



# GEOGRAFIA DEL TURISMO

Università degli Studi di Trieste  
CdLM in LINGUE, LETTERATURE STRANIERE E TURISMO CULTURALE  
(LE68)

Docente: prof. Umek Dragan

# TURISMO E GEOGRAFIA UMANA

Identità, motivazioni e  
tipologie

1. Identità, motivazioni e tipologie del turista
2. 'Deterritorializzazione' del turismo
3. Turismo e tutela dell'ambiente
4. Turismo etnologico
5. Turismo balneare
6. Turismo rurale
7. Turismo terapeutico
8. Turismo culturale
9. Turismo enogastronomico
10. Turismo religioso
11. Turismo della memoria
12. Turismo "di esperienza"

# Tipologie: turismo balneare

## Alla ricerca delle S ...

“Chi va in vacanza d'estate lo si riconosce perché torna abbronzato”..... ma non fu sempre così!

L'epoca in cui in Europa era *status symbol* delle classi privilegiate la pelle chiara e l'abbronzatura veniva considerata tipica della *working class* .

Durante l'ozio i nobili maschi evitavano appositamente l'esposizione al sole e le donne si riparavano con ombrellini e si schiarivano la pelle con la cipria, essere abbronzati significava essere contadini oppure cagionevoli di salute.

La stagione dedicata al turismo marittimo fu fino al periodo compreso fra le due guerre mondiali, quello invernale, poiché i turisti cercavano soprattutto un clima più mite ove poter **svernare**; questi venivano definiti *les hivernantes*. Fra maggio e ottobre il turista tornava al suo paese o in un'altra località turistica montana dove la temperatura si faceva più sopportabile.

Dopo la seconda guerra mondiale la stagione del turismo marittimo si spostò ai mesi estivi proprio per l'affermarsi della moda dell'abbronzatura e dei bagni di mare.

La vacanza estiva per antonomasia divenne dopo la seconda guerra mondiale quella al mare, caratterizzata dalle cosiddette **3S: sea, sun and sand** = boom della costa adriatica e della Versilia.

Non passa molto tempo e alle tre S se ne devono aggiungere altre **2S: sex and spirit**, queste contrariamente alle prime tre non fanno riferimento ad elementi ambientali ma sono servizi offerti al turista totalmente indipendenti dalla geografia del luogo che danno la sensazione di piena libertà ed evasione.

Infine, per completare il quadro, si aggiungono ulteriori **2S: lo sport**, ma non a livello agonistico o competitivo, piuttosto visto come apportatore di benessere (ludico e fitness) e lo **shopping**, soprattutto per turisti stranieri (monomarche, outlet villages e factory store...) alla ricerca non più del souvenir ma del “made in Italy”.

# Tipologie: turismo rurale

## **Dall'otium dei romani all'agriturismo d'élite...**

L'*otium* dei Romani fu prima forma di *liesure* (tempo libero) in cui una persona poteva divertirsi mangiando, giocando, rilassandosi, contemplando e impegnandosi in attività accademiche



Castel Gandolfo: nel 1604 Papa Clemente VII annette il Castello tra i beni inalienabili della Chiesa e pochi anni dopo i Pontefici iniziano ad usarlo come residenza estiva (Roma)



Il Castello di Donnafugata, luogo di villeggiatura agreste del principe Salina nel romanzo "Il Gattopardo" (Ragusa) era in origine una villa rurale costruita a protezione di un vasto feudo





# Tipologie: turismo rurale

- Evazione dalla città, fra turismo e tempo libero
- Un 'ideale' cittadino (Lozato-Jotart, 2008)
- Andamento altalenante:
  - anni '50 - '60: alternativa al mare
  - anni '70 - '90: demodé?
  - dai primi anni 2000: riscoperta e sviluppo dei **agriturismi**



Legge del 5 dicembre 1985, n. 730:  
agriturismo come termine connesso  
**all'ambito agricolo** (non turistico!!)

