



# COSA RIPORTIAMO DAI NOSTRI VIAGGI O DALLE NOSTRE VACANZE?

STIMOLI PER L'INSEGNAMENTO

# BEEEN THERE

Temi:

**PROFESSIONI, COMMERCIO, CONSUMO, PESCE, ECOSISTEMI**

Livello scolastico:

**3° CICLO, SEC. II**

**FILM DOCUMENTARIO DI CORINA SCHWINGRUBER ILIC**

Durata: 10 minuti

Età consigliata: 8 anni

**Produzione:** freihändler Filmproduktion GmbH, SRF Radiotelevisione svizzera, Stella Händler

**Anno di produzione:** 2023

**Riprese:** Nikola Ilic

**Suono:** Homolka Hartmut

**Paese:** Svizzera

**Lingue:** senza parole

# INDICE

## 1. IL FILM

## 2. TRASPOSIZIONE DIDATTICA IN CLASSE

## 1.1. CONTENUTO



**Descrizione** ..... Il film documentario illustra il moderno turismo di massa da diversi punti di vista e mostra le turiste e i turisti che vivono i loro viaggi e le loro vacanze principalmente attraverso la fotocamera digitale. La domanda che ci si pone è: «cosa riporteranno dal loro viaggio, a parte una prova fotografica?». (Cfr. [SwissFilm](#)).

**Messaggio** ..... «Been there» mostra persone che visitano attrazioni turistiche e luoghi d'interesse famosi e documentano fotograficamente la loro presenza in loco. Non appena hanno scattato una foto o girato un video, passano al luogo successivo. Si ha l'impressione che non si interessino affatto alla cultura o alla storia del luogo. Di conseguenza, il vero valore del viaggio viene meno e si trasforma in un'esperienza superficiale. Questo film sprona le spettatrici o gli spettatori a riflettere sul senso e sullo scopo che i viaggi e le vacanze rappresentano per loro.

## 1.2. IL FORMATO



### Analisi del film .....



Le situazioni con le turiste e i turisti ci sono molto familiari e vengono mostrate senza commenti o spiegazioni. Il documentario presenta una visione del moderno turismo di massa e, grazie al modo in cui è stato realizzato, lascia un ampio margine d'interpretazione. Le spettatrici e gli spettatori scoprono prospettive e dettagli nuovi e riflettono inevitabilmente sul proprio comportamento di viaggio.

La regista Corina Schwingruber riesce a dissociare le persone mostrate dal loro ambiente. Di conseguenza, le persone nel film sembrano in qualche modo «smarrite» quando si trovano in mezzo alla folla o nei paesaggi. Così facendo, la regista mette sottilmente in risalto il titolo del film che mostra come spesso sia solo una questione di «essere stati lì».

### Drammaturgia .....

«Been there» ha una chiara struttura drammaturgica. Dopo una breve introduzione, la prima parte mostra persone che si guadagnano da vivere con il turismo e si preparano alla visita di turiste e turisti. Un vetturino a Vienna che guarda con impazienza il suo cellulare oppure un gondoliere a Venezia che pulisce la sua gondola. Poi, poco a poco, sempre più persone invadono i vari luoghi altamente turistici. Nella parte successiva del film, le persone sono indaffarate a scattare foto o a mettersi in posa per farsi dei selfie. Alla fine del documentario, si vedono nuovamente le persone del luogo che portano via i rifiuti lasciati da viaggiatrici e viaggiatori e ripuliscono. Si crea una sorta di ciclo che mostra i processi automatizzati del turismo di massa.

## 1.3. INFORMAZIONI TECNICHE DI BASE



### Informazioni sul ..... In realtà, perché viaggiamo? tema del film

Ognuno di noi ha le proprie ragioni per viaggiare e andare in vacanza e le proprie idee di viaggi e vacanze. I motivi e le esigenze possibili possono essere:

1. Comprensione interculturale: conoscere culture, tradizioni e stili di vita diversi e sviluppare così una comprensione interculturale.
2. Crescita personale: consolidare la propria indipendenza, sviluppare la propria flessibilità e imparare ad affrontare situazioni insolite.
3. Riposo e relax: evadere dalla quotidianità, ridurre lo stress e rilassarsi.
4. Avventura e scoperta: destare la curiosità, scoprire nuovi luoghi e vivere l'avventura.
5. Educazione: ampliare i propri orizzonti e intravedere opportunità pratiche d'apprendimento al di fuori dell'aula.



