



RESUMEN:

El objetivo de este artículo es proporcionar un análisis de la transformación de la localidad montañosa tradicional Pejo (Italia, provincia autónoma de Trento) en un destino turístico muy activo durante la segunda mitad del siglo XX. El objetivo principal del trabajo es determinar los factores y las consecuencias de los cambios en el entorno sociocultural y analizar las relaciones de los cambios observados en el crecimiento del turismo en la zona. Los datos empíricos para esta investigación se obtuvieron a través de la observación participante y no participante en los últimos cinco años y a través de doce entrevistas no estructuradas con residentes locales realizadas en junio de 2017 en Val di Sole. Los temas comunes clave en las entrevistas fueron identificados dentro del presente análisis y evaluaron su importancia en el contexto social y cultural dado. Los datos resultantes se analizaron también en relación con los resultados de la observación participante y no participante. La situación actual en Val di Pejo puede servir como un modelo casi ideal para la transformación de un sitio de montaña tradicional en un destino orientado al turismo ecológico. El uso respetuoso con el medio ambiente de los recursos naturales y culturales locales brinda a los residentes locales ingresos y oportunidades de empleo constantes. El enfoque relativamente conservador de los residentes provoca el lento ritmo del proceso de transformación, que reduce al mínimo los posibles cambios irreversibles del medio ambiente y garantiza la preservación de la naturaleza original del paisaje sin la necesidad de intervenciones significativas por parte de las instituciones públicas. La apreciación de la cultura tradicional por parte de los visitantes es un factor importante que lleva a reforzar los esfuerzos de los locales para preservar las tradiciones locales. La mercantilización de la cultura contribuye a la revitalización de la cultura tradicional y la atención de los turistas es un motivo de orgullo para los anfitriones en su propia historia.

Palabras clave: *sociología del turismo, identidad local, cultura local, valores turísticos*

INTERACCIONES ENTRE EL TURISMO Y LA CULTURA LOCAL

*Lic. Martina Vítková

* Lic. Sociología. Jefa de Producciones turísticas NEV-DAMA cestovní kancelář Praga. República Checa.

TITLE: THE INTERACTION OF TOURISM AND LOCAL CULTURE

ABSTRAC: The aim of this paper is to provide an analysis of the transformation of the traditional mountainous locality Pejo (Italy, Autonomous Province of Trento) into a busy tourist destination in the course of the second half of the 20th century. The main purpose of the work is to determine the factors and consequences of changes in the socio-cultural environment and to analyze the relations of the observed changes to the growth of tourism in the area. Empirical data for this research have been procured through participant and non-participant observation over the past five years, and through twelve unstructured interviews with local residents carried out in June 2017 in Val di Sole. The key common themes in the interviews were identified within the present analysis and evaluated their importance in the given social and cultural context. The resulting data was analyzed also in relation to the outputs of the participant and non-participant observation. The current situation in Val di Pejo can serve as an almost ideal model for transformation of a traditional mountain site into an eco-tourist oriented destination. Environmentally friendly use of local natural and cultural resources provides local residents with constant income and job opportunities. The relatively conservative approach of the residents causes the slow pace of the transformation process, which reduces to the minimum potential irreversible changes of the environment and ensures the preservation of the original nature of the landscape without the need for significant interventions by public institutions. The appreciation of traditional culture by visitors is a significant factor leading to reinforce the efforts of locals to preserve local traditions. The commodification of culture contributes to the revitalization of traditional culture and the attention of tourists is a source of pride for the hosts on their own history.

Key words: *sociology of tourism, local identity, local culture, tourism values*



REVISTA ELECTRÓNICA

ENTREVISTA ACADÉMICA



ISSN: 2603-607X revistae.reea@gmail.com

LE TITRE: INTERACTIONS ENTRE TOURISME ET CULTURE LOCALE

LE RÉSUMÉ:

Le but de cet article est de fournir une analyse de la transformation de la ville montagnaise traditionnelle de Pejo (province autonome de Trento en Italie) en une destination touristique très active au cours de la seconde moitié du XXe siècle. L'objectif principal de ce travail est de déterminer les facteurs et les conséquences des changements de l'environnement socioculturel et d'analyser les relations entre les changements observés dans la croissance du tourisme dans la région. Les données empiriques de cette recherche ont été obtenues par l'observation des participants et des non-participants au cours des cinq dernières années et par douze entretiens non structurés menés avec des résidents locaux en juin 2017 à Val di Sole. Les principaux thèmes communs des entretiens ont été identifiés dans la présente analyse et ont évalué leur importance dans le contexte social et culturel donné. Les données obtenues ont également été analysées par rapport aux résultats des observations des participants et des non-participants. La situation actuelle à Val di Pejo peut servir de modèle presque idéal pour transformer un site de montagne traditionnel en une destination tournée vers le tourisme écologique. L'utilisation respectueuse de l'environnement des ressources naturelles et culturelles locales offre aux résidents locaux un revenu constant et des opportunités d'emploi. L'approche relativement conservatrice des habitants est à l'origine de la lenteur du processus de transformation, qui minimise les éventuels changements irréversibles de l'environnement et garantit la préservation de la nature originale du paysage sans nécessiter d'interventions importantes de la part des institutions publiques. L'appréciation de la culture traditionnelle par les visiteurs est un facteur important qui conduit à renforcer les efforts des populations locales pour préserver les traditions locales. La marchandisation de la culture contribue à la revitalisation de la culture traditionnelle et l'attention des touristes est une source de fierté pour les hôtes de leur propre histoire.

Les mots de la clef: *sociologie du tourisme, identité locale, culture locale, valeurs du tourisme*

TÍTULO: INTERACÇÕES ENTRE TURISMO E CULTURA LOCAL

RESUMO:

O objetivo deste artigo é fornecer uma análise da transformação da tradicional cidade montanhosa de Pejo (Itália, província autônoma de Trento) em um destino turístico muito ativo durante a segunda metade do século XX. O objetivo principal do trabalho é determinar os fatores e conseqüências das mudanças no ambiente sociocultural e analisar as relações das mudanças observadas no crescimento do turismo na área. Os dados empíricos para esta pesquisa foram obtidos por meio de observação participante e não participante nos últimos cinco anos e por meio de doze entrevistas não estruturadas com moradores locais realizadas em junho de 2017 em Val di Sole. Os principais temas comuns nas entrevistas foram identificados na presente análise e avaliados sua importância no contexto social e cultural dado. Os dados resultantes também foram analisados em relação aos resultados da observação participante e não participante. A situação actual em Val di Pejo pode servir como um modelo quase ideal para a transformação de um local tradicional de montanha num destino orientado para o turismo ecológico. O uso ambientalmente amigável dos recursos naturais e culturais locais proporciona aos moradores locais renda constante e oportunidades de emprego. A abordagem relativamente conservadora dos moradores faz com que o ritmo lento do processo de transformação, o que minimiza possíveis mudanças ambientais irreversíveis e garante a preservação da natureza original da paisagem, sem a necessidade de intervenções significativas, por instituições públicas. A valorização da cultura tradicional pelos visitantes é um fator importante que leva a reforçar os esforços dos moradores locais para preservar as tradições locais. A mercantilização da cultura contribui para a revitalização da cultura tradicional e a atenção dos turistas é motivo de orgulho para os anfitriões em sua própria história.

Palavras chaves: *sociologia do turismo, identidade local, cultura local, valores turísticos*

Fecha de recibo: 20/08/2018

Fecha de aceptación: 21/11/2018

Revista Electrónica: Entrevista Académica Disponible en: <http://www.eumed.net/rev/reea.html>

Vol. I No. 3 Enero 2019.

Introducción

El turismo es un fenómeno con una influencia cada vez mayor en muchas áreas de la vida. Es un factor significativo en el crecimiento económico, político, cultural y ambiental del cambio. Los cambios que se producen como resultado del turismo tienden a tener un impacto negativo en el sitio expuesto, en forma de alteración de las tradiciones locales o daños al medio ambiente. Tal situación ocurre principalmente en los casos en que la modernidad sigue siendo un territorio relativamente intacto. La identificación de los factores que determinan el desarrollo del turismo en la localidad y el análisis de su relación con los impactos del turismo es una base importante para la creación de herramientas adecuadas para limitar los efectos negativos que el turismo puede transmitir.

La antropología del turismo es una rama relativamente joven (el primer estudio importante en el campo desde la década de 1970), a pesar de que la investigación sobre el turismo y su influencia en la cultura local ya se ha redactado. Sin embargo, la realidad de los diferentes destinos es muy variable. Cada estudio adicional es otro trabajo para ayudar a completar el panorama general y proporcionar los datos empíricos necesarios para comparar y refinar las conclusiones extraídas.

El objetivo de este trabajo es proporcionar una contribución al discurso sobre los impactos del turismo en un sitio turístico. Este documento describe el proceso de transformación de la localidad montañosa tradicional Pejo (Italia, provincia autónoma de Trento) en un centro turístico ocupado durante la segunda mitad del siglo XX.

