

## LE DONNE CUSTODI DELLA MEMORIA

La rete delle signore delle Alpi al Centro di ecologia alpina di Trento

CONVEGNO "DONNE & TURISMO"

### **MICHELA ZUCCA**

Il Centro di ecologia alpina è stato il primo centro di ricerca sull'arco alpino, ad intraprendere l'azione sulle donne sotto forma di progetto pilota, sette anni fa. Dalla prima iniziativa abbiamo rilevato un interesse enorme su questo tema, non solo da parte delle signore ma anche degli uomini. All'ultimo incontro internazionale che abbiamo fatto, abbiamo avuto il fondato sospetto che molti signori abbiano spinto le consorti a partecipare per poter intervenire loro stessi. L'argomento donne interessa molto, è un tema trasversale ed è anche un obiettivo che l'Unione europea sta imponendo con forza, anche perché molte politiche per le pari opportunità non hanno rivelato una grande efficienza nel promuovere l'ingresso dell'altra metà del cielo nel mercato del lavoro e quindi si stanno cercando delle soluzioni più d'impatto (1).

Le donne custodi della memoria perché sulle Alpi sono sempre state loro che rimanevano a casa e si curavano di trasmettere la cultura. Questa funzione non riguardava solo l'educazione dei figli, ma anche l'educazione delle comunità. La memoria veniva tramandata con le canzoni, i racconti, le leggende, che andavano a costituire quell'enorme patrimonio di letteratura orale che ancora oggi in Italia si è conservato, e che l'Europa ci invidia. In questo modo si sono mantenute tradizioni, culture e modi di vivere che altrimenti sarebbero scomparsi: chi fa attività di base nelle comunità dell'arco alpino sa molto bene che le prime a rispondere in un processo partecipativo di sviluppo o comunque di evoluzione sono proprio le donne.

Le donne hanno dovuto imparare a tirare avanti da sole, spesso gli uomini mancavano (2). Hanno dovuto elaborare delle forme di "economie parallele", che spesso sono state trascurate dagli economisti e dagli studiosi, anche se hanno contribuito cospicuamente alla sopravvivenza delle popolazioni delle valli. Il turismo familiare, gestito direttamente dalla padrona di casa con l'ospite che per diverse ragioni arrivava, è sempre esistito sulle Alpi: abbiamo notizie di questo tipo di attività già nell'800. Dagli anni '60 in poi il turismo familiare, tranne in alcune zone, come l'Alto Adige, sull'arco alpino è andato calando rispetto al settore alberghiero o ad altre forme più organizzate perché non ce l'ha fatta a reggere la concorrenza.

Il turismo familiare è sempre stato amministrato dalle signore, per ovvie ragioni: è la donna che gestisce la casa; svolge tradizionalmente un ruolo di trasformazione delle risorse: e non solo dei soldi che porta a casa il marito - spesso non ne portava a casa negli anni addietro - ma anche dei materiali che dalla terra vengono prodotti, dai campi, dall'orto e dalla montagna. Tutte queste cose sono sempre state raccolte e conservate - primo livello di trasformazione - e poi vendute, commercializzate, al mercato oppure sulla strada, direttamente dalle donne. Quelle che adesso

vengono considerate attività innovative in realtà sono forme di economia parallela antichissime, di cui piano piano le donne custodi della memoria stanno riannodando le fila.

Ora parliamo di un luogo, l'Austria e l'Alto Adige, in cui il turismo familiare è riuscito a conservarsi malgrado la concorrenza alberghiera. Queste regioni hanno ospitato, per secoli, una delle civiltà più maschiliste del mondo, in cui la donna è fortemente discriminata. In Alto Adige, se una ragazza non riusciva a sposare un proprietario di maso doveva accettare o di fare la serva in casa, da tutti i punti di vista, anche quello sessuale, oppure doveva andarsene per non tornare più. Il turismo delle Zimmer frei era l'unico modo socialmente accettato perché portava soldi, in cui alla donna era permesso in qualche modo di esercitare la propria creatività. Era una via di uscita che l'altra metà del cielo, intelligentemente, ha saputo sfruttare al meglio. Purtroppo però il grande turismo quello che muove i capitali, quello che muove il potere, quello che decide anche a livello ambientale, resta ancora e saldamente in mano maschile.