### Che importanza hanno i social media?

Oggi il turismo è incentivato, tra l'altro, anche dai social media. Da uno [studio pubblicato da booking.com](#) nel 2019 emerge che questi mezzi influenzano fortemente soprattutto il comportamento di viaggio della Generazione Z (persone nate tra il 1995 e il 2010). Oltre la metà delle persone intervistate si lascia ispirare dai social media per la scelta della propria destinazione di viaggio, e Instagram costituisce la principale fonte d'ispirazione per il 40% di loro. Anche le e gli influencer svolgono un ruolo importante. Circa il 40% delle persone appartenenti alla Generazione Z si fida delle loro raccomandazioni fornite sui social media e il 20% di loro le segue. I luoghi che appaiono bene in foto sono privilegiati e circa un terzo condivide le proprie foto di viaggio sui social media. Inoltre, molte e molti giovani si assicurano che le loro destinazioni di viaggio siano "instagrammabili". Nascono così nuove tendenze o spuntano luoghi altamente turistici da visitare (hotspot), con tutte le opportunità e tutti i problemi a livello sociale, ambientale ed economico che ne conseguono. La sfida consiste nel contribuire a plasmare in modo attivo e sostenibile l'influenza esercitata attraverso e con i social media, nel minimizzare gli effetti negativi (cfr. pagine 8 e 9), nello sfruttare le opportunità e nell'illustrare le possibilità orientate al futuro.

### A cosa servono le foto e i video di luoghi lontani?

Ciò che le persone catturano fotograficamente dipende principalmente dai loro interessi e dalle loro esigenze. Su una foto o in un video si vedono a volte luoghi, persone, oggetti o tutto insieme. La documentazione visiva permette di ricordare o rievocare un'esperienza specifica. Ma cosa si sperimenta esattamente e cosa si racconta del viaggio? Ci sono vari modi e motivi per raccontare un viaggio. Le foto di viaggio, consentono per esempio di...

- ...accedere virtualmente ad un luogo particolare che suscita emozioni.
- ...rivivere l'esperienza da diverse angolazioni e prospettive.
- ...trasmettere informazioni pratiche e non filtrate.
- ...scoprire e localizzare nuovi luoghi.
- ...creare stimoli per nuove domande e discussioni.
- ...fungere da ispirazione per viaggi futuri.

Molti blog di viaggio contengono racconti, consigli, raccolte, fatti, ecc., che sono spesso supportati visivamente da immagini. Ecco alcuni esempi:

- Nomadic Matt ([nomadicmatt.com](http://nomadicmatt.com)): questo sito propone innumerevoli racconti di viaggio, consigli e storie da tutto il mondo.
- Lonely Planet ([lonelyplanet.com](http://lonelyplanet.com)): oltre alle guide di viaggio e ai consigli pratici, questo sito contiene pure numerosi racconti di viaggio e recensioni di viaggiatrici e viaggiatori.
- The Blonde Abroad ([theblondeabroad.com](http://theblondeabroad.com)): si tratta di un blog gestito da una viaggiatrice che contiene tanti racconti di viaggio, foto e consigli stimolanti ed ispiratori.
- Travel Blog ([travelblog.org](http://travelblog.org)): si tratta di una piattaforma su cui le viaggiatrici e i viaggiatori possono realizzare e pubblicare i propri blog di viaggio, creando un'ampia raccolta di racconti di viaggio.
- Globetrotter Girls ([globetrottergirls.com](http://globetrottergirls.com)): questo sito offre racconti di viaggio dettagliati, consigli e storie suggestive su varie destinazioni in tutto il mondo.
- National Geographic Travel ([nationalgeographic.com/travel](http://nationalgeographic.com/travel)): questo sito contiene racconti di viaggio e foto mozzafiato di fotoreporter professionisti e giornalisti/e che viaggiano e lavorano per conto di National Geographic.