El objetivo principal es identificar y analizar los factores y las consecuencias de los cambios en el entorno sociocultural y el contexto de los cambios observados con el crecimiento del turismo en la zona. Se hace hincapié en un enfoque holístico. La cultura local, la historia y la disposición del paisaje se consideran factores que configuran la estructura social y las relaciones interpersonales, y en conjunto determinan las posibilidades y el interés en la participación en el proceso turístico por parte de la localidad, y luego influyen en el proceso de su desarrollo.

Se presta especial atención a la descripción etnográfica y al análisis de los elementos de la cultura tradicional del área (costumbres locales, estilo de vida, medios de vida y tiempo libre de la población local) en función del cambio cultural iniciado por la exposición turística. Además, el trabajo trata de revelar hasta qué punto el problema de la mercantilización cultural (Cohen, 1988) está presente en el área local y analizar su posible influencia en la identidad cultural de la población local.

Antecedentes teóricos.

Profesor Doctora Claude Kaspar, ex director del Instituto de Turismo de la Universidad, St. Gallene define el turismo como un "conjunto de relaciones y fenómenos derivados del viaje y la residencia de las personas cuyo lugar de residencia no es el lugar principal de residencia ni el lugar de empleo" (Linderová 2013, 12). Hoy en día, el turismo está mediando reuniones de personas de diferentes culturas en una cantidad y frecuencia sin precedentes, con cambios políticos, sociales, culturales y ambientales. El turismo se convirtió en una parte inseparable del estilo de vida moderno. En el mundo, solo un mínimo de lugares turísticos permanecen intactos. El número de partes interesadas está creciendo exponencialmente cada año (según la OMC, el volumen total de llegadas internacionales ha crecido en años un 4% año con año y para 2016 incluye a 1 235 millones de personas (OMC, 2017)). El turismo es la fuerza impulsora del desarrollo económico en muchos países (WTTC atribuye aproximadamente el 10% del PIB mundial y uno de los diez empleos al turismo) (WTTC, 2017).

Junto con el desarrollo del turismo después de la Segunda Guerra Mundial, ha aumentado el interés de las ciencias sociales en este fenómeno social. El estudio del turismo como un fenómeno social se ha dividido en dos líneas principales, a saber, el estudio de los factores de motivación de llevar a las personas al turismo y el análisis de los impactos del turismo en el sitio de acogida.

La teoría de la religión Émile Durkheim y la introducción del concepto de anomia como un fenómeno que se produce cuando el debilitamiento de las normas sociales y los valores morales se han convertido en la base de

muchos autores que dedican su atención al estudio de la motivación por parte del turista (Burns 1999, 69). La urbanización e industrialización después de la revolución industrial y la división del trabajo relacionada cambió la estructura social, la conciencia colectiva original informal de la sociedad tradicional unida por el estilo de vida y los valores comunes fue reemplazada por nuevas reglas formalizadas aplicadas artificialmente. La falta de naturaleza y los estándares de conducta claros han llevado a la alienación, la persona que vive en esta nueva sociedad se ve obligada a buscar la originalidad y la naturaleza en otro lugar (MacCannell 1976, según Burns 1999, 80). Si la religión y el ritual, es decir, los fenómenos sagrados, refuerzan la cohesión social de la sociedad, entonces el turismo unido a la búsqueda de autenticidad puede considerarse un sustituto del ritual en la vida moderna (MacCannell, 1976, según Burns 1999, 92).

Inspirados por el análisis de Van Genep de los rituales de transición de MacCannell y Nash, se parecían al turismo para peregrinar (MacCannell y Nash por Burns 1999, 92). La peregrinación, es decir, viajar a lugares sagrados para dar gracias, sanar o arrepentirse (Hoggart 1922 según Burns 1999, 90), se caracteriza por etapas y cursos similares, libres de la estructura social rutinaria como la etapa del ritual transitorio. Desde este punto de vista, el turismo y la peregrinación en su resultado fortalecen la colectividad y la integración social. Al igual que las experiencias religiosas intensas, altera la actividad psíquica del hombre (emociones más fuertes, pasión, sentimientos). Al igual que en el período liminal (Turner 2004, 96), la saturación de las necesidades emocionales ocurre mientras los estándares permanecen intactos. El turismo ofrece la oportunidad de escapar del control y la presión de la vida cotidiana, dentro de los cuales puede ocurrir la búsqueda de autenticidad de MacCannell, o, según Boorston, una escapada sin alma para un sueño falso (Holden 2005, 45).

En el entorno académico, generalmente prevalece la tendencia a combinar la motivación para el turismo con una cierta alienación, causada por cambios sociales, políticos y de otro tipo en la sociedad iniciados por la revolución industrial, como si fuera un punto de inflexión en este sentido. Sin embargo, el deseo de viajar, aunque en gran medida limitado por factores externos como

la falta de infraestructura, la pobreza o los peligros en la carretera, ha estado aquí en muchos períodos anteriores. Las personas tienen y tienden a viajar y divertirse cuando hay tiempo libre y fondos suficientes. La industrialización y el capitalismo combinando el crecimiento de los ingresos y la separación del tiempo libre han asegurado estos requisitos previos básicos para hacer que el turismo esté disponible para las masas, lo que lleva a su industrialización y participación en la economía de mercado.

El turismo se ha convertido en un elemento de venta, como tal, ha comenzado a ofrecerse. El desarrollo de medios ha mejorado enormemente las oportunidades de marketing. Watson y Kopachevsky ampliaron el marco del turismo en el contexto de la cultura de consumo contemporánea, la mercantilización del turismo corresponde a la mercantilización de la vida actual. Al igual que otros bienes, el turismo ha superado el llamado "valor de uso", no necesariamente, sino por su valor simbólico que define la identidad de un individuo. Es parte de una acción social particular, un medio de diferenciación social (Watson y Kopachevsky 1996, según Holden 2005, 51). En este contexto, el turismo puede actuar como un factor de exclusión social en una sociedad económicamente avanzada, donde los viajes son parte de una cultura mayoritaria.

El valor simbólico es una parte esencial del marketing, el primer contacto con la localidad no es directo, pero es un contacto con la representación del sitio dado. La industria del turismo crea el mito del paraíso para que el turista tenga la impresión de que lo que está lejos del ambiente del hogar es mejor y diferente. El peligro de esta construcción y el consumo de sueños radica en la posibilidad de demolición de mitos, ya que los huéspedes y anfitriones crean nuevos mitos, a menudo creando estereotipos negativos que amenazan las relaciones mutuas y la cohesión social (Burns 1999, 107).

La industrialización del turismo y el concepto de viajar como un artículo de venta también tienen su impacto en la cultura local. "La cultura se ha convertido en una importante industria del turismo de productos básicos" (Boissevain 1996, 11). Los turistas deben estar entretenidos, los eventos domésticos auténticos a menudo no coinciden con los gustos de los turistas o no son lo suficientemente frecuentes, acortan los rituales y crean nuevos para

satisfacer las expectativas de los visitantes. De manera similar, la cultura material se transforma en un artículo de venta para las masas, y la autenticidad se convierte en una escasez de bienes que, vista desde la perspectiva de MacCannell de un turista que busca la autenticidad como anemia en la sociedad industrializada de hoy (Cohen 1984, 378), es una triste paradoja de los tiempos modernos. Sin embargo, MacCannell no ve la situación de manera negativa, dado que el turista no es un experto en cultura, es suficiente para que él se enfrente a su idea de autenticidad. Lo más crítico es la opinión de Boorstin de que un turista moderno busca deliberadamente un "pseudoevento" que corresponde a su estilo de vida superficial (Burns 1999, 80). Basado en el grado de autenticidad buscado por un turista, Cohen distinguió cuatro tipos básicos (Cohen 1972, 167-168):

- Turistas masivos organizados: en su mayoría, viajes en grupo con un programa organizado limitado a su burbuja ambiental, la experiencia turística con el entorno anfitrión es mínima.

- "Turista individual en masa": de manera similar al tipo anterior de turistas, tiene un programa preprogramado, pero no está vinculado a un grupo y tiene un cierto grado de autonomía.

- "Explorer": organiza su propio viaje con el objetivo de evitar las principales rutas turísticas, en busca de experiencias auténticas, pero sin renunciar a la comodidad y la seguridad utilizadas en su entorno familiar.

- "Drifter": vuelve a entrar completamente en el entorno del host para maximizar la autenticidad.

El fenómeno que acompaña al turismo es, en cualquier caso, un cierto grado de autenticidad falsa de "autenticidad escenificada" (Cohen 1988, 372). De acuerdo con la afirmación escéptica de Borislav, los productos culturales se elaboran de forma poco natural para lograr un mayor atractivo, perdiendo su significado original hacia lo local, destruyendo así la cultura tradicional e interrumpiendo las relaciones sociales. Abram, por otro lado, ve la mercantilización como "una parte del proceso positivo durante el cual los anfitriones reconsideran su historia y se privan del sentimiento de inferioridad" (Boissevain, 1996: 13). Si consideramos a MacCannell como una de las

motivaciones del turismo, es solo la búsqueda de autenticidad, un interés por la originalidad, la naturaleza y la simplicidad frente a la modernidad, como consecuencia de la cual el turismo debería afectar a las culturas más "tradicionales", que a menudo están retrocediendo. Desde este punto de vista, la opinión de Cohen es lógica de que el turismo y la mercantilización pueden ser una herramienta para preservar las tradiciones culturales y, por lo tanto, las identidades locales que de otro modo pondrían en peligro la extinción (Cohen 1988, 382).