Le donne sempre più si distinguono nelle attività innovative che ruotano al turismo, a livello di produzione, commercializzazione e comunicazione. Sfortunatamente, la maggior parte delle "nuove professioni" sono da libere professioniste, e, con l'andar degli anni, passando dalla gioventù alla maturità, da nubile e sposata e madre di famiglia, la discriminazione sul gentil sesso si approfondisce. Una donna lavoratrice dipendente ha cinque mesi di congedo al pieno dello stipendio, più tutte le possibilità di potersi avvalere di varie opportunità di congedo parentale dopo; una donna lavoratrice autonoma ha un assegno che a malapena, copre un mese di stipendio; e poi nessuna possibilità ulteriore. E questa (la maternità non assistita) è una delle difficoltà.

Le aspiranti imprenditrici che decidono di cominciare un'attività turistica innovativa sul territorio e quindi in realtà di valle, di paesi piccoli, di comunità marginali, si trovano di fronte non all'apertura di nuovi servizi che potrebbero aiutarle, ma alla chiusura di quelli che già ci stanno. Chiudono le scuole ed asili, gli uffici postali e le banche. I negozi, in molto posti proprio sono già scomparsi o fanno degli orari totalmente incompatibili con la vita di una donna lavoratrice. In parecchie zone rurali e di valle la liberalizzazione degli orari non ha significato un alleviamento delle fatiche della donna lavoratrice, ma ha più semplicemente significato la chiusura anticipata dei negozi.

Comunque, malgrado queste difficoltà le donne sono più disponibili a questo tipo di attività. Come mai? Perché, se per necessità oggi le donne scelgono un lavoro da dipendente, per quanto riguarda gli anni futuri ci si aspetta un'inversione di tendenza, in quanto chi si occupa di formazione, e anche di formazione imprenditoriale sa bene che la maggior parte dei soggetti che accettano di frequentare i corsi sono di sesso femminile. Esiste ancora un gap culturale fra maschi e femmine, ma le donne sempre più stanno tentando di colmarlo. Non solo: le signore, meno favorite sul mercato del lavoro, sono più disponibili rispetto agli uomini a rimettersi in discussione, ai ruoli che cambiano, a mettersi in formazione non solo prima del lavoro ma anche durante il tempo di lavoro. I mestieri legati alla comunicazione stanno diventando sempre più rosa.

Un importante nodo da sciogliere, che, per ora, penalizza ancora le donne, è rappresentato dalla capacità di rischio, essenziale in qualsiasi processo di imprenditorialità. Senza capacità di rischio non si crea impresa. Sfortunatamente, la scuola italiana non forma all'autoimprenditorialità in quanto il

posto di lavoro che viene prospettato gli studi, e che è considerato il massimo della desiderabilità, è il posto fisso con stipendio a fine mese, sicuro, con orari regolari, tempi di lavoro e tempi di ferie totalmente separati. Ad una ragazza, poi, non solo non viene insegnato a rischiare, ma neppure a difendersi, sia a livello fisico, sia mentale. Per questa ragione normalmente la donna è meno capace di assumersi un rischio rispetto all'uomo. Ma questa è solo una parte della realtà: perché le donne che hanno deciso di rischiare hanno messo in gioco la propria vita, e possono essere molto più competitive degli uomini. Dall'altra parte le donne sono all'avanguardia nelle attività innovative, specie nelle azioni di economia identitaria. L'economia identitaria è quella forma di economia che sviluppa con tecnologie moderne delle capacità tradizionali e antiche: per esempio, tutto quello che riguarda per esempio l'artigianato di qualità, le produzioni di nicchia, il biologico, il D.O.C..

Per ottenere un D.O.C. c'è bisogno di uno sforzo enorme e di una grande perseveranza. Spesso gli uomini si accontentano di produzioni che pur rendendo non sono di qualità, molte donne invece si stanno avviando verso prodotti di alto livello che poi diventano anche redditizie, più redditizie delle produzioni di quantità. Ricordiamo che l'economia identitaria e la produzione di qualità, sono strettamente collegate al turismo, anzi spesso crescono all'interno di una stessa azienda.