### L'evoluzione del turismo

Passato: nel XVIII secolo, un numero sempre maggiore di persone si reca in Svizzera perché l'entusiasmo per le Alpi e l'abbinamento "natura e cultura" seducono sempre più. Nel XIX secolo, l'ampliamento dell'infrastruttura ferroviaria contribuisce in modo decisivo a rendere la Svizzera più accessibile e meglio raggiungibile. Le guide turistiche, le agenzie di viaggio e lo sviluppo di infrastrutture turistiche, come alberghi e ferrovie di montagna, trasformano la Svizzera in una meta turistica ricercata.

Presente: il turismo di massa in Svizzera porta benefici economici a determinate regioni e particolari settori. Nel contempo, l'iperturismo causa anche notevoli problemi. Ciò è particolarmente evidente in luoghi molto visitati come Lucerna, Lauterbrunnen e il Ticino. Per affrontare queste sfide, alcuni comuni e istituzioni adottano misure come la limitazione d'accesso o il prelevamento di tasse per ridurre il numero di visitatrici e visitatori o contenere la massa di persone. Nell'articolo di Swissinfo.ch [«Turismo di massa improvviso: le strategie svizzere contro l'effetto influencer»](#) e nel rispettivo video reportage, si illustrano esempi concreti di come si cerchi di minimizzare gli effetti negativi del turismo in varie località.

## Quali vantaggi e svantaggi porta il turismo?

La questione va analizzata dalle diverse prospettive dello sviluppo sostenibile.

### Vantaggi

- Economia: le turiste e i turisti spendono il loro denaro per acquisti, alloggi, ristoranti, attrazioni e oggetti ricordo. I proventi del turismo permettono di migliorare le infrastrutture come l'espansione dei collegamenti dei mezzi di trasporto, la costruzione di nuovi alberghi e la modernizzazione delle vie di comunicazione. Questo sviluppo crea a sua volta posti di lavoro e promuove l'economia locale e regionale.
- Società: gli scambi interculturali accrescono la consapevolezza per la cultura e migliorano la coesione sociale. Inoltre, i proventi del turismo consentono di investire nella conservazione di siti storici e culturali e nella manutenzione di parchi e luoghi di incontro.

### Svantaggi

- Ambiente: in alcuni luoghi, il numero crescente di visitatrici e visitatori diventa quasi ingestibile e danneggia la natura. Si accumulano montagne di rifiuti o gli impianti di depurazione non riescono a trattare gli enormi volumi di acque reflue. Inoltre, lo sviluppo di attrazioni turistiche e luoghi d'interesse famosi richiedono spazio, spostano gli habitat naturali di animali e piante e hanno un impatto negativo sugli ecosistemi.
- Società: la popolazione locale deve costantemente adattarsi alle dinamiche del turismo di massa. Deve gestire l'inquinamento ambientale e le alterazioni dell'ambiente, la ripartizione irregolare del lavoro durante l'anno, gli improvvisi cambiamenti sociali e finanziari dovuti a catastrofi naturali o a eventi socio-politici, la costante ricerca di attualità e innovazione, ecc. La popolazione locale può inoltre avere la sensazione di essere sempre più estromessa dalle visitatrici e dai visitatori.
- Economia: molti impieghi creati dal turismo sono stagionali e instabili, spesso poco qualificati o mal retribuiti. I luoghi che dipendono fortemente dal turismo soffrono di una mancanza di pluralità economica e mettono le persone che vivono all'esterno dei centri turistici e i servizi in una posizione di svantaggio economico. Inoltre, il turismo fa spesso aumentare i prezzi in loco, ciò che può essere problematico per la popolazione locale.