Como resultado, sin embargo, la autenticidad no es importante para ninguna de las partes involucradas, pero la fe en ella. A lo largo de la historia humana, las tradiciones se han creado o inventado espontáneamente por varias razones, como un medio para influir en el comportamiento humano, mejorar la cohesión social o mediante la manipulación política; en todos los casos, transmiten un sentido de continuidad con el pasado al que se refieren necesariamente (Hobsbawm y Ranger 1983). No hay diferencia si una tradición particular se originó espontáneamente o por razones políticas o económicas (en el caso en cuestión, en interés del desarrollo del turismo) si es generalmente aceptada.

Un área importante de estudio del turismo en términos de antropología es el cambio cultural y social. Las interacciones interculturales son parte del turismo y muchas de ellas se perciben como negativas, especialmente en el caso de las desigualdades económicas y políticas entre los huéspedes y los anfitriones. En el libro *The Golden Hordes*, Louis Turner y John Ash describen el turismo como una forma de imperialismo cultural, cuando las invasiones de metrópolis del mundo desarrollado a partes incivilizadas del mundo destruyen involuntariamente las culturas locales y el medio ambiente (Turner y Ash 1975, Burns 1999, 72). La cantidad y la interacción cultural intercultural que realizan depende de su naturaleza. Varían de acuerdo con los siguientes factores: el tipo de turista (Cohen 1972, 167-168), la duración de la estadía, las actitudes y expectativas, la cantidad de turistas, la duración de la temporada (que afectan las oportunidades de empleo y los períodos de descanso), el rol, los agentes de la cultura. quién puede manipular la cultura local con fines turísticos (Smith, 1977, según Burns 1999, 94).

Burns ha dividido la teoría existente del cambio cultural en relación con el turismo en varios subgrupos basados en los efectos que pueden producir las interacciones entre huéspedes y anfitriones. El efecto de demostración es principalmente en las sociedades tradicionales. Los miembros asumen voluntariamente ciertos tipos de negociaciones. El turista actúa como un modelo inadecuado de estilo de vida poco realista. Este fenómeno también forma parte del proceso global de modernización, Mathieson y Wall describieron la complejidad de la inferioridad, lo que desencadenó el proceso de imitación que conduce a un cambio en el sistema de valores, hábitos y comportamiento (Mathieson & Wall, Burns 1999, 97). Otra categoría es interna frente a cambio externo. En primer lugar, la evolución a través de la invención es más común en las sociedades orientadas al consumidor más tecnológicamente avanzadas; en este último caso, el cambio impuesto por las influencias económicas, políticas y culturales, la llamada "occidentalización". En este caso, el turismo es solo un catalizador y su impacto más significativo es la intensificación de la transición de la economía agrícola no monetaria a la actividad con fines de lucro (Fred Rajotte 1980, según Burns 1999, 98). La acumulación, es decir, los elementos prestados de otra cultura, como resultado del contacto, también duplica las relaciones asimétricas entre las partes involucradas. La simbiosis o asimilación cultural, por el contrario, se manifiesta principalmente en culturas económicamente equilibradas (Burns 1999, 100).

El estudio de los cambios culturales en relación con un lugar en particular requiere un profundo conocimiento de las realidades y el contexto político, económico y religioso de la cultura. Leopold Pospíšil enfatiza la necesidad de investigación a largo plazo para obtener información suficiente a partir de la cual se puedan extraer conclusiones válidas o prever desarrollos futuros (Pospíšil 1997, 16). Su investigación en el pueblo austriaco de Obernberg es un ejemplo. Los 11 años de estudio de una zona montañosa remota proporcionaron amplia información sobre la conversión de la comunidad campesina religiosa en una comunidad secular con economía comercializada, que dependía en gran medida del turismo, donde los medios de vida tradicionales se retiraban completamente a un sistema abierto orientado hacia

el mercado. La comparación de los estudios de dos culturas muy diferentes, Papúa tribu Kapuakû, las comunidades campesinas de Europa central y su diferente desarrollo en términos de relaciones interpersonales y las estructuras sociales Pospisil muestra la necesidad de incluir la investigación análisis en profundidad de la condición inicial que afecta a la naturaleza de los cambios culturales y la importancia de la comparación de los datos cualitativos y cuantitativos para la investigación de la autenticidad. Las salidas del estudio Obernberg aporta un punto de vista contrario a las teorías de la aculturación o el turismo asimétrica como una forma de neocolonialismo, que describen la iniciativa de aprovechar el potencial de la catástrofe por la población local y la capacidad de poner conscientemente a un lado la tradición en el momento en que llegan a ser insuficientes.

El cambio cultural es un proceso dinámico y complejo, el turismo es solo uno de los factores actuales y, al mismo tiempo, un fenómeno que acompaña a los constantes cambios en la sociedad. En la investigación turística y su impacto en la sociedad, se necesita un enfoque multidisciplinario, el estudio de los factores económicos, políticos, ambientales, geográficos y culturales globales y locales que conforman el fondo del turismo para la sociedad, y la determinación de la naturaleza de los cambios que el turismo puede hacer que suceda.

La falta de las dos direcciones principales de los estudios de turismo, una de las cuales se centra en los incentivos por parte del sujeto turístico, es decir, los consumidores de servicios, la otra en el impacto del turismo en el sitio visitado, encuentra a Amanda Stronza en la producción de un análisis solo parcial. Encuentra que un enfoque holístico es apropiado para una comprensión más profunda, en ambos casos, el estudio de los estímulos y las consecuencias (Stronza 2001, 262). Al estudiar el sitio anfitrión, Stronza recomienda enfocar la atención en la situación actual del sitio, lo que determina el potencial y el interés en participar en el proceso de turismo por parte de la localidad y sus habitantes. También destaca la necesidad de comparar la investigación entre los sitios para analizar los factores externos e internos que determinan la tipología de interacciones en un entorno particular (Stronza 2001, 276)

Este trabajo se centra en el sitio de la montaña de Val di Pejo con el objetivo de afectar los incentivos y los elementos motivacionales en relación con los efectos del turismo. En la actualidad, los niveles de vida de los huéspedes y anfitriones están más o menos equilibrados hoy en día, y la interacción entre los dos grupos tiene lugar bajo una distribución de fuerzas relativamente uniforme, por lo que es posible asumir una simbiosis cultural equilibrada entre las partes involucradas.

Historia y hechos

En Val di Sole o en Pejo, el turismo no es un fenómeno nuevo. Ya a mediados del siglo XVII, el descubrimiento de las fuentes termales en Peju y el rabino despertó el interés de las élites trentinas (las fuentes históricas hablan de hasta 500 personas al año), luego la reputación se expandió y en el siglo siguiente los servicios fueron utilizados por otros miembros de los Habsburgos. A principios del siglo XIX, el turismo de montaña, los aventureros y otros viajeros provenían de las partes más distantes de Europa y comenzaron a desarrollarse otros lugares. Aproximadamente cien años después, comenzó el desarrollo de la parte más importante de la economía local de hoy, el turismo de esquí. El primer teleférico se construyó en Passo Tonale en 1939 (Mosca 2009, 33). Después de los remontes en Peja en la década de 1960 y la extensa construcción de los teleféricos en Marilleva comenzó en la década de 1970. En la primera mitad del siglo XX, sin embargo, la afluencia de visitantes fue mínima, se llamó la elite del turismo. En la tipología de Cohen, el tipo habitual de turista se puede clasificar como explorador o vagabundo. La violenta intrusión de otra categoría de turismo masivo individual / organizado ocurrió solo durante las dos etapas del boom turístico en los años sesenta y noventa. El número total de turistas de Val di Sole en la temporada de invierno en 2015/16 fue de aproximadamente 190,000 personas (PAT, 2017) y alrededor de 114,000 en el verano de 2016 (PAT, 2017). El turbulento desarrollo del turismo ha tenido un impacto significativo en muchas áreas del sitio con aproximadamente 15,000 habitantes, 610 km² (es decir, Val di Sole).

El distrito administrativo de Pejo (informalmente llamado Val di Pejo) que se extiende a lo largo de unos 160 km² se encuentra en la parte noroeste de la provincia autónoma de Trento. El sitio está rodeado por tres lados por serpientes de montaña pertenecientes a la Reserva Natural Parco dello Stelvio que alcanzan más de 3000 m sobre el nivel del mar y su lado sur sigue el Val di Sole, que forma parte de él. Desde la Edad Media, Val di Sole ha estado en una importante ruta comercial y adyacente a las áreas prósperas de Pejo. Las minas de hierro del siglo XII proporcionaron muchos medios de subsistencia locales, la tala y el procesamiento de la madera fue uno de los pilares de la economía. El agua mineral de Peja es todavía conocida y popular en todo el mundo. Italia Los 1837 habitantes actuales de Peja (Istat, 2018) se concentran en varias ciudades pequeñas (entre las cuales la principal es Cogolo) dispersas en el valle y en las partes bajas de las laderas de las montañas. El Pejo geográficamente relativamente cerrado se conserva más en comparación con los centros circundantes por su carácter original y el respeto por los valores tradicionales. No existen complejos turísticos de megalomanía y la cría de ganado, ya que un factor importante para mantener la naturaleza del paisaje aún se extiende relativamente gracias a los subsidios de la provincia de Trento.