Aziende agricole



Aziende turistiche

# Aziende agricole o aziende turistiche...?

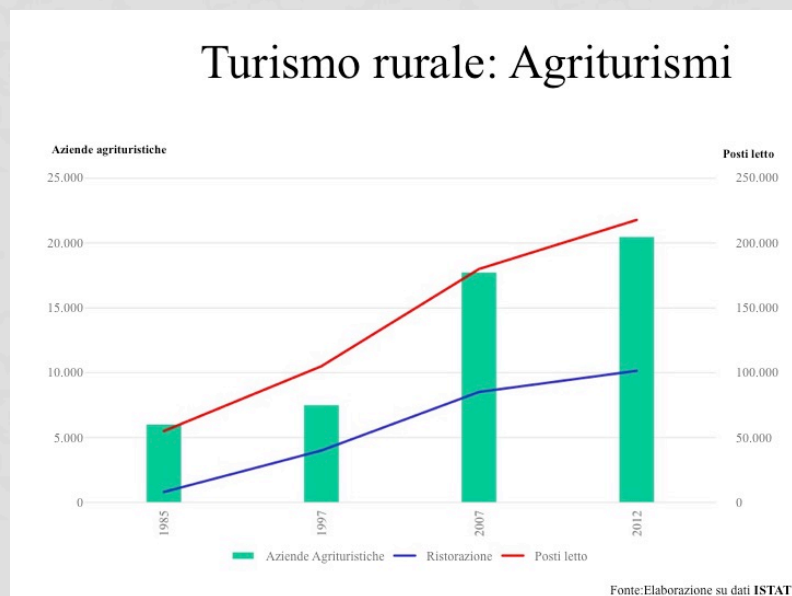
- Agriturismo di charme
- Luxury Farmhouse
- Country chic
- Agriturismo di pregio





# Turismo rurale: qualche numero

- 23.406 aziende agrituristiche (nel 1985 erano circa 6.000, oggi quasi +300%);
- 24 Parchi Nazionali + 800 fra Parchi Regionali, Riserve Naturali, Parchi Marini, Zone Umide e altre Aree Protette;
- circa 600 fra musei agrari, civici, etnografici, tematici, degli antichi mestieri, delle tradizioni popolari;
- circa 3.200 castelli e fortezze;
- 245 Borghi di eccellenza (Borghi più belli d'Italia)
- 135 Strade del Vino e dei Sapori



Fonte: [www.salonedelturismorurale.it](http://www.salonedelturismorurale.it) (anno 2015)



# Tipologie: turismo rurale

## Alla ricerca della tradizione/del passato... e dell'agriturismo

Gli esempi celebri di villeggiatura sono tanti: l'*otium* dei Romani, le vacanze papali a Castelgandolfo, la letteraria sebbene realistica villeggiatura del principe Salina del Gattopardo a Donnafugata, ecc.

Il turismo rurale si pone come semplice evasione dalla città calda e caotica dell'estate che non permette un riposo adeguato.

Dal secondo dopoguerra il turismo rurale segue una moda altalenante: negli anni '50 e '60 diventa quasi d'obbligo in alternativa alla vacanza al mare e coinvolge numerose famiglie; negli anni '70 e '80 con la diffusione del benessere economico, il progresso dei mezzi di trasporto, l'affermarsi di una moda turistica esterofila, attrae molto meno; nel corso degli ultimi decenni, forse per imitazione del comportamento anglosassone forse perché risponde bene ad un turismo turistofobico la villeggiatura viene di nuova scoperta e chiamata **agriturismo**.

La legislazione dà alle aziende agricole la possibilità di esercitare con un particolare regime fiscale anche un'attività turistica (Legge del 5 dicembre 1985, n. 730).

Ma il legislatore non avrebbe potuto sospettare che da pratica turistica alternativa, il turismo verde si sarebbe trasformato in pratica turistica alternativa di massa.

Da sempre i turisti hanno cercato di distinguere la loro esperienza da quella degli altri per poter appartenere all'*elite* e tale processo è diventato ancora più forte negli ultimi decenni quando la prassi turistica è divenuta alla portata di tutti.



# Tipologie: turismo eno-gastronomico

Alla ricerca della cucina vera... cibo e bevande

Colonnata

Montalcino

Bronte

Pachino

Marsala

...?

# Tipologie: turismo eno-gastronomico

## Alla ricerca della cucina vera... il *gastronauta* e il *foodtrotter*

Fra le motivazioni che possono spingere una persona in una località diversa da quella di abituale residenza vi è la degustazione di cibi e bevande o di particolare pregio o diversi dai propri.

Il turista eno-gastronomico è una figura sempre presente nella storia del turismo e non meno importante nel nostro tempo.

Il cibo oltre ad essere come un grande faro in grado di attirare l'interesse di viaggiatore e dei media e quindi capaci di causare un cospicuo flusso turistico, acquista oggi anche un altro significato ugualmente importante ai fini turistici: nella nostra società esso è diventato il principale elemento di cultura materiale caratterizzante di una regione. Accanto al turismo prettamente eno-gastronomico dobbiamo considerare come anche all'interno delle altre tipologie di turismo, cibo e bevande ricoprono una grande importanza per identificare e caratterizzare una regione.