## ..... Fonti

- Dizionario storico della Svizzera (DSS) (2022): Turismo. <https://hls-dhs-dss.ch/it/articles/014070/2022-03-08/> (stato il 06.11.2024).
- <https://www.revfine.com/de/touristische-bedeutung/#social-cultural-disadvantages> (stato il 25.07.2024).
- <https://news.booking.com/la-generazione-z-non-vede-lora--di-scoprire-il-mondo-tra-ambiziose-liste-di-viaggio-e-itinerari-pieni-di-avventura/> (stato il 06.11.2024).
- <https://www.studysmarter.de/schule/geographie/humangeographie/social-media-tourismus/> (stato il 25.07.2024).
- <https://www.swissinfo.ch/ita/lavorare-in-svizzera/turismo-di-massa-improvviso-le-strategie-svizzere-contro-leffetto-influencer/84084361> (stato il 06.11.2024).
- <https://www.srf.ch/news/dialog/was-finden-sie-massentourismus-in-der-schweiz-vorteilhaft-oder-schaedlich> (stato il 21.08.2024).

## ..... Altri link

- Materiale didattico per il 3° ciclo e il secondario II «[Shape your Trip](#)» di Myclimate sui temi del viaggio e della sostenibilità
- Autovalutazione per scoprire come le altre persone influenzano la scelta delle proprie destinazioni di viaggio ([Shape your Trip](#))
- Scoprire le tecnologie che in futuro potrebbero aiutarci a viaggiare in modo più sostenibile ([Shape your Trip](#))
- Dossier tematico «[Viaggiare](#)» di éducation21

## 2.1. OBIETTIVI

### Trilogia didattica

DIMENSIONI	COMPETENZE*	PRINCIPI*
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Società (scopo, senso)</li> <li>• Economia (fattori trainanti, influenze)</li> <li>• Ambiente (conseguenze del consumo)</li> <li>• Tempo (cambiamento attraverso i social media)</li> <li>• Spazio (globalizzazione, viaggi)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pensare in modo sistemico</li> <li>• Riflettere sui propri valori e su quelli delle altre persone</li> <li>• Assumersi la propria responsabilità e utilizzare i vari margini di manovra</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pensare in modo sistemico</li> <li>• Riflettere sui valori e orientare all'azione</li> <li>• Apprendere tramite la scoperta</li> </ul>

\* Si riferiscono allo schema delle competenze e dei principi di éducation21

### Pertinenza ESS.....

Molte persone viaggiano in tutto il mondo e pubblicano foto e video sui social media. Luoghi bellissimi e molto fotografati attirano il turismo che si traduce spesso in un'invasione di persone in loco. Questo ha anche un impatto negativo sull'ambiente naturale. È importante tematizzare nelle scuole le ripercussioni dei viaggi sull'ambiente, sulla società, sull'economia e le influenze che esercitano i social media in questo contesto. Riflettendo in modo approfondito sul proprio comportamento di viaggio, le bambine, i bambini, nonché le e i giovani dovrebbero confrontarsi con il senso e lo scopo dei viaggi e delle vacanze per acquisire la consapevolezza del proprio benessere e delle proprie decisioni in materia di viaggi sostenibili.

### Obiettivi didattici .....

Le allieve e gli allievi sono in grado di ...

- ...indicare interessi ed esigenze in relazione con i propri viaggi.
- ...avere un'idea in merito all'impiego o meno dei social media quando visiteranno il prossimo luogo turistico e di come farlo in modo consapevole.
- ...valutare la qualità delle proprie vacanze/dei propri viaggi.

### Obiettivi d'apprendimento .....

Le allieve e gli allievi...

- ... sviluppano idee sui vari modi di trascorrere le proprie vacanze. (Percepire il mondo)
- ... analizzano il turismo superficiale e identificano le conseguenze sociali ad esso associate. (Scoprire il mondo)
- ... valutano la qualità delle vacanze/dei viaggi finora intrapresi e riflettono sul valore e sul senso che le vacanze/i viaggi hanno per loro. (Orientarsi nel mondo)
- ... abbozzano un'idea di come e se utilizzare i social media in occasione della loro prossima vacanza. (Agire nel mondo)

## Nei piani di studio

### ..... 3° ciclo, contesti di formazione generale

Cittadinanza, culture e società:

- Contribuire alla risoluzione di conflitti nel proprio contesto, eventualmente richiedendo e supportando lo sviluppo di strategie adeguate agli scopi.
- Organizzare attività volte alla valorizzazione del patrimonio culturale e naturale, ad esempio svolgendo il ruolo di guide e ciceroni.