El desarrollo del turismo en Val di Pejo fue un proceso relativamente lento y gradual. Desde los manantiales minerales descubiertos en 1650 (Mosca 2009, 13), el spa ha gozado de un interés creciente de acuerdo con la moda y el conocimiento actuales de las propiedades curativas del agua mineral, y asistió la nobleza italiana y luego europea. Sin embargo, se trataba de decenas a cientos de turistas al año, un número mínimo en comparación con la situación actual. Directamente en Peja, la capacidad de alojamiento era casi improbable hasta el siglo XIX y los invitados viajaban a los balnearios de las aldeas cercanas en el Val di Sole a una distancia de 10 a 20 km, la gente local con turistas prácticamente no entró en contacto. Hasta el siglo XIX, con una nueva ola de descubrimientos en las montañas, Pejo comenzó a desarrollarse de manera más turística. A finales de los siglos XIX y XX se construyó el Grand Hotel Pejo, uno de los primeros hoteles importantes en Pejo Fonti (Mosca 2009, 21). Durante la Segunda Guerra Mundial, después de la Segunda

Guerra Mundial, los hoteles en Peju prosperaron, pero solo unos pocos hoteleros y un mínimo de otros habitantes todavía estaban involucrados en el turismo. La mayor construcción de capacidades turísticas comenzó en la década de 1960, hasta entonces, en Peja Fonti, tres hoteles estaban abiertos solo en la temporada de verano y el número total de turistas oscilaba entre tres y cuatro mil personas por año. La siguiente década fue testigo de la dramática conversión de los sitios campesinos y mineros en un destino cuya economía se basa en el turismo. En el año 2017, Val di Pejo visitó alrededor de 40,500 turistas, y en los últimos años su número creció en un 5% cada año.

Los métodos utilizados.

Los datos empíricos para esta investigación se obtuvieron a través de la observación participativa e ininterrumpida durante los últimos cinco años, y a través de doce entrevistas no estructuradas que van desde 40 a 90 minutos entre el 12 y el 18 de junio de 2017 en Val di Sole con residentes locales. Los encuestados para esta investigación fueron preferidos a los testigos, es decir, personas mayores de 50 años sin importar el género, elegidos por selección al azar y de referencia de los locales que nacieron predominantemente en Peju o en sus cercanías. Para obtener una imagen general de la situación, se buscó a los encuestados de diversas profesiones y un estatus social diferente. Además, en los últimos 5 años, se llevaron a cabo alrededor de 30 entrevistas más cortas de 10 a 15 minutos con encuestados aleatorios con motivo de reuniones para otros fines. El tema de las entrevistas fue la vida en común y sus transformaciones desde los años cincuenta hasta nuestros días. A los encuestados se les hicieron preguntas adicionales sobre la religión, las tradiciones y sus opiniones sobre los visitantes del sitio. Para proteger a los encuestados privados, sus nombres a los efectos de este texto han sido reemplazados por ficciones.

El análisis de las entrevistas identificó y comparó los temas comunes clave o los elementos faltantes y examinó su importancia en el contexto social y cultural dado. Los datos resultantes también se analizaron en relación con los resultados de la observación participante y no participante.

Análisis de temas.

La mayoría de los encuestados provienen de familias campesinas. Este hecho no está relacionado con la elección de los encuestados, sino con la realidad de la vida en el área hasta la década de 1960. Era una forma básica de subsistencia, la mayoría de las familias poseían una o dos vacas lecheras como fuente de alimento (queso) y cuidaban de un pequeño jardín. Tomaso, el actual empleado de cuerdas nacido en Peju en una familia campesina a los 60 años, dice: "Las demandas de vida, todo el contexto en comparación con la vida de mi padre, han cambiado. Anteriormente, la mayor preocupación era proporcionar alimentos suficientes para todo el invierno. Cultive papas, el grano en la harina, guarde un poco de queso y mantequilla para comprar un trozo de tocino. La vida era prácticamente sobre comer." Tomaso se refiere en este contexto al concepto de "Préstamo del hueso": la práctica común de las peores familias era pedir prestados los huesos usados de los vecinos al nuevo stock.

El pastoreo de vacas (siempre en áreas más altas donde no es fácil de comer) empleó a los padres de la familia durante el verano, el suministro de heno para el invierno significó una parte importante del tiempo, el cultivo de cultivos (papas, etc.) para su propio consumo. Se cultivó solo para la producción doméstica de telas y las ovejas también se criaron para la producción doméstica de lana. Junto con el cuidado habitual de una pequeña granja, una gran proporción de hombres también trabajaban a tiempo completo en las minas de hierro locales o en la represa Hydropejo construida en 1952 durante el invierno. La persona promedio trabajaba desde la mañana hasta la noche, excepto el domingo que pertenecía a Iglesia y, posiblemente, trabajo colectivo sin fines de lucro para él o la comunidad. El tiempo libre prácticamente no ha existido en comparación con el de hoy, e incluso para los niños que han ayudado con el trabajo desde la temprana edad. "Estaba caminando a pie antes, mi padre se iba a cortar a las tres de la mañana y los niños estaban desayunando a las seis. Todos los días íbamos a la misa, luego a la sopa para el desayuno, a la escuela matutina, a la tarea (a limpiar el gallinero, a recolectar leña, etc.) por la noche jugábamos en el refugio cuando era el momento ", dice Lorella, dueña del hotel en Peju Fonti. Los

encuestados enfatizan la dura vida del campesino y el cazador de sus antepasados y, en algunos casos, ellos mismos han pasado

Rollos / Agricultura

En la actualidad, la producción agrícola en la localidad se concentra en cerca de 50 pequeños empresarios en la mayoría de las granjas familiares, los propietarios de los rebaños tienen entre 30 y 60 ganados, los trabajadores de temporada en las montañas son principalmente de Europa del Este. La mayoría de los productores venden leche a lecherías más grandes, pero solo unos pocos también se dedican a producir quesos caseros para la venta. Los productos de este tipo (producción tradicional) son comprados por el 90% de los visitantes del área. Para usos más grandes en hoteles es demasiado costoso, el consumo de la producción local tradicional por parte de las familias locales es en promedio alrededor del 20% del consumo total del hogar, debido al tiempo y al ahorro financiero que los locales compran en la mayoría de los alimentos en las cadenas minoristas actuales. Incluso con una demanda turística relativamente alta para la producción nacional, los agricultores no son autosuficientes, están subvencionados por la Provincia Autónoma de Trento para mantener la tradición de los productos lácteos y ganaderos y para mantener el paisaje original, que es contribuido por la agricultura tradicional.

La modernidad y la industrialización se significan en gran medida en la naturaleza del terreno, paradójicamente en sus bosques más altos y la vida silvestre. Incluso en la década de 1950, una gran parte de los bosques de hoy no existían, las áreas con césped en las partes más bajas se mantenían cortando el césped, Lorella: "no había un pedazo de tierra que permaneciera desocupada"... por encima de los pastos para el ganado, las ovejas se reunieron en la parte superior y las cabras de las cabras dirigían sus cabezas hacia las partes inferiores más altas de las montañas. Gracias a los subsidios, el sistema sigue funcionando en la actualidad, pero en menor medida no solo por el auge de la producción industrializada y la reducción asociada en el consumo de producción local y, por lo tanto, por el número de ganado en la localidad, sino también por la disponibilidad de alimento para ganado de la red de ventas, menos tiempo y mano de obra.

Antonio y Roberto, padre e hijo de Pejo Paese, se alimentan de la producción de quesos caseros, dirigen una pequeña granja familiar con alrededor de 30 vacas. El bovino pasa el verano en las colinas con excursionistas de Rumania. Desde las cabañas donde se alojan las vacas lecheras, la leche se ordeña después del ordeño matutino y vespertino en un pequeño quesero de propiedad conjunta de los agricultores locales en Pejo Paese, donde se produce queso tradicional utilizando técnicas tradicionales. Antonio gracias a la demanda de turistas como uno de los pocos mantiene el oficio de sus antepasados, a quienes aprendió en la infancia y que aún se encontraba en el trabajo cotidiano de la década de 1950 y la fuente básica de sustento de todas las personas locales. Al pasto, Antonio y Roberto están ocupados al menos y solo en áreas accesibles por máquinas económicas. Cuando no produce queso, Antonio pasa la mayor parte del tiempo sentado en el supermercado y, a través de su esfuerzo de ventas, Roberto trabaja en el servicio de montaña durante el invierno. Con la producción de queso en los más grandes, empezaron alrededor de 1985, a medida que gradualmente surgían las posibilidades de otros trabajos, la pequeña agricultura comenzó a retroceder y la gente comenzó a comprar queso a los vecinos en los que tenían un poco de morada. Ahora la mayoría de sus clientes son turistas que llegan a la recomendación de hoteles locales y agencias de viajes o restaurantes locales enfocados en la cocina tradicional. Incluso los pocos vecinos, que a veces llegan para una compra, a menudo reciben un queso con un regalo o un servicio de mostrador. A pesar del consumo relativamente bajo, la producción nacional se valora a nivel local, no solo por su calidad sino también por sus valores originales. Los locales coinciden en que la pequeña producción agrícola es uno de los elementos tradicionales de la localidad y la demanda turística ayuda a preservarla. Como dice Alfredo, otro de los encuestados dijo: "Las montañas necesitan que los agricultores tengan el control. La montaña debe ser habitada".