In un mondo sempre più globalizzato la dimensione locale della cucina tipica regionale è diventata un aspetto di primissimo ordine per sottolineare la specificità di una regione in un panorama "globale" sempre più uniforme. Tuttavia anche in questo caso è applicabile quella *forma mentis* che abbiamo associato già all'autenticità delle culture: fino a che punto un piatto tipico o un bevanda tipica sono autentici? Anche per la gastronomia vigono stereotipi che non conoscono né spazi né tempi diversi (pizza = Napoli ; cuscus = paesi arabi; merluzzo = Norvegia).

Il rischio che si corre è che molte persone possono sviluppare le cosiddette bolle culturali, un esempio ristoranti italiani vicini a scuole internazionali di lingua inglese frequentate da molti italiani, in Hotel all'estero con cucina italiana. Il fenomeno prende nome: '*environmental bubble alimentare*'.

Ma non si deve comunque pensare che i tempi siano molto cambiati perché, anche nel passato, la creazione di *environmental bubble* è stata più frequente di quanto non si pensi (ambiente *Old England* nelle colonie).



Vecchio hotel coloniale inglese a Nuwara Eliya in Sri Lanka

# Tipologie: turismo eno-gastronomico

**Il turismo eno-gastronomico:** consumo consapevole di esperienze gastronomiche da parte dei turisti. Vuole partecipare alle tradizioni culinarie del luogo visitato, godere dell'unicità del patrimonio eno-gastronomico, ricercare un' osmosi tra risorse turistiche territoriali e gastronomia



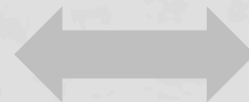
# Tipologie: turismo eno-gastronomico

Il turismo eno-gastronomico, per il suo legame con il territorio, è spesso praticato in ambito rurale



esiste un forte legame tra

Turismo  
eno-gastronomico



Turismo  
rurale

“Ma... se è vero che il turismo rurale può incorporare esperienze di turismo eno-gastronomico, non vale il contrario”