Biosfera, salute e benessere

- Progettare e supportare iniziative pubbliche atte a sostenere lo sviluppo di politiche che promuovano la salute e il benessere di tutti gli esseri viventi.
- Cooperare con le autorità locali per la salvaguardia, la cura dell'ambiente e la biodiversità.

Economia e consumi

- Pianificare e implementare semplici progetti imprenditoriali, calati nella realtà locale, basati sulle pari opportunità e su un concetto sostenibile del territorio e dell'economia e un utilizzo efficace della comunicazione.
- Decodificare e transcodificare messaggi pubblicitari di vario genere (cartellonistica, stampa, televisione, internet) e incontrare figure professionali che si occupano di marketing.

#### Formazione professionale, cultura generale:

- Economia: obiettivo della formazione A: trovarsi nelle vesti di consumatore responsabile.
- Ecologia: obiettivo della formazione C: sviluppare possibilità di comportamento sostenibile.
- Tecnologia: obiettivo della formazione A: analizzare l'influsso delle tecnologie.

#### Scuole di maturità liceale:

- Geografia: lavorare su temi legati alla sostenibilità.
- Economia e diritto: assunzione di responsabilità e utilizzo del margine di manovra.
- Filosofia: riflettere sui propri valori e su quelli altrui.

## 2.2. UNITÀ DIDATTICA (durata 2-4 lezioni)

Domanda chiave generale:

### Cosa riportiamo dai nostri viaggi o dalle nostre vacanze?

Struttura didattica secondo «Querblicke»<sup>1</sup>:

ENTRATA IN MATERIA	COSTRUZIONE DEL SAPERE E INTERRELAZIONE	SVILUPPO DELLA VISIONE	RISPOSTA ALLA DOMANDA CHIAVE	TRASFERIMENTO
<ul style="list-style-type: none"> <li>C'è una differenza tra viaggiare e andare in vacanza?</li> <li>Cosa ho riportato dal mio ultimo viaggio/dalla mia ultima vacanza?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Quali foto delle vacanze (mi) piacciono?</li> <li>In che modo le turiste e i turisti possono influenzare l'ambiente, la società e l'economia con il loro comportamento?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cos'è importante per me durante i miei viaggi e le mie vacanze?</li> <li>Come documenterò i miei prossimi viaggi? A cosa presterò attenzione?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cosa dovrebbero raccontare le foto delle vacanze?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Come percepisco il mio ambiente?</li> <li>Oltre alle foto e ai video, cosa posso riportare dai miei viaggi/dalle mie vacanze?</li> </ul>

ENTRATA IN MATERIA		
SEQUENZA	CONTENUTO	MATERIALE
Preparazione	Le allieve e gli allievi (AeA) portano foto o oggetti del loro ultimo viaggio o della loro ultima vacanza che desiderano presentare alla classe.	Foto, oggetti
Entrata in materia	<p><b>Cosa ho riportato dal mio ultimo viaggio/dalla mia ultima vacanza? (10 min.)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Le e gli AeA espongono le foto/gli oggetti sui loro banchi e li commentano brevemente (#, emoji, breve commento).</li> <li>Le e gli AeA girano per la classe e guardano le presentazioni altrui (vernissage).</li> <li>In rapida successione, ogni AeA racconta a voce ciò che ha riportato da quel viaggio/da quella vacanza oltre alla foto/all'oggetto.</li> </ul>	Foto, oggetti, etichette per la presentazione degli oggetti
PARTE PRINCIPALE 1/2		
Costruzione del sapere	<p><b>Film (15min)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>L'insegnante crea un ponte con il film: "cosa riportano le persone nel film dai loro viaggi?".</li> <li>Guardare il film. Poi discutere la domanda in plenaria.</li> <li>Domanda successiva: "le persone nel film hanno scattato le foto per sé o per gli altri?".</li> </ul>	Film, Beamer

<sup>1</sup> Muheim, V., Wüst, L., Künzli David, Ch., Bertschy, F., Buchs, Ch., Bänninger, Ch., Gysin, S., Isler-Wirth, P. (2014). Bildung für eine Nachhaltige Entwicklung vertiefen. Grundlagenband aus der Reihe ‚Querblicke‘. Herzogenbuchsee, Ingold Verlag.