Comunidad, cohesión, cooperación.

Las entrevistas casi siempre han tocado el tema de la colectividad y la cooperación. Las raíces de la colectividad en Peja se remontan al pasado en

relación con lo más básico, es decir, el suelo, como fuente de sustento. Los pastos siempre han sido una propiedad común, un patrimonio de las nuevas generaciones. Antonella, una trabajadora de un museo local, resume: "Puedes recolectar bayas, pero no puedes vender pastos, asegurar la supervivencia de la comunidad".

La colaboración fue crucial en muchos aspectos de la vida, por ejemplo, en el pastoreo de ganado, donde los propietarios de vacas en las montañas se alternaban durante el verano, así como la producción de queso como alimento básico en la granja lechera. Un ejemplo clásico fue el cuidado espontáneo de los vecinos en la calamidad de la nieve y la ayuda inmediata con la apertura de la carretera. Algunos encuestados expresaron nostalgia por la solidaridad que ahora desaparece. Tomaso: "La comunidad fue la primera en el pasado. Solo vivías si fueras parte de la comunidad. Nadie era independiente. Ahora no importa quién se supone que soy, vivo de una manera u otra. El individualismo se ha convertido en un símbolo de independencia y libertad, en el pasado era una comunidad que te daba fuerzas para ser un individuo fuerte. Ahora la comunidad no existe, no representa lo básico sino la forma de vida que puede cambiar en cualquier momento. Las relaciones basadas en la necesidad mutua han reemplazado a las relaciones de interés".

Sin embargo, muchos años de observación muestran que la cohesión original está enraizada en los humanos. Debido a las circunstancias cambiantes, la modernización y la infraestructura avanzada probablemente no sean tan obvias como antes, no es una cuestión de vida o muerte. La ayuda mutua entre las personas es quizás más importante, ya que hoy ya no es una necesidad. Tomaso: "Ahora no hay un interés común que nos conecte a todos. Es posible que las relaciones de hoy sean más sinceras, basadas en la propia voluntad y el placer de la sociedad. "Todos los días, la prevalencia de la cohesión puede controlarse incluso durante la lucha competitiva. Los propietarios locales de hoteles, restauradores y comerciantes se recomiendan inmediatamente, y luego de una leve vacilación inicial, a menudo no dicen las palabras de elogio por su potencial rivalidad. En el caso de otros que vienen del extranjero, rara vez hablan mal, incluso cuando no tienen buenas relaciones. Un fuerte ejemplo de cohesión es Casse Rurali, una sociedad

cooperativa basada en un banco fundada por los habitantes de Val di Sole para ayudar a financiar pequeños agricultores, hoteleros u otras empresas. Esta solidaridad mutua y la promoción de objetivos comunes fueron y también son importantes para el desarrollo del turismo. Muchas de las atracciones turísticas comenzaron como la visión de una persona y tendrían pocas posibilidades de sobrevivir sin la ayuda del vecindario. Debido a la mentalidad relativamente conservadora de la mayoría de la población local, no es fácil entusiasmar a los demás por la causa común, la motivación de la ayuda mutua a menudo reside en la solidaridad que supera la barrera de la desconfianza en novum.

El turismo y el fin de la emigración.

La salida de ciudades extranjeras o grandes en Italia fue una solución frecuente a la desesperada situación financiera en la primera mitad del siglo XX. El propietario de la tienda de comestibles en Pejo Fonti Maurizio dice: "El turismo ha puesto las cosas en orden". Por lo tanto, en general habla de la opinión compartida de que el desarrollo del turismo ha traído prosperidad a la región y ha puesto fin a la pobreza que prevalece en la zona desde la posguerra. La mitad de los encuestados ponen en contexto el turismo con el fin de la emigración por trabajo. Prácticamente todas las personas tienen experiencia con la emigración, en algunos casos son dueños de otros miembros de la familia y afirman constantemente que la emigración cesó en la segunda mitad del siglo XX debido al desarrollo económico positivo. Comparando la población justo antes de la llegada del turismo en 1961, cuando Pejo estaba en su punto máximo con 2,139 personas, con los 1,837 habitantes de hoy (Istat, 2018) sugeriría la tendencia opuesta. En relación con la tasa de natalidad en el siglo XX en Italia de 32.7 hmp en 1900 (SIAE, 2018) a 18.5 hmp en 1950 y, finalmente, a menos de un cuarto de 7.7 hmp en 2017 (Istat, 2018) a una tasa de mortalidad relativamente estable que oscila entre 9 y 11 masas desde la década de 1950 hasta la actualidad, la disminución de la población tiende a ser lógica; sin embargo, en la Provincia Autónoma de Trento, la tasa de natalidad más alta en Italia es de 9,3 hmp (Istat, 2018),

superando consistentemente la tasa de mortalidad del 8.7 por ciento (Istat, 2018).

Sin embargo, la tasa de natalidad en el área cayó a una gran caída, que fue un desarrollo estándar dentro de un marco de tiempo determinado dentro de Europa, Lorella: "Una familia tenía al menos 3 a 5 hijos. Hoy, tienen uno ". Aun así, a una tasa de mortalidad cada vez más baja, se podría esperar al menos un aumento lento. La verdad es que el flujo de habitantes nunca ha cesado, lejos de equipararse al éxodo masivo en los años de la posguerra, sin embargo, la emigración es en realidad un fenómeno en la actualidad, ya que la gran mayoría de las familias locales tienen uno o dos miembros que viven fuera del hábitat nativo. La razón principal ya no es la necesidad y la emergencia financiera, por el contrario, la favorable situación económica actual, la mayor conciencia y la infraestructura avanzada, la salida facilita y elimina posibles riesgos. Los destinos predominantes son las ciudades italianas con una gama más amplia de campos de estudio y, en consecuencia, una experiencia laboral más diversa. Así que la emigración, a diferencia del pasado, es una cuestión de elección. Tomaso: "Aquí hay trabajo, jóvenes, si quieren quedarse aquí, pueden. Por eso queda más ".

Relación con la zona.

Todos los encuestados son conscientes del fuerte vínculo e interés en su ubicación nativa, comenzando con un mero gesto y una declaración sobre la belleza de la naturaleza local (Roberto, que pasa todos los días en las montañas: "Mire el paisaje, la paz, nunca cambiaría"). Publicando las historias de nativos locales, como en el caso del ingeniero de construcción retirado Albert. Este hecho no está relacionado con la elección de los entrevistados en función de la voluntad de testificar. Por el contrario, encontrar que el tema de la entrevista es sobre la vida y la cultura del área siempre ha producido una respuesta positiva, en ningún caso se ha rechazado la conversación.

La relación con el hábitat nativo está conectada con recuerdos de la infancia y la presencia de fuertes lazos sociales con vecinos y amigos. Pejo es específico de las localidades circundantes, el encierro del valle y la ausencia de hábitats frecuentados en cierta medida define la naturaleza y las relaciones

de la población local. Hasta la década de 1950, siempre era a pie o cobarde, los habitantes estaban restringidos la mayor parte del año solo a sus pueblos nativos y sus alrededores inmediatos. Alfredo: "Mi familia tenía un caballo, lo cual era raro. Todavía montaba con piedras de minas a molinos. En 1965, vendí el caballo y compré el tractor. El primer camión en Peju fue comprado en 1947 por mi tío. Anteriormente, era para el pan de Malé (Val di Sole, a unos 20 km) con un carruaje".

Incluso dentro del Valle de Pejo, los residentes enfatizan de dónde viene, ya sea de Cogol, Pejo Paese o Pejo Fonti, etc. Tomaso: "Fuera de su aldea, los niños eran una vez al año, las relaciones en el grupo han sido mucho más estrechas desde su infancia. "El lugar de nacimiento determina el grupo en el que una persona creció y con quién tiene las relaciones más cercanas hoy, y en muchos casos a pesar de la separación en la edad adulta. Alberto: "Todos mis amigos como yo han ido a estudiar a otro lado y también a trabajar. Aquí fue a la escuela menores de 14 años, no había otras escuelas. Vivíamos en otro lugar, no había oportunidades para trabajar. Siempre he vuelto y nunca he vendido la casa". Los encuestados que se mudaron a trabajar a otras ciudades siempre han regresado a las montañas. Esta tendencia, según los encuestados, se manifiesta también en muchos otros, en su mayoría todos los habitantes originales de las generaciones mayores regresan a sus hogares, en algunos casos a la jubilación, a veces aún en edad activa. Lino, que ha estado trabajando durante casi 20 años en Milán, explica: "La gente está atada al sitio, está en la naturaleza de las colinas." ... "No me sentía bien en Milán. No me quedó claro que ni siquiera conoce al vecino que vive al lado".