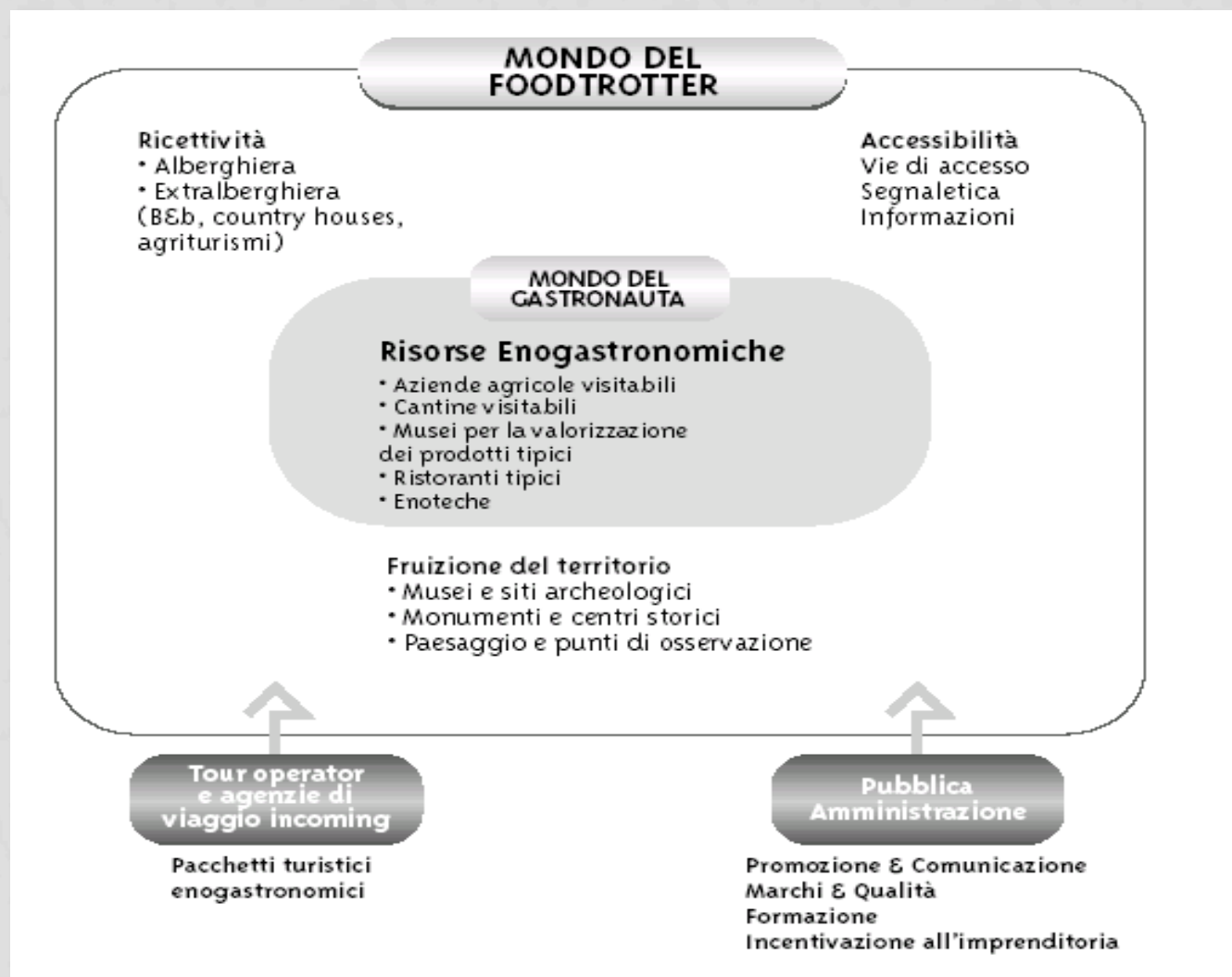


il turista in ambito rurale fruisce delle “**risorse di un territorio**” (parchi, fiumi, flora e fauna ...) ma, anche, degli “**ambienti antropici**” (sagre, tradizioni, artigianato, eventi religiosi, altri eventi popolari ...).



# Tipologie: turismo eno-gastronomico

Due differenti sistema di offerta turistica



# Una tipologie di turismo eno-gastronomico locale:

## Le osmizze



Turismo eno-gastronomico? Alla ricerca di un'identità culturale

# Turismo eno-gastronomico: qualche numero

- 164 prodotti agricoli e agroalimentari a denominazione d'origine protetta (DOP);
- 111 prodotti agricoli e agroalimentari ad indicazione geografica protetta (IGP);
- 4.881 prodotti agricoli e agroalimentari censiti dalle Regioni come "Tradizionali";
- 73 vini a denominazione d'origine controllata e garantita (DOCG);
- 332 vini a denominazione d'origine controllata (DOC);
- 118 vini ad indicazione geografica tipica (IGT);



**DOP:** prodotti le cui caratteristiche dipendono in tutto o in parte dall'ambiente geografico in cui sono prodotti. Tutte le fasi produttive devono avvenire in quella determinata zona;

**DOCG:** vini regolamentati da un disciplinare rigido, contraddistinti da una zona di origine precisa e molto spesso anche da una sottozona. Sono ricompresi nella denominazione DOP;

**DOC:** marchio di origine italiana utilizzato in enologia e ricompreso oggi nella categoria europea DOP. È un riconoscimento di qualità attribuito a vini prodotti in determinate zone e recanti la medesima in etichetta;

**IGP:** prodotti aventi qualità determinate dall'origine geografica. Almeno una delle fasi produttive deve avvenire in quella determinata zona;

**IGT:** riconoscimento di qualità attribuito ai vini da tavola. Si tratta di vini ottenuti da uve determinate e provenienti da zone ampie ben definite. È un marchio ricompreso in quello comunitario IGP.



# I prodotti DOP e IGP dell'Emilia-Romagna: nati qui, apprezzati in tutto il mondo

*The PDO and PGI products of Emilia-Romagna: born here, enjoyed worldwide*





# Tipologie: turismo religioso

## Alla ricerca della spiritualità ...

Prassi comune a tutti i fedeli, con il pellegrinaggio si va incontro a Dio, incontro ai propri simili, incontro a sé stessi. Ma il turismo più che comune ad ogni religione è comune anche ad ogni cultura, ad ogni ideologia, ad ogni filosofia.

E' forse per questi motivi che il turismo religioso ha assunto oggi un'importanza forse pari a quella che aveva nelle epoche passate.

Nelle ultime proposte del turismo religioso non sono presenti solo le classiche mete ma anche destinazioni rivisitate dal punto di vista religioso (la Polonia di Papa Wojtyła, la Grecia dei monasteri, ecc.).

La destinazione varia ovviamente da fede a fede, giacché ogni religione attribuisce ai propri luoghi un forte significato identitario.

Se il turismo religioso ha visto nel passato e vede tuttora solitamente come meta un luogo altamente identitario per il fedele di una determinata religione, tuttavia molto spesso la prassi turistica del pellegrinaggio ha avuto ed ha come destinazione anche altri luoghi sostitutivi.

Si riprende il caso del pellegrinaggio medievale per antonomasia, quello in Terra Santa.

Dal IV secolo fino a tutto il trecento vi sono numerose testimonianze di pellegrini che intrapresero il viaggio verso Gerusalemme pur consci della pericolosità e dell'incertezza che li aspettavano. Dal '400 in avanti, in seguito da una parte all'affermarsi del dominio turco in Medio Oriente e dall'altra alla crescente instabilità politica in Europa, il numero dei pellegrini diminuì drasticamente. Fu allora che iniziarono ad affermarsi in Europa destinazioni sostitutive di Gerusalemme (Monti Sacri in Piemonte e Lombardia).