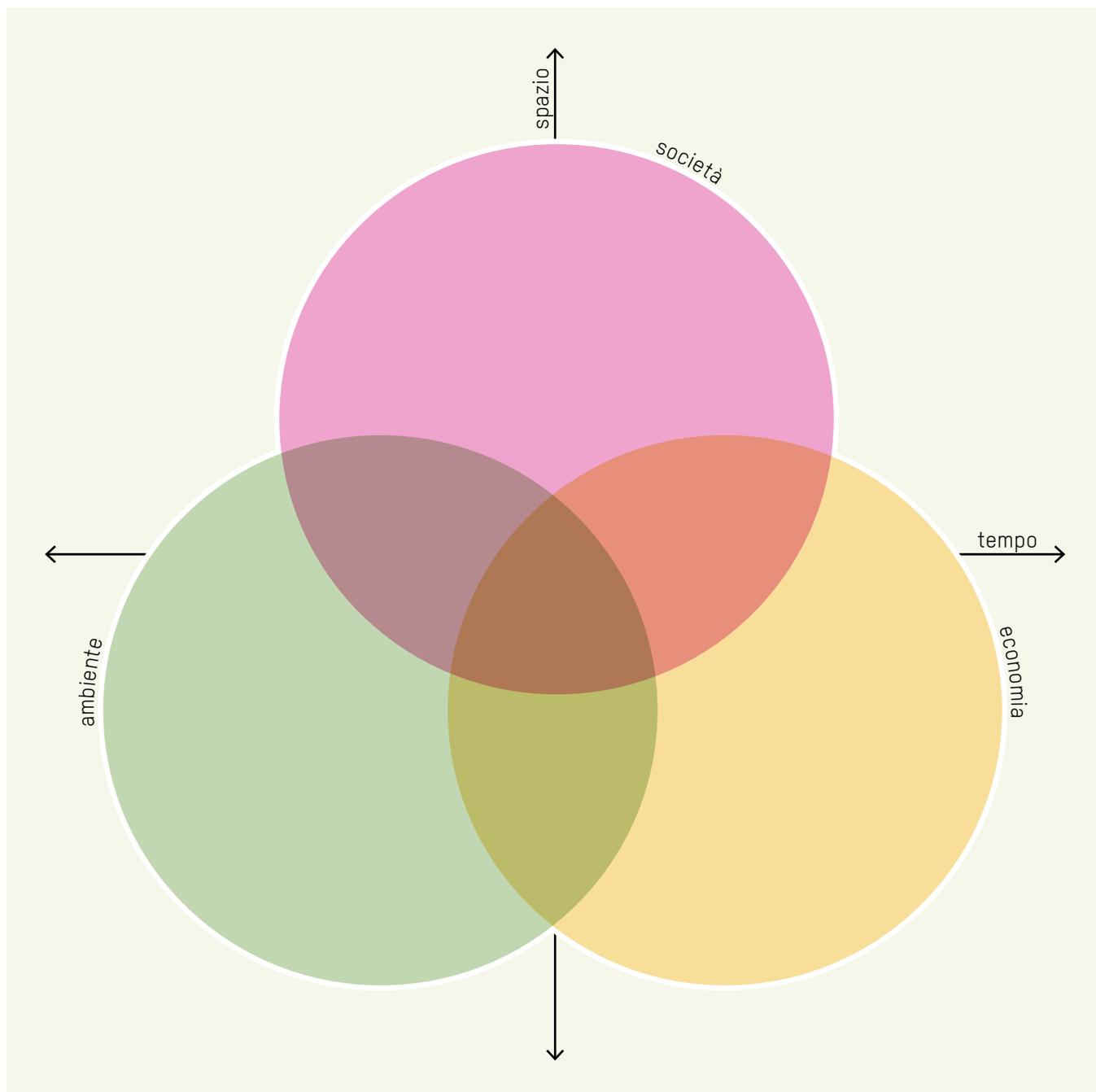
PARTE PRINCIPALE 2/2		
1° approfondimento	<p><b>Analizzare i resoconti di viaggio (40 min.)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• "Quali foto delle vacanze (mi) piacciono?"</li> <li>• Le e gli AeA fanno ricerche su varie piattaforme (cfr. link contenuti nelle informazioni di base) o in opuscoli di viaggio cartacei.</li> </ul> <p>Approfondimento: autovalutazione per scoprire come le altre persone influenzano la scelta delle proprie destinazioni di viaggio (<a href="#">Shape your Trip</a>)</p>	Tablet/laptop, immagini, opuscoli, riviste, link contenuti nelle informazioni di base
2° approfondimento	<p><b>Impatto sull'ambiente, sulla società e sull'economia (40 min.)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La classe si prepara a un dibattito sulla domanda seguente: "abbiamo bisogno di più o meno turismo?".</li> <li>• La classe viene suddivisa in due gruppi: uno a favore e uno contrario. Ogni gruppo discute esempi tratti dalla quotidianità, cerca le ragioni (cfr. informazioni di base) e sviluppa le argomentazioni in preparazione al dibattito.</li> <li>• La domanda viene poi discussa in plenaria. Non è prevista un'unica soluzione. Le e gli AeA devono formarsi una propria opinione.</li> <li>• A seconda della dinamica del dibattito, l'insegnante esamina con le e gli AeA le singole argomentazioni e perché queste ultime hanno influenzato in maggior o minor misura la loro opinione.</li> </ul>	SdL1
CONCLUSIONE		
Sviluppo della visione e risposta alla domanda chiave	<p><b>Io come turista (15 min.)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Le e gli AeA riflettono a come vorrebbero essere quando viaggiano come turisti/e (rispetto alla società, all'ambiente, all'economia). Riflettono anche al tipo di foto che desiderano scattare o a cosa vogliono riportare dai loro viaggi/dalle loro vacanze.</li> <li>• L'insegnante distribuisce dei foglietti Post-it. Le e gli AeA vi scrivono i loro pensieri, desideri ed esigenze con parole chiave e li attaccano alla lavagna. Si crea così una raccolta di idee e pensieri che le e gli altri AeA possono utilizzare come spunto di riflessione o indicazione per le loro esigenze.</li> </ul> <p>Approfondimento: che tipo di viaggiatore/trice sono? (<a href="#">Shape your Trip</a>)</p>	Post-it