Per riuscire a promuovere questo tipo di turismo è essenziale un lavoro di marketing e pubblicità. Gran parte della comunicazione per quanto riguarda il turismo di montagna, il turismo culturale, avviene attraverso il passaparola; evidentemente le donne hanno sempre avuto una buona lingua.

Anche in agricoltura, la situazione femminile sta cambiando. La funzione del contadino sulle Alpi è essenziale per quanto riguarda il turismo in quanto il turista pretende un paesaggio coltivato. Può esistere agricoltura senza turismo ma non potrà esistere turismo senza agricoltura. Il turista che viene sulle Alpi si aspetta il prato verde, le mucche al pascolo, possibilmente anche il bosco ben curato in cui possa andare a raccogliere fiori e funghi. L'agricoltura è sempre stata un campo tradizionalmente maschile e se da una parte le donne hanno manifestato la propria protesta verso un'economia maschilista rifiutandosi di sposare un contadino, dall'altra parte il discorso cambia quando sono loro a coltivare i campi. Ma ecco un po' di dati, desunti dall'Istat e dal Ministero dell'agricoltura, che ha elaborato le statistiche dai censimenti decennali. Su scala italiana, 19% della manodopera agricola nel 1931, le donne superano il 24% nel 1951 e il 29% nel 1971, attestandosi un po' al disotto del 36% nel 1981, un po' al di sopra nel 1991. Gli uomini riescono a trovare un lavoro in fabbrica più facilmente, e quindi ad ottenere uno stipendio: da qui il diffondersi della famiglia operaio-contadina, che riporta in auge la pluriattività tradizionale sulle Alpi, pianificata attraverso una strategia di coppia. Il gioco delle percentuali non deve ingannare. In valori assoluti, anche l'esodo femminile dalle montagne è stato enorme. Anzi, in molte valli, le donne sono state le prime ad andarsene. Le 2.033.000 contadine del 1951 si sono ridotte a 589.000 quarant'anni dopo. Però, il calo complessivo dell'occupazione femminile in agricoltura si è accompagnato ad una sempre più frequente assunzione della titolarità delle aziende: tanto delle più piccole, a conferma del carattere sostitutivo di molta imprenditorialità "in rosa", quanto delle più grandi. Qui tende ad accentuarsi, chiarissimo, lo spauracchio di molte generazioni di maschi: la funzione competitiva svolta dalle donne.

Ancora qualche dato. Nel 1970, alla fine dei vent'anni di "esodo biblico" che hanno quasi spopolato molte delle vallate alpine, il censimento agricolo attribuiva alle donne il 18,9 % delle gestioni aziendali. Ma con un ventaglio che dal 26,9% sui minifondi al di sotto dell'ettaro si restringeva al 7,2 % sui poderi medi di dieci o venti ettari, sogno, allora, del coltivatore medio. Solo a partire da questo minimo la tendenza conosceva un certo miglioramento, stabilizzandosi attorno all'8% nelle aziende di ancor maggiori dimensioni<sup>1</sup>.

Confrontati con i dati del 1970, quelli di vent'anni dopo presentano notevoli progressi. Infatti, nonostante il calo complessivo delle aziende da 3.607.000 a 3.023.000, quelle a conduzione femminile salgono da 680.000 a 782.000 e, dunque, dal 18,9% al 25,9%. Inoltre, il loro aumento si concentra non sui minifondi al di sotto dei due ettari ma su quelle tenute dai dieci ai venti ettari che

---

1

nel 1970 apparivano come il traguardo della professionalità ma nel frattempo sono stati lambiti dall'ondata del part time.