Non solo il pellegrino cristiano della controriforma effettuava turismo religioso "virtuale" ma anche ai giorni nostri si hanno chiari esempi di trasposizioni di siti religiosi lontani in ambienti quotidiani. Si pensi ai numerosi presepi, alla via crucis, alle grotte di Lourdes, alle quali i pellegrini si recano con la stessa devozione che avrebbero se se si recassero laddove l'episodio ha veramente avuto luogo.

Tuttavia non solo l'esperienza religiosa si nutre di turismo virtuale, ma in tanti altri casi la riproduzione di un sito d'interesse turistico può causare concorrenza all'originale (Venezia a Las Vegas!).

La visita virtuale di un sito può essere talmente efficace nel turista – o post turista – da far ritenere l'esperienza totalmente sostitutiva della visita diretta. Turismo virtuale lo hanno fatto i lettori dei libri di viaggio di tutte le epoche, fantasticando su terre e mari lontani, non solo reali ma talvolta anche immaginari, tenendo semplicemente un libro in mano.

Mappamondo medioevale del  
**Beato del Burgo de Osma**,  
1086, (Burgo de Osma,  
Museo Catedralicio y  
Diocesano)



### ***Peregrinatio in stabilitate***

Era la forma di  
combinare lo “stare  
fisico” con il “pellegrinare  
mentale”. Non bisognava  
più andare in pellegrinaggio,  
bastava seguire il cammino della  
perfezione monastica, nel chiuso del monastero.



# Turismo religioso: il pellegrinaggio

<https://www.pilgrim.es/it/cammini/>

El 'Camino de Santiago'



## SEGNALI PER SANTIAGO





# I cammini per Santiago de Compostela





# La Via Francigena (Canterbury-Gerusalemme)

La Via Francigena è un antico tracciato di pellegrinaggio che conduce dall'Europa Nord-Occidentale (la terra dei Franchi) a Roma e poi verso Santa Maria di Leuca in direzione Gerusalemme.

Al contrario di quanto si potrebbe credere, storicamente non era costituita da un unico itinerario ma da un insieme di percorsi e sentieri che nel complesso formavano un sistema viario verso Roma.

Il percorso attuale parte dall'Inghilterra e attraversa la Francia, la Svizzera e l'Italia, sino al cuore della cristianità e alla tomba di Pietro, per continuare poi verso i porti d'imbarco della Puglia.

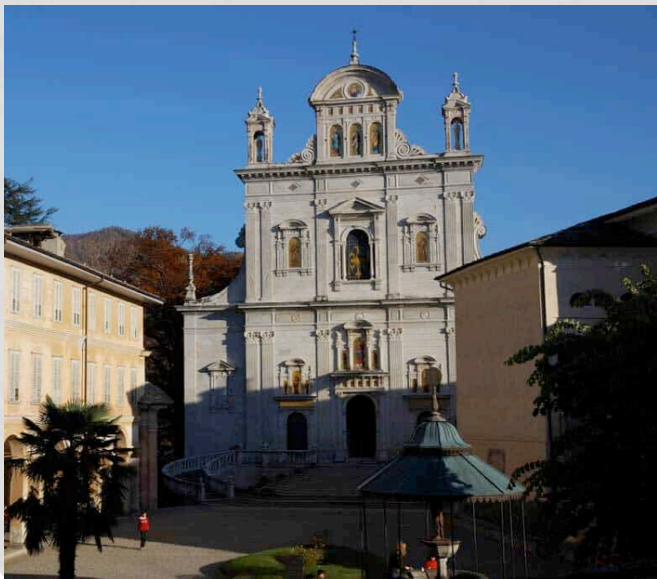
A partire dal 1994, la Francigena è stata dichiarata "Itinerario culturale del Consiglio d'Europa", assumendo così un "itinerario fisso" e, al pari del cammino di Santiago, la dimensione sovranazionale che ha sempre rappresentato. Dal 2019, il Consiglio d'Europa ha riconosciuto come parte dell'itinerario culturale anche la Francigena del Sud, espandendo il percorso della Francigena a 3.200 km.



# Destinazioni sostitutive: i Sacri Monti

I nove Sacri Monti dell'Italia settentrionale sono gruppi di cappelle e di altri elementi architettonici eretti fra la fine del XV e l'inizio del XVIII secolo, dedicati a vari aspetti della fede cattolica. Varallo, Crea, Orta, Varese, Oropa, Ossuccio, Ghiffa, Domodossola e Valperga nacquero come luoghi di preghiera in Italia come alternativa alla Terra Santa, dove per i pellegrini era sempre più difficile arrivare a causa dell'espansione della cultura islamica, e come risposta alla Riforma Protestante.