## ABBIAMO BISOGNO DI PIÙ O MENO TURISMO?

A/In \_\_\_\_\_ si vive di turismo. Questo offre tante opportunità ma comporta anche molti rischi. Insieme cercate di scoprire se questo luogo deve continuare a promuovere il turismo e cosa occorre fare per garantire che tutti (residenti, turisti/e, pendolari, animali, ecc.) continuino a star bene anche in futuro.

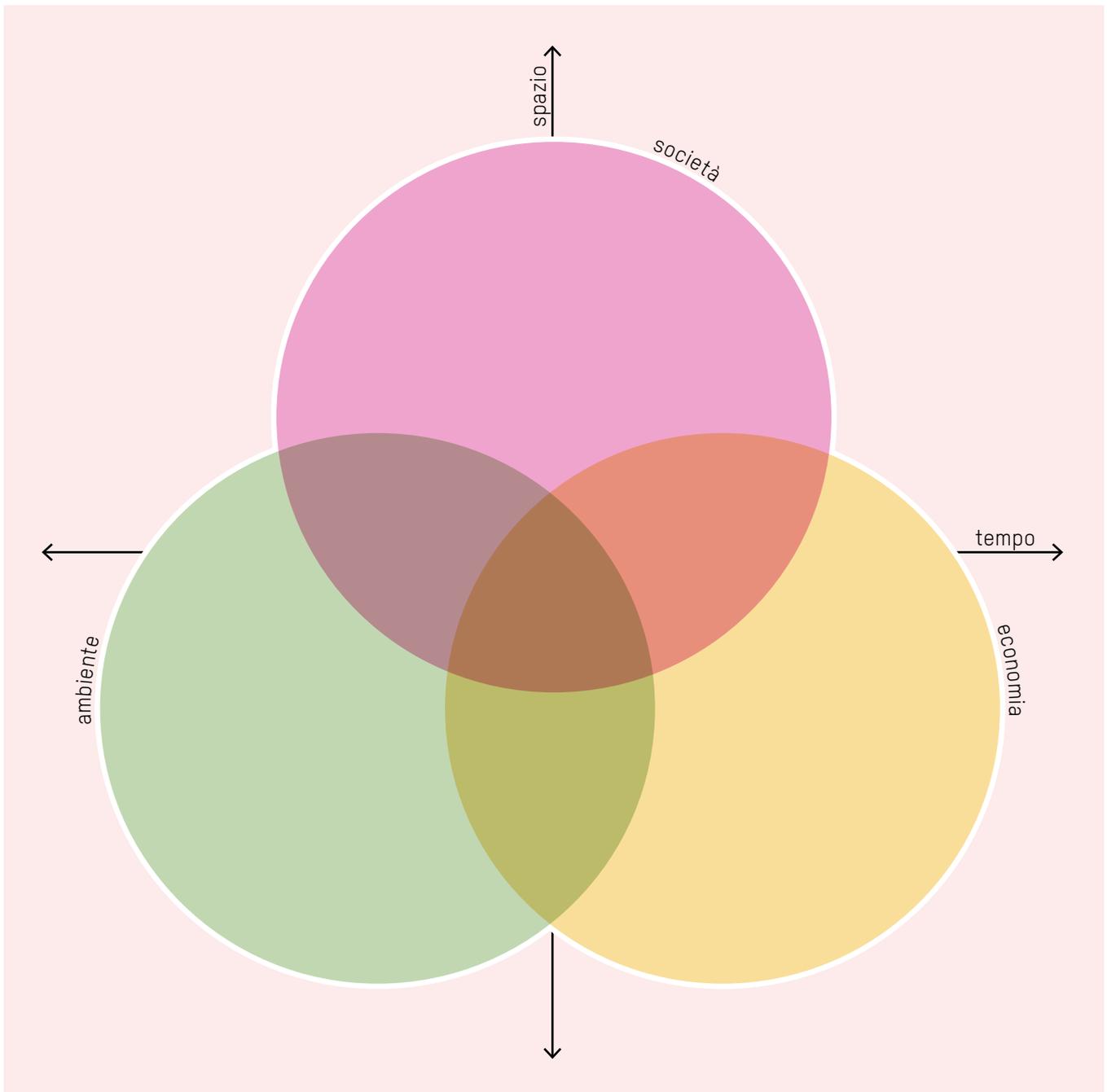
### IL TURISMO COME OPPORTUNITÀ

---



IL TURISMO COME RISCHIO

---



..... **Impressum**

**Stimoli per l'insegnamento – Suggerimenti didattici per il film « Been There »**

**Autrice:** Angela Thomasius

**Editrice:** éducation21

**Redazione:** Lucia Reinert, Angela Thomasius

**Editing:** Martin Seewer

**Traduzione:** Annie Schirrmeister

**Adattamento in italiano:** Roger Welti

**Test sul campo:** Julia, Svenja, Raffaella, Jon, Andres (3° ciclo, AG, LU, ZG)

**Concetto grafico:** GRAFIKREICH AG

**Copyright:** éducation21, Bern 2024

**Informazioni:** éducation21, Monbijoustr. 31, 3011 Bern, Tel 031 321 00 22

**éducation21** | La Fondazione éducation21 coordina e promuove l'educazione allo sviluppo sostenibile (ESS) in Svizzera. Su mandato della Conferenza dei direttori cantionali dell'educazione, della Confederazione e delle istituzioni private, funge da centro di competenza nazionale per la scuola dell'obbligo e secondaria II. [www.education21.ch](http://www.education21.ch)

[www.education21.ch](http://www.education21.ch)

**Facebook:** @education21ch

**LinkedIn:** @éducation21

**X (Twitter):** @education21ch

**#éducation21 #é21**