Nell'antico modello di organizzazione familiare la moglie veniva esentata dal lavoro sui campi in considerazione o della sua età avanzata o dell'importanza economica dell'azienda. La presenza lavorativa della moglie era inversamente proporzionale all'importanza dell'azienda. Le cure domestiche erano un segno di privilegio borghese: le donne contadine lavoravano, tutte, e i figli venivano curati dalle nonne, o portati dietro sul luogo di lavoro. Solo la moglie di un agricoltore agiato riusciva a dedicarsi alla cucina, alla pulizia, o alla preparazione delle marmellate senza avere a che fare con roncole o falci, carri o trattori, bidoni del latte e vacche da mungere. Sulle Alpi, casi come questi sono più unici che rari. Da qualche anno, si comincia a delineare una situazione che va verso un'evoluzione in senso contrario. E' una sfida della nuova ruralità (3).

Ma per far sviluppare l'imprenditorialità femminile di che cosa c'è bisogno? Come per tutte le forme imprenditoriali, c'è bisogno di soldi. Non si sta parlando di sovvenzioni - spesso invece che aiutare l'imprenditorialità, uccidono la concorrenza - ma per esempio di prestiti agevolati. Ancora oggi le banche difficilmente fanno credito ad una signora, anche per quanto riguarda piccole somme. I sostegni all'imprenditorialità femminile, hanno fallito in gran parte. Come mai? Perché sono erogati a seconda del numero di dipendenti dell'azienda. Normalmente, però, l'azienda gestita da una donna è una microimpresa in cui c'è un solo dipendente, il proprietario, o meglio la proprietaria, e queste strutture non sono considerate sufficientemente grandi per ricevere un finanziamento. Oltretutto, spesso le donne all'azienda con dipendenti preferiscono altre forme di associazione, senza personale assunto, molte lavorano in rete ed ognuna di loro è una microimpresa che non assume nessuno a parte sé stessa. Questo tipo di imprenditorialità non riceve una lira, è chiaro che ci sono tante difficoltà per decollare.

Una delle caratteristiche delle donne è il lavoro in rete, per cui sempre più le donne scelgono, oltre che attività innovative, anche modalità di lavoro innovative. Il Centro di Ecologia Alpina ha scoperto questa esigenza già sette anni fa, quando si è creata la rete di donne delle Alpi, network di studio, di lavoro e di scambio di professionalità informale, che ha continuato a crescere da allora. La finalità principale della rete promuovere la cultura delle donne della montagna. Senza un'identità culturale chiara, senza una coscienza culturale forte, le donne si sentiranno sempre inferiori, per cui è prioritario che le donne capiscano di essere portatrici di una cultura antica, specifica, importante e millenaria. Tanto per capirsi, nelle pitture rupestri solo in presenza di chiari indicatori sessuali femminili una figura è attribuita al sesso femminile, tutte le altre, anche quelle assolutamente androgine, sono considerate maschili. La seconda finalità della rete è collegare fra loro le donne che lavorano sulle Alpi, far loro capire che sono in tante, che insieme le loro esigenze possono essere sentite, ascoltate, tradotte in pratica. E poi scambiarsi i lavori e professionalità, privilegiando naturalmente le donne, visto che sono discriminate; informare sull'accesso ai fondi; formare all'autoimprenditorialità, cercando anche di togliere tutti quei timori che normalmente le donne hanno e che invece vengono ridotti da un'azione di testimonianza: queste le altre finalità della rete.

Quali sono le attività svolte dalla nostra rete? Abbiamo già fatto tre incontri internazionali sul matriarcato e la montagna al Centro di Ecologia Alpina; esistono già tre pubblicazioni specifiche in italiano ed in tedesco (4); pubblichiamo sulla newsletter del centro, che è un giornale murale che va a seimila operatori culturali su tutte le Alpi, una pagina rosa specifica per le donne (5), da molti anni; è stata composta e approvata tre anni fa la Risoluzione delle donne della montagna, uscita

ufficialmente (6); abbiamo costruito una mailing, cioè una lista di indirizzi e di professionalità specifiche sulle donne; facciamo formazione, per donne aspiranti imprenditrici, i corsi d'aggiornamento per insegnati sulla cultura femminile e sulla cultura alpina e andiamo avanti tessendo la rete, cioè cercando di stabilire rapporti nazionali ed internazionali con tutti quelli che hanno voglia i lavorare con noi e di andare avanti