Varallo



Ghiffa



Oropa



# Tipologie: turismo terapeutico e culturale

## Alla ricerca dell'alibi... tra salute e cultura

### 1) l'alibi del turismo terapeutico

---

Precursore dell'amata vacanza termale fu sicuramente un personaggio di grande levatura: l'imperatore di Francia Napoleone III.

“Passare le acque” costituiva una pratica salutare consigliabile anche per coloro che non avevano particolari patologie, ma soprattutto si era diffusa una moda che aveva imposto il **soggiorno terapeutico** quale prassi necessaria per distinguersi socialmente.

Le motivazioni terapeutiche si mantennero infatti a lungo come prioritarie anche per la scelta di località turistiche che offrivano condizioni di clima più favorevoli rispetto a quelle di residenza.

Ma andato quasi del tutto fuori moda l'alibi terapeutico, tante località termali e climatiche si sono dovute reinventare sotto la nuova forma di turismo: il turismo del *fitness* o *wellness*.

L'importante è tornare dalle vacanze dimostrando di essersi scaricati da tensioni e problemi, non importa con quale mezzo, basta che appaia il più alternativo possibile: la vacanza tout court non è più sufficientemente d'immagine.



# Trasformazione del turismo termale...

## ... da centri terapeutici

- strutture socio-sanitarie
- termalismo sociale
- valenza terapeutica
- prestazioni sanitarie
- termalismo assistito
- riabilitativo
- politiche sanitarie



## ... a luoghi di svago

- strutture ludico-ricreative
- centri benessere
- valenza turistica
- servizi accessori
- termalismo libero
- fitness e wellness
- politiche turistiche



# Tipologie: turismo terapeutico e culturale

## Alla ricerca dell'alibi... tra salute e cultura

### 2) l'alibi del turismo culturale

---

L'aggettivo culturale è oggi il termine che sempre più spesso connota l'esperienza turistica, quasi che sia necessario sottolineare che, se non l'unica, almeno una delle motivazioni che ci hanno spinto ad intraprendere il viaggio sia culturale esiste in effetti una certa reticenza da parte del turista ad ammettere che durante la vacanza ci si è limitati a svagarsi e a riposarsi, quasi che nella nostra società iperattiva svago e riposo costituiscano un peccato.

**Turismo congressuale:** è un turismo improprio nel quale sicuramente la finalità culturale non è secondaria, non ha come motivazione il diporto piuttosto sottolinea l'importanza economica e paesaggistica delle città ospitanti.

Le località di turismo passivo prediligono questo tipo di turismo poiché il livello medio di spesa è il doppio o il triplo quello degli altri turisti e perché esso procura un prestigio pubblicitario notevole.

**Gite scolastiche:** la scuola che non offra nel proprio POF un'ampia rosa di viaggi e visite d'istruzione non è considerata aggiornata né concorrenziale in mezzo alle altre (settimane bianche, vacanza-studio all'estero, partecipazione convegni ed enti sportivi, viaggi in mete anche extra europee, ecc.).

Genitori, alunni vengono favorevolmente attirati da tutte queste attività, la presenza d'insegnanti e presidi da loro una certa autorevolezza, il basso prezzo le rende accessibili a tutti e il loro carattere culturale è assicurato dall'essere organizzato da un istituto scolastico.

# Turismo proprio ed improprio

- **Turismo proprio:** spostamento dal luogo di abituale residenza per diporto o per motivi culturali che dà luogo a uno o più pernottamenti
- **Turismo improprio:** il “fare turismo” per motivi diversi da quelli puramente ricreativi e diportistici
  - Turismo per motivi di salute
    - Termalismo
  - Turismo congressuale
  - Turismo d'affari e di servizio
  - Turismo per motivi familiari
  - Turismo scientifico e di ricerca
    - Turismo di studio
  - Turismo per partecipazione ad eventi
- **Escursionismo\*:** spostamento che non dà luogo a pernottamenti, esaurendosi in un tempo inferiore alla giornata
  - Gita fuoriporta
  - Cicloturismo

\*sinonimi: **Tempo libero/Attività ricreative/Semiloisir**



# Tipologie: turismo congressuale e scolastico

## ... **M.I.C.E. Tourism**

- *meeting, incentive, conference, event*
- turismo improprio
- *bleisure (business + leisure)*
- alto livello di spesa
- Covid e post-Covid...?