Austria-hungria

Ocho de los encuestados mencionaron la membresía de Austria-Hungría, que parece ser uno de los factores determinantes para el desarrollo del sitio. Existe la conciencia de que Austria-Hungría ha influido de alguna manera en el desarrollo futuro del territorio, incluso con respecto al turismo. En comparación con la vecina Lombardía, la organización de estructuras privadas y públicas de Trentino es más eficiente tanto a nivel político local como supra-central en términos de infraestructura, celebraciones y eventos

turísticos, o la presentación del área en mercados extranjeros. Como señala Rosanna of Passo Tonale: "Trentino puede vender mejor, por lo que es una atracción turística incluso de las manzanas. Trabajan mucho más en el verano que nosotros. "Las estaciones de esquí de Trentino están organizadas bajo la organización general Skirama Dolomiti y realizan talleres en grandes ciudades extranjeras cada año para ganar nuevos mercados y desarrollar los existentes. Los hoteleros en Val di Sole y Pejo continúan invirtiendo en modernizar estructuras originales y en explorar nuevas atracciones turísticas. Los resultados de este enfoque a menudo se ven de un vistazo, incluso cuando se pasa por un lugar: hoteles renovados mantenidos con nuevas piscinas y centros de bienestar, senderos acondicionados hacen contraste con los hoteles más antiguos y delicados de la cercana Lombardía.

Escuela

Al menos cuatro de los encuestados expresaron su agradecimiento al gobierno austrohúngaro por la prestación de asistencia a la escuela primaria. El estudio es y fue considerado importante también debido al desarrollo del sitio, una escuela de hotel se estableció en Ossana (Val di Sole) en la primera mitad del siglo XX. Hoy en día, los niños adolescentes a menudo viajan al extranjero para estudiar y luego regresan para continuar con sus actividades familiares. Las observaciones hasta la fecha sugieren que este fenómeno es generalmente más común en las montañas en comparación con otras partes de Italia. En más del 50% de las familias cuyos miembros participaron en la entrevista, algunos de los niños estudiaron o estaban a punto de estudiar en el extranjero. En tales áreas turísticas, esta es una opción lógica dada la importancia de las lenguas extranjeras.

Turismo

El tema del turismo se ha mencionado en todas las entrevistas, dada la naturaleza de la investigación. Todos los encuestados lo mencionan como la principal fuente de ingresos en la actualidad, ya que casi todas las actividades económicas en el área están vinculadas al turismo de alguna manera. Tomaso: "La economía de este lugar es del 80% para el turismo. No solo los

teleféricos y los hoteles, todo se complica: construcción, tiendas, agricultura. "No todos, pero están involucrados activamente en el desarrollo del turismo. Alfredo, cuya visión desde su juventud fue la introducción de la temporada de esquí de invierno en Peju, explica la realidad de la vida local: "La gente estaba acostumbrada a ir a trabajar y a recibir un sueldo, todos ellos campesinos. Desde 1961, toda la economía de Val di Pejo ha cambiado completamente. No solo el turismo ha influido en la vida local. Había minas de hierro, metalurgia, ya que en 1660 Pejo era conocido por sus manantiales minerales, luego vino IdroPejo, la construcción de la represa Enel. Había pocas personas involucradas en el desarrollo del turismo. La mayoría de la gente trabajaba, se hacía lo mínimo. Los negocios solo podían vincularse con el turismo". Alfredo hizo su sueño en 1961, a pesar de la desconfianza de su familia, las deficiencias financieras y los obstáculos técnicos al construir el primer remonte en el valle. Ha ayudado a iniciar el proceso de transformación con la modernidad de los lugares previamente intactos en el centro turístico. Como ya se mencionó, el turismo en Val di Pejo no es un fenómeno moderno. La gente local acostumbrados presencia de turistas hace ya algunos siglos, un visitante de otro lugar porque no había en el comienzo de una nueva fase del turismo de masas en una fuente de desconfianza y falta de voluntad para preguntarse. Era simplemente un fenómeno estándar de una compañía local aceptada, pero no traía más que algunas excepciones, por el contrario, significaba algunas dificultades para algunos. Tomaso: "A ninguna de las generaciones anteriores le gustaba construir los teleféricos. Turistas destruyen céspedes y pastos. Era para ellos, como si alguien hubiera manchado la cama. "No es de extrañar entonces que el potencial para mejorar las condiciones de vida buscó en el turismo primeros visionarios, la gente vivía sus vidas diarias llenas de trabajo y la idea de la participación en el turismo y las ganancias de esta manera era tan arriba Hasta la década de 1960 la mayoría de los residentes extranjeros. Alfredo: "Soy de una familia campesina, trabajé con ganado hasta mi boda. Mi padre no compartió la idea de construir una escultura. Dijo que no vendría nadie y le dije que era necesario crear una situación que diera a las personas una razón para venir. Desde entonces ha empezado a crear una temporada de invierno. Mi

inspiración siempre ha sido un teleférico. Cuando viajo a través de las montañas, siempre miro dónde están los teleféricos. ¿Cuál es la diferencia entre Campiglio y Peja cuando tienen teleféricos, por qué no podemos?

Las sociedades predominantemente campesinas tenían en común la incredulidad en la posibilidad de desarrollar y aumentar el número de entrantes para que pudiera beneficiar al ciudadano común. Maurizio: "Los agricultores no creían en un auge económico. No hubo oportunidades, no hubo taludes". Los pioneros de la temporada de invierno fueron principalmente hijos de hoteleros o posiblemente niños de familias más ricas que tuvieron la oportunidad de conocer una situación similar, por ejemplo, en otra área. Otros residentes observaron los desarrollos, ganaron confianza lentamente y se adaptaron a la nueva situación solo después de una reflexión racional respaldada por una experiencia suficientemente positiva. Quizás fue precisamente gracias a este equilibrio que Peja evitó una ola de grandes complejos turísticos de la década de 1970 que crecían generosamente. Con el tiempo, con la expansión de las oportunidades y oportunidades laborales, la población local se ha deshecho de los animales domésticos, los telares y, en mayor o menor medida, se involucra en el turismo y otros sectores cuya prosperidad es inseparable del turismo. Desde cierto punto de vista, el turismo, gracias a sus beneficios y oportunidades económicas, ha acelerado el retiro de la vida tradicional en el valle.

El turista es visto como una fuente de ingresos que se ve con respeto. Sin embargo, no encuentra sumisión, y la gente conserva su dignidad. Hoy en día, los desacuerdos con la falta de acceso a la naturaleza (tirar basura, etc.) se están descartando, que son más bien escasos en el área. Es posible que la naturaleza intacta del paisaje lleve a los turistas a un mayor respeto, o precisamente este aspecto del sitio determina el tipo de turista proecológico que elige este destino.

Los encuestados generaron espontáneamente los puntos anteriores durante las entrevistas. Otro cuestionamiento estaba destinado a abordar temas que se podría esperar que tuvieran alguna relevancia de investigación:

Tradiciones locales

En una pregunta general acerca de las tradiciones en el área, lo primero que recuerda la gente es la producción tradicional de productos locales como queso, salchichas y similares. Casi todos tienen una visión general de quiénes están involucrados en la producción y pueden recomendar inmediatamente un fabricante de calidad. La producción nacional es un oficio que es valioso para muchas personas hoy en día y ocasionalmente se ejecuta como un pasatiempo solo para su propio consumo. Tales productos son muy valorados, y el orgulloso productor saluda y anima a los vecinos que siempre han recordado el evento. Por otra parte, la producción doméstica de tela ya no implica, las demandas de mano de obra y tiempo en este caso no se equilibran con un resultado satisfactorio. Antonio: "El lienzo se fabricó con sábanas, camisas...Recuerdo que cuando era joven me rascaron los arañazos, no me gustó". Los textiles domésticos fueron reemplazados completamente por los productos estándar de las redes de ventas. Del mismo modo, se eliminó el procesamiento de lana de oveja. Las réplicas de precisión de los telares y otras herramientas se guardan en el Ecomuseo local en Celediz, sus opiniones son gratuitas y se ofrecen activamente a los turistas, pero también a las escuelas y estudiantes locales.