#### **Note**

1. Commissione europea, Direzione generale occupazione e affari sociali, Controllo dell'occupazione nazionale e interventi di Fondo sociale europeo, Obiettivo 3 – Italia, Programmazione 2000-2006 del Fondo sociale europeo, Quadro comunitario di sostegno
2. Raul Merzario, **Donne sole nelle valli e nelle montagne**, in AA.VV., a cura di Angela Groppi, **Il lavoro delle donne**, Laterza, Bari, 1996, p. 229-246.
3. Corrado Barberis, **Le campagne italiane dall'Ottocento ad oggi**, Laterza, Bari, 1999, p. 503-506
4. AA.VV., a cura di Michela Zucca, **Matriarcato e montagna I**, Centro di ecologia alpina, Trento, 1996; AA.VV., a cura di Michela Zucca, **Matriarcato e montagna II**, Centro di ecologia alpina, Trento, 1998; AA.VV., a cura di Michela Zucca, **Matriarcato e montagna III**, Centro di ecologia alpina, Trento, 2000
5. **Segni di identità, genti e natura delle Alpi**: Pagina rosa
6. **RISOLUZIONE DELL'ASSEMBLEA PLENARIA DELLE DONNE DELLA MONTAGNA**

*Le donne provenienti dalle regioni montane di Italia, Austria, Svizzera, Spagna, Germania e Liechtenstein, e riunite al Centro di Ecologia Alpina del Monte Bondone (Trento) per il secondo convegno internazionale "Matriarcato e montagna", rivendicano il riconoscimento del loro ruolo per la conservazione e la trasmissione della memoria e delle tradizioni, per lo sviluppo sociale, economico e culturale delle comunità di montagna, con particolare attenzione ai valori identitari e ambientali.*

*Le donne rivendicano la necessità della loro presenza nei centri e momenti decisionali a tutti i livelli ed esprimono un forte richiamo alla società e ai responsabili dei governi locali, regionali, nazionali e comunitari affinché vengano definite delle specifiche politiche di azione, fondate sulla valorizzazione e la presenza del ruolo femminile a tutti i livelli, con le seguenti motivazioni :*

- 1) *Le donne non solo perpetuano la vita, ma sono anche riuscite a sopravvivere in ambienti limite, utilizzando le risorse della natura, conservando e curando il territorio nello stesso tempo. Senza rinunciare alla magia e alla poesia.*
- 2) *Dove le donne se ne vanno, la montagna muore. Ancora oggi la maggior parte delle iniziative di microeconomia e di economia identitaria sono portate avanti dalle donne: dove rimangono loro la montagna non muore, ma intraprende uno sviluppo diverso, in sintonia con la terra, cogliendo e valorizzando l'opportunità che questa offre agli esseri umani.*
- 3) *Le donne sono uno degli elementi più dinamici della microeconomia alpina. Senza rinunciare all'innovazione e alla rivendicazione di diritti sacrosanti, non si sono dimenticate delle proprie origini e sono riuscite a conservare la memoria della tradizione.*
- 4) *Intendono tutelare il patrimonio culturale delle loro comunità di montagna attraverso l'attenzione e il sostegno a tutte quelle azioni che si fondano sui valori identitari e sulla formazione permanente, quali formidabili leve per uno sviluppo che soddisfi i bisogni culturali, sociali ed economici per guidare le comunità di montagna verso una pari dignità con le comunità urbane e di pianura.*
- 5) *Intendono essere garanti di un rapporto equilibrato fra sviluppo e tutela del territorio inteso nei suoi valori ambientali, storici, architettonici, paesaggistici, culturali e spirituali ecc., al fine di garantire la permanenza delle comunità alpine all'interno di ecosistemi naturali, ricchi di spazi vitali per gli animali, le piante e tutte le altre componenti della natura.*

*Esprimono soddisfazione per il ruolo che svolge il Centro di Ecologia Alpina quale punto d'incontro, di scambio di esperienze e di proposizioni di azioni concrete per le donne della montagna, chiedendo al Centro in particolare : corsi di formazione e iniziative concrete per il raggiungimento degli scopi sopra dichiarati, la promozione di gruppi di azione di donne; coordinati attraverso una rete anche di informazione privilegiata. Viote del Monte Bondone, 14 dicembre 1997.*