## ... **viaggi di istruzione**

- settimana bianca
- settimana verde
- eventi sportivi
- corsi di lingua all'estero
- valenza culturale-didattica
- valenza formativa: socializzazione, *self identity*, automonia, esperienze



## ... M.I.C.E. Tourism

---

L'acronimo **M.I.C.E.** sta per **Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions/Events** (riunioni, incentive tour, conference ed esposizioni o eventi). Si tratta di una particolare forma di turismo, in cui grandi gruppi di persone, pianificati in anticipo, si riuniscono per uno scopo particolare. Il programma è ben pianificato e si può espletare tramite eventi, conferenze, incontri, fiere e varie forme congressuali incentrati intorno a un argomento particolare, come ad esempio l'organizzazione del commercio o un tema di istruzione.

Le destinazioni per eventi MICE sono organizzati in posti speciali, nazioni o città particolarmente atte a questo genere di viaggio con l'obiettivo di ricercare nuovi mercati e di potenziare quelli già avviati promuovendo, sviluppando e personalizzando l'offerta del turismo congressuale del territorio di riferimento.

•**Meetings**: si tratta di riunioni organizzate dalle aziende e rivolte a gruppi che possono oscillare da 10 a 1.000 persone. Questi **incontri professionali** servono a veicolare informazioni a clienti, fornitori o colleghi e si differenziano in base agli obiettivi. Sono esempi di *meeting* i seminari di formazione, i ritiri, le riunioni di un CdA e le conferenze stampa. Questi eventi stimolano il brainstorming, il confronto e il dialogo tra i partecipanti.

•**Incentives**: ovvero **premi utili a stimolare chi abbia raggiunto un obiettivo specifico**. Questo è il caso dei rappresentanti delle vendite, rivenditori, distributori, lavoratori della produzione. Nel settore MICE ci si riferisce soprattutto ai viaggi di incentivazione, uno strumento motivazionale per dipendenti (da premiare) o clienti (da fidelizzare o da promuovere l'acquisto). Questi viaggi durano in media tre giorni e includono soggiorno in hotel e attività pianificate come cene, feste ed intrattenimento.

•**Conferences**: molto simili ai meeting, sono riunioni di persone con centinaia o migliaia di partecipanti che condividono un obiettivo o un interesse comune. Si tratta di dibattiti su una specifica materia, a scopo didattico. Servono a condividere conoscenze e informazioni. Convegni e conferenze possono avere carattere regionale, nazionale o internazionale. Strumento basilare per la formazione dei dipendenti e il successo di un'azienda, le conferenze promuovono l'apprendimento di nuove competenze. Sono strumenti utili per aumentare motivazione e benessere del singolo e, di conseguenza, del gruppo di cui fa parte. I congressi riuniscono in genere un buon numero di professionisti, ciascuno dei quali paga una quota. A differenza dei meeting, poiché sono eventi su grande scala, durano più giorni e implicano un programma sociale.

•**Exhibitions/Events**: fiere o esposizioni, ovvero l'ideale per mettere in mostra nuovi prodotti e servizi offerti. In queste circostanze un'azienda svela la sua faccia migliore ai potenziali clienti, investitori, consumatori e *influencer*. Tutti questi soggetti possono essere invitati all'esibizione oppure pagare un biglietto di ingresso per accedere alle aree dedicate. Appuntamenti di questo tipo rappresentano il biglietto da visita di una società, che ha modo come in nessun'altra occasione di farsi conoscere. Quanto più la sua comunicazione sarà calibrata e i suoi obiettivi illustrati in maniera efficace, tanto più il suo successo sarà assicurato.

# Tipologie: turismo della memoria

## Alla ricerca del passato condiviso, identitario... stereotipato

Un esempio: 1859, Henri Dunant assistendo involontariamente alla battaglia di Solferino fra Franco-Piemontesi e gli Austriaci (la guerra d'Indipendenza) impressionato dal numero ingente di feriti, organizzò squadre di soccorso volontarie che lo ispirarono successivamente per la fondazione della Croce Rossa. Sui luoghi della battaglia sorgono oggi monumenti, sacrari, mete di numerosissimi volontari di società Nazionali di Croce Rossa e Mezzaluna Rossa.

Esempio di turismo della memoria, cioè con il quale il viaggiatore cerca di salire su una macchina del tempo per tornare nel passato ad assistere ad un evento storico importante per svariati motivi (spesso bellico, purtroppo!).