Un recordatorio notable del pasado es el llamado Malga, una granja montañosa propiedad conjunta de la comunidad que sirve como refugio para rebaños de vacas y rebaños. Los aldeanos siempre compartían entre dos y tres malga, donde los pastores se quedaban durante el verano durante el verano, ordeñando y procesando la leche en el pasado. Algunos malgheas se utilizan para fines originales hoy en día, excepto para la producción de productos lácteos; Actualmente la leche se procesa exclusivamente en lecherías en el valle. Muchos de estos edificios han sido renovados y ahora se utilizan como un restaurante de montaña que ofrece cocina local. Estos restaurantes a menudo tienen su propia granja y sus propietarios también se dedican a la producción de materias primas nacionales y especialidades, con un gran énfasis en la autenticidad, tanto en el aspecto del producto como en el mantenimiento de la arquitectura y el uso de prácticas originales.

Malghe dio a luz el nombre de las tradicionales vacaciones de otoño Desmalgada, hoy en día en parte un atractivo para los turistas, pero conserva parte de su significado. Al final del verano, los dueños del ganado fueron juntos a las montañas para limpiar y preparar los cuernos para el invierno, y luego, junto con los pastores, regresaron de las montañas y se reunieron con sus familias. El 17 de septiembre se celebraban regularmente unas vacaciones felices. Dado que el trabajo de los pastores en la actualidad está en manos de inmigrantes, la primera razón para la celebración ha perdido su mérito y ha sido reemplazada por celebraciones que incluyen demostraciones y concursos de artesanía tradicional, la elección de la vaca lechera más hermosa, etc. Sin embargo, los organizadores construyen en presencia de turistas. Por esta razón, el evento se planifica hoy en día, independientemente de la fecha de los domingos, sin embargo, el día festivo es una buena oportunidad para celebrar las tradiciones locales y, al mismo tiempo, el mercado de ganado todavía cumple su función. Concursos de artesanía tradicional y eventos similares son atendidos por los lugareños con entusiasmo y humor, lo que sugiere la regularidad y la devoción de las cosas; tanto más cuanto que estas actuaciones son puramente pasatiempos sin derecho al salario u otra forma de recompensa financiera.

Los restaurantes de montaña, la Desmalgada y los productos locales son el ejemplo clásico de una situación en la que la mercantilización ayuda a preservar las tradiciones, aunque en forma alterada, y debido a la demanda turística, se mantienen en funcionamiento. El requisito previo básico es que el interés de los portadores de la tradición se comparte de esta manera. Su conciencia y respeto por la historia es, de nuevo, un factor que influye en el grado de autenticidad de la tradición conservada.

La tradicional fiesta local de la Sacra di Sant Antonio en junio es, en contraste, un ejemplo de tradición sostenida espontáneamente en interés de la sociedad local. La festividad tiene raíces religiosas, originalmente era un domingo dedicado a trabajar para la comunidad y la iglesia, era una limpieza común del pueblo y el mantenimiento de espacios públicos. Incluso hoy, el propósito es el mismo, con alrededor de 200 voluntarios participando, con un almuerzo común y una celebración con la participación de músicos locales.

El objeto tradicional en cada pueblo es una fuente local, que era un lugar de reunión muy ocupado; la mayor parte de la población no tenía un baño hasta la década de 1970, la fuente fue por agua, la gente fue a lavar y las mujeres se lavaron, parte de la fuente también sirvió para alimentar al ganado, que fue aproximadamente el mismo período cultivado directamente en la aldea. Las mujeres mayores aún se adhieren a esta tradición, reunirse en la fuente es parte de la vida social, por lo que en el momento en que cada hogar tiene su propia lavadora, es posible ver a mujeres de 50 años o más lavar su ropa junto con fuentes.

Con una perspectiva en el sitio, hay un esfuerzo considerable para preservar la cultura material original, los objetos tradicionales que van desde herramientas domésticas usadas como decoraciones hasta arquitectura original cuidadosamente mantenida se pueden ver en todas partes. La gente local expresa su satisfacción por el hecho de que Peju logra preservar el carácter original, en muchos casos, su propia ayuda los ayuda y los disfruta cuando tienen la oportunidad de mostrar los resultados de sus esfuerzos.

La religion

Todos los encuestados dicen constantemente que son creyentes y que van a la iglesia de manera esporádica si hay tiempo. Anteriormente, los domingos se visitaba regularmente la iglesia. Para los adultos, al menos una vez a la semana, los niños iban a misa cada mañana. La Iglesia influyó enormemente en la vida de las personas, Tomaso: "El sacerdote una vez ordenó a toda la aldea, todos la escucharon. Los habitantes vivían, llevaban comida, leña. Hoy en día, el sacerdote tiene un salario. El respeto es dado más bien por la educación, antes de tener miedo, el sacerdote era una persona importante. No se trataba tanto de la fe, sino del estatus y la convención. "Las reglas dadas por las iglesias fueron seguidas estrictamente, Antonella:" Domingo celebrado, ropa festiva, misa, almuerzo dominical. Las mujeres no podían ir a lavar ropa en la fuente. Si alguien necesitaba trabajar excepcionalmente (por ejemplo, cosechar heno de la lluvia), tenía que pedir permiso al sacerdote".

La inspiración de la Iglesia sigue siendo una parte obvia de una estructura social que ya no desempeña un papel tan importante en la vida humana.

Muchas de sus reglas estaban en directa contradicción con las demandas del nuevo sistema. La temporada turística es agitada, debe estar disponible en todo momento, por ejemplo, la celebración del domingo es prácticamente imposible cuando se trabaja en turismo. Las instituciones originales, al mismo tiempo que se encuentran con la modernidad, están perdiendo su lógica, siendo desplazadas hasta el borde y conservando un lugar determinado dentro del nuevo sistema, en gran parte gracias a las personas que están arraigadas en el respeto y el hábito.

Analisis

Los habitantes de Val di Pejo no solo fueron un receptor pasivo, sino un agente activo de los cambios en el desarrollo del turismo, aunque inicialmente solo fueron algunos individuos, esta tendencia ha crecido considerablemente a lo largo de los años, y hoy en día se puede decir que es prácticamente la norma. En este caso, el aspecto económico es, por supuesto, el factor motivador más importante. La afluencia masiva de turistas en la segunda mitad del siglo XX obstaculizó el flujo de habitantes y gradualmente proporcionó muchos nuevos empleos y medios de vida. En este contexto, la población local también ha cambiado en consecuencia. Si bien el turismo de élite que realmente podríamos considerar como el precursor del estilo del ecoturismo de hoy (para la cultura, spa o la exploración de bellezas naturales) podría fortalecer la identidad cultural de la población local y contribuir al mantenimiento de las tradiciones, el desarrollo en la segunda mitad del siglo XX significó desviación de esta tendencia. La forma tradicional de subsistencia, como la ganadería, el procesamiento de la madera o los cultivos más bajos, se ha desvanecido al desarrollar nuevas capacidades para una creciente afluencia de turistas cuyo interés dominante en las oportunidades para esquiar se ha trasladado al fondo de la atracción tradicional de la localidad. Los propietarios y agricultores originales han descubierto gradualmente que la reconstrucción de los establos en una residencia de apartamentos o un hotel, así como el desarrollo de infraestructura y suministro, proporcionarán una forma más eficiente de obtener ingresos. Parece ser un desarrollo lógico, el yogur siempre es más fácil y más barato

comprar en un supermercado que producir, más para que esta regla se rijan por un nuevo tipo de visitantes y la demanda de producción nacional más costosa esté disminuyendo.

Otra alternativa es una gran cantidad de trabajos nuevos y bien remunerados para el transporte por cable o el trabajo en hoteles y otros servicios para aquellos que no poseen bienes raíces. Es cierto que el proceso afecta en gran medida la demanda existente desde el exterior, pero el economista tiene la opción y depende de si tiene incentivos económicos o vínculos tradicionales. Los cambios demográficos relacionados con el turismo son visibles principalmente durante la temporada. La población local ya se ha mostrado un poco entusiasta al realizar trabajos estacionales en esta área para reemplazar a los trabajadores del sur de Italia o de los países de Europa del Este, que al mismo tiempo tienen importantes beneficios en términos de sus habilidades lingüísticas. Al mismo tiempo, la salida de jóvenes locales a las grandes ciudades es conocida por sus estudios o trabajo. La tendencia a permanecer y trabajar en la economía familiar, a pesar de la aparente relación positiva con el hábitat nativo debido a las oportunidades económicas, y la creciente conciencia disminuye gradualmente. Esta es una combinación de cambios externos e internos. Es innegable que el turismo ha influido enormemente en la vida local, la demanda de los turistas por un cierto nivel de servicio ha llevado al alojamiento necesario, la modernización y la adaptación gradual a este respecto. En general, sin embargo, el turismo ha brindado principalmente oportunidades económicas para el cambio que se ha desencadenado directamente por otros factores como la modernización e industrialización global, el aumento de la conciencia, el entorno social (se compara con el vecino y sigue la tendencia de la época). Del mismo modo, la presencia de los medios está creciendo. El rápido crecimiento económico ha hecho posible esta modernización e industrialización e indirectamente ha conducido a la retirada de algunas artesanías tradicionales.

Hoy, sin embargo, el retorno a las tradiciones se puede observar cada vez más. Varios factores incluyen crisis económicas, estancamiento, experiencia, políticas globales y locales y, por último pero no menos importante, la necesidad de identificación cultural, orgullo por su propia herencia cultural, ya

sea auténtica o no (es bastante probable que incluso la falta de autenticidad nativa a menudo no es capaz de saber). La inversión en nuevos teleféricos, infraestructura y capacidad de alojamiento, por supuesto, no se detiene, pero el control por parte de las autoridades superiores también es más cauteloso gracias a la experiencia adquirida, se están utilizando prácticas amigables con el medio ambiente y la industria tradicional de procesamiento de madera está floreciendo. Los bosques y los parques nacionales, que anteriormente se han retirado a las nuevas pendientes, tienen una protección más segura. La continua expansión de la oferta conduce inevitablemente a la saturación del mercado, como resultado, los hoteleros activos y otros empresarios buscan y crean nuevos incentivos y, por lo tanto, se convierten en un tipo de intermediarios de cultura (Burns 1999, 94), dan a los turistas acceso a la cultura tradicional en algunos casos auténticos. Atractivo artificialmente, pero abrumadoramente con raíces reales. De manera similar, la política local, siguiendo la tendencia del presente, apoya la producción doméstica en un intento por preservar la tradición y expandir su oferta. El espacio para quienes han persistido en la artesanía tradicional o regresa a ellos está aumentando. De esta manera, se podría decir que la mercantilización de la cultura conduce al renacimiento de las tradiciones culturales y al fortalecimiento de la identidad cultural. Al mismo tiempo, incluso la demanda de turismo masivo refleja estas tendencias globales a través de la conciencia y el esfuerzo del apoyo local, político, el marketing apropiado y las influencias globales a través de los medios en el cliente. La motivación de los invitados se ve influenciada por la cooperación con los anfitriones según las estimaciones de lo que un sujeto puede requerir en combinación con lo que ofrece el destino. El sitio anfitrión, al ser lo suficientemente fuerte desde el punto de vista político y económico, trabaja para preservar su cultura, participa en el desarrollo de tendencias turísticas y puede determinar indirectamente la tipología del visitante.

Las consecuencias para la región visitada por la combinación de factores externos y factores intrínsecos al medio ambiente como el nivel económico, el entorno social y política y no menos importante la naturaleza de los locales. Cabe señalar que no todas las áreas han sufrido el mismo desarrollo. Los sitios con raíces históricas más profundas en el turismo, como Pejo, han

conservado principalmente su aspecto característico, por otro lado, algunos de los complejos más jóvenes, como Marilleva o el poblado de Passo Tonale, fueron construidos a gran escala de construcciones de concreto o paneles en la década de 1950. Es un fenómeno problemático frecuente, en segundo lugar o multipropietaria, en Italia, que creció masivamente durante las décadas de 1970 y 1980 en zonas turísticas como resultado de la falta de regulación por parte de las autoridades locales y la abrumadora rentabilidad de los inversionistas como pisos de fin de semana para la población de los pueblos cercanos. Estos pequeños edificios en ruinas utilizados en la actualidad perturbar la integridad del paisaje y, al mismo tiempo indica el círculo vicioso de problemas, debido a que los propietarios ya han perdido su interés original. Los apartamentos suelen estar habitados en promedio durante 4 días al mes, lo que no garantiza el sustento de los restaurantes cercanos y otros proveedores de servicios, que en consecuencia fallan y la falta de suministro al mismo tiempo significa decepción y salida de turistas.

Sin embargo, en el caso de Peja, la tenacidad, el carácter más cerrado y conservador de los cerros, junto con la renuencia a aceptar cambios drásticos e intervenciones territoriales, contribuyeron a preservar el carácter característico de la localidad y los valores tradicionales de la sociedad en el sentido de solidaridad y una relación positiva con la historia.

Conclusión

La situación actual en Val di Pejo puede servir como un modelo casi ideal para transformar un sitio de montaña tradicional en un destino ecoturístico (Sherman y Dixon 1991, según Stronza 2001, 275). El uso suave de los recursos naturales y culturales locales brinda a los residentes locales ingresos y oportunidades de empleo constantes. El enfoque relativamente conservador de los residentes ha dado como resultado un lento ritmo de transformación que ha reducido al mínimo los cambios mínimos e irreversibles y ha asegurado la preservación de la naturaleza original del país sin la necesidad de intervenciones importantes por parte de las instituciones públicas. La apreciación y el interés en la cultura tradicional por parte de los visitantes es un factor importante en la intensificación de los esfuerzos para preservar las

tradiciones locales. De acuerdo con la Teoría de Cohen (Cohen 1988, 382), la mercantilización de la cultura contribuye a la revitalización de la cultura tradicional, y la atención de los turistas es un motivo de orgullo para los anfitriones de su propia historia. Este mecanismo muestra, entre otras cosas, el ejemplo de las vacaciones de Desmalgad que probablemente habrían desaparecido cuando no se encontraron nuevos usos, mientras que el turismo ha agregado Desmalgada a un nuevo significado, y sigue siendo un recordatorio del pasado para las nuevas generaciones de locales. La cuestión de la autenticidad es secundaria en este caso.

El desarrollo razonable y moderado del turismo para fortalecer el interés por la cultura y el cuidado del medio ambiente es, en el caso de Peja, un fenómeno natural dado por el carácter de la localidad. La complejidad de la supervivencia en terrenos exigentes se refleja en la alta adaptabilidad de la población local, que es la base para el uso apropiado de cualquier oportunidad nueva y, al mismo tiempo, en su enfoque racional y prudente. Un fuerte vínculo con el hábitat nativo, la solidaridad y el respeto por los valores tradicionales han predeterminado tal desarrollo del turismo, que es un uso suave de los recursos locales y un intento de preservarlos. En el sentido general, es posible decir que el estilo de vida de la población no ha cambiado en su principio básico, ya que en los siglos anteriores cuidan su territorio, cosechan los beneficios de su trabajo y tratan la fuente con respeto natural para preservarla para las próximas generaciones.

Referencias bibliográficas:

- Boissevain, J. (1996). *Coping with Tourists*. Oxford: Berghman Books.
- Burns, P. (1999). *An Introduction to Tourism and Anthropology*. London: Routledge.
- Cohen, E. (1972). Toward a Sociology of International Tourism. *Social Research*
- Cohen, E. (1984). The Sociology of Tourism: Approaches, Issues, and Findings. *Annual Review of Sociology*
- Cohen, E. (1988). *Authenticity and Commoditization in Tourism*. Načteno z Journal of Travel Research: <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/004728758902700366>

Hobsbawm, E., Ranger, T. (1983). *Inventing Tradition*. Cambridge: Cambridge University Press.

Holden, A. (2005). *Tourism Studies and the Social Sciences*. Abingdon, Oxon: Routledge.

Linderová, I. (2013). *Cestovní Ruch - Základy a právní úprava*. Jihlava: Vysoká škola polytechnická Jihlava.

Mosca, A. (2009). *Turismo in Val di Sole*. Lavis: Nitida Ethnos.

Pospíšil, L. (1997). Tyrolští rolníci z Obernbergu a otázka dlouhodobého výzkumu. *Český lid*,

Stronza, A. (2001). ANTHROPOLOGY OF TOURISM: Forging New. *Annu. Rev. Anthropol.*, CHICAGO STATE UNIVERSITY, str. https://www.csu.edu/cerc/researchreports/documents/ANTHROPOLOGY_ofTOURISMForgingNewGroundForEcotourism.pdf.

Turner, V. (2004). *Průběh rituálu*. Brno: Computer Press.

Bibliografía digital:

Istituto Nazionale di Statistica. (1. 4 2018). *Decessi*. Načteno z Istituto Nazionale di Statistica: http://dati.istat.it/Index.aspx?DataSetCode=DCIS_MORTALITA1#

Istituto Nazionale di Statistica. (1. 4 2018). *Indicatori demografici*. Načteno z Istituto Nazionale di Statistica: http://dati.istat.it/Index.aspx?DataSetCode=DCIS_INDDEMOG1#

Istituto Nazionale di Statistica. (24. 2 2018). *Popolazione residente al 1° gennaio: Provincia Autonoma Trento*. Načteno z Istituto Nazionale di Statistica: http://dati.istat.it/Index.aspx?DataSetCode=DCIS_POPRES1

ISPAT - Provincia Autonoma di Trento. (29. 4 2017). *Arrivi e presenze negli esercizi alberghieri per ambito*. Načteno z <http://www.statweb.provincia.tn.it/movturistico/data.asp?db=annuarioturismo&sp=spArrPresEsAlbXAmbProvMes&stag=1>

Società Italiana degli Autori ed Editori. (1. 4 2018). *140 ANNI DI NASCITE - MATRIMONI - DIVORZI - ABORTI*. Načteno z <http://www.storiologia.it/tabelle/popolazione09.htm>

World Tourism Organization. (17. 12 2017). *e-unwto.org*. Načteno z <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145>

World Travel & Tourism Council. (17. 12 2017). *WTTC Country Economic Impact Analysis*. Načteno z <https://www.wttc.org/research/economic-research/economic-impact-analysis/>