttori alberghieri alle prese con dipendenti stranieri" promosso dalla Associazione Veneziana Albergatori, 2003, Venezia
- R. Ainsley – A. Tisane, "Giapponesi", 1994, ed. Sonda, Torino
- A. Mauriello, "Il Giappone dalla A allo Zen", 1996, Edizioni Theoria, Roma-Napoli
- A. Marazzi "Giapponeserie", 2001 Unipress, Padova
- Autori Vari, "Ryokan, l'arte dell'ospitalità nel Giappone tradizionale", 2002, Ed. it. Konemann, Milano
- J.C. Yang, "Cinesi", 2000, ed. Sonda, Torino
- E. Roberts, "Russi", 1994, ed. Sonda, Torino
- L Dumont, "La civiltà Indiana e noi", 1996, Adelphi, Milano
- G.Mehta, "Il gioco delle scale e dei serpenti. India: il fascino e le contraddizioni di un grande Paese", 1998, Frassinelli
- Gaarder-Notaker-Hellern "Il libro delle religioni", 2001, ed. Corbaccio, Torino
- J. Casanova, "Oltre la secolarizzazione- Le religioni alla riconquista della sfera pubblica", 2000, ed. it. Il Mulino, Bologna
- Lester R. Kurtz, "Le religioni nell'era della globalizzazione", 2000, ed. it. Il Mulino, Bologna
- El Hassan bin Talal e A. Elkann, "Essere Musulmano", 2001, Bompiani, Milano
- Lo Jacono, "Islamismo", 1997, Giunti, Firenze

- A-M. Delcambre, "Maometto il profeta e l'Islam", 1993, Universale Electa/Gallimard
- E. Pace, "Sociologia dell'Islam", 1999, Carocci, Roma
- E. Gugenheim, "L'Ebraismo nella vita quotidiana", 1997 Giuntina
- Elio Toaff con Alain Elkann, "Essere Ebreo", Bompiani 1996
- Nicoletta Benatelli (a cura di), "Tra fede e storia. La presenza delle comunità religiose a Venezia" pubblicato nel 2000 dal Centro Pace della Città di Venezia e distribuito dall'Assessorato al Centro Pace del Comune di Venezia
- G. Hofstede, "Cultures and Organizations: Software of the Mind", 1991, McGraw-Hill England, Londra
- Bollinger-Hofstede, "Internazionalità" (titolo originale *Les différences culturelles dans le management*), ed.it. Guerini 1989
- P. Gagliardi (a cura di), "Symbols and Artifacts, views of the Corporate Landscape", 1990, Walter de Gruyter, Berlin-New York
- P. Gagliardi (a cura di), "Le imprese come culture- Nuove prospettive di analisi organizzativa", 1995, UTET, Torino
- F. Poyatos (a cura di), "Advances in nonverbal communication", 1992, John Benjamins ed., Amsterdam/Philadelphia
- M. Clyne, "Inter-cultural communication at work", 1994, Cambridge University Press, Great Britain
- K. Cushner- R. W. Brislin, "Intercultural interactions- a practical guide", 1996, Sage Publications Inc., USA
- Leeds Metropolitan University, "Developing cross-cultural capability", 1996-1997
- R. Scollon – S. Wong Scollon, "Intercultural communication", 1995, Blackwell Publisher, Usa-UK
- R. A. Axtell, "Do's and Taboos of Humor around the World", 1999, WILEY Inc., USA
- R. A. Axtell, "Gestures. The Do's and Taboos of the Body Language around the World", 1998, WILEY Inc., USA
- R. A. Axtell, "Do's and Taboos around the World", 1993, WILEY Inc., USA
- R. A. Axtell, "Do's and Taboos of Hosting International Visitors", 1990, WILEY Inc., USA