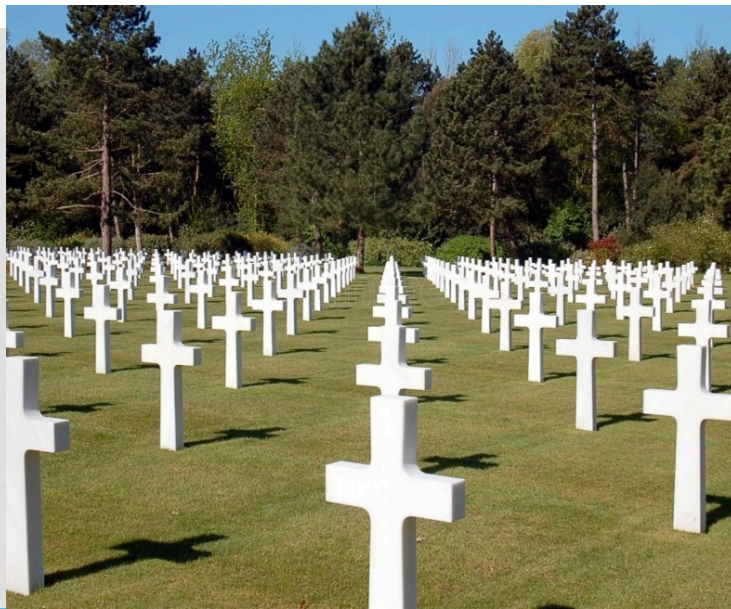
Nell'epoca vicina a noi, il turismo della memoria ha riscosso un successo straordinario le cui cause sono ben esplicitate da Minca (1996) quando legge anche in questo un'ansia prettamente post-moderna per l'autenticità.

Considerato uno dei pochi modi per evadere dalla realtà in buona parte priva di speranza ecco nascere parchi a tema storico, culturali, letterari, etnografici, tutte ricostruzioni, oltre che valorizzazioni, di episodi storici, di stile di vita, di attività del passato (*living history, re-enactment*).

Fino a che punto però esistono epoche storiche dove veramente era preferibile vivere? La domanda implica uno spirito critico capace di analizzare situazione per situazione senza cercare risposte valide per tutti i casi.



Le spiagge dello sbarco in Normandia (Francia)



# Tipologie: turismo della memoria

## Alla ricerca del passato condiviso, identitario... stereotipato

Il risultato molto spesso genera ricostruzioni molto artificiali e a senso unico formando immagini stereotipate di luoghi dove non è più l'autenticità ad emergere ma qualcosa di costruito, di dato per scontato.

Tale processo è sempre stato presente nei viaggiatori di tutte le epoche: i 'grandtouristi' per esempio avevano dell'Italia e degli italiani un'idea preconcepita; l'Italia e la Grecia era stata la culla della civiltà classica ed essa ancora avrebbe dovuto offrirsi come tale nell'immaginario turistico.

Gli **stereotipi geografici** presenti nella nostra mente non sono riscontrabili solo nella ricostruzione del passato ma anche in numerosi altri casi. E' noto che vi sono oggetti geografici con i quali le culture identificano una regione. Analizzando uno qualsiasi di questi stereotipi (Islam = minareto, Australia = canguro, ecc.) noteremo che esso è sempre omnicomprensivo, cioè non ha né spazi né tempi: tutto è uniforme .

**Lo stereotipo è senza spazi:** se l'Italia è uno paese mediterraneo l'italiano è moro e chiososo dalle Alpi alla Sicilia

**Lo stereotipo è senza tempo:** così è, così era e così sarà.



# Immagini turistiche, promozione e stereotipi

Eilean Donan Castle (Scozia)  
meglio conosciuto come il “castello di Highlander”



Castello di Skanderbeg  
Kruja (Albania)





# Immagini turistiche, promozione e stereotipi

Centurioni al Colosseo (Roma)



Traffico al Colosseo (Roma)



# Immagini turistiche, promozione e stereotipi

Spiagge vicino Santiago de Cuba



Una strada di Santiago de Cuba





# Tipologie: turismo esperienziale

## **Alla ricerca di esperienze... fuga dalla quotidianità, dalla routine**

Una motivazione per cui si intraprende un viaggio turistico può essere senz'altro quella di fare nuove esperienze.

Il turista di oggi cerca sempre più frequentemente rispetto al passato una forte esperienza alternativa sia per vivere un'evasione dalla quotidiana routine, sia per differenziarsi all'interno della massa sempre maggiore di persone che praticano turismo.

Sorgono così le modalità di esperienze turistiche alternative più disparate, dalle più accettabili dal punto di vista etico, a quelle al limite della legalità e della moralità, o addirittura illegali.

Talora, per cercare attività alternative, il turista esperienziale si spinge anche a scegliere località rischiose per la sicurezza personale; a volte la destinazione turistica può essere scelta anche in funzione dell'abbondanza o dell'accessibilità di sostanze stupefacenti; o ancora si pensi al turismo sessuale, in particolare Thailandia, le Filippine, Lo Sri Lanka e Brasile dove la maggior parte delle prostitute sono donne, ma cresce il mercato gay e della pedofilia che sfrutta uomini e minori.

Tutte queste tipologie turistiche hanno in comune fra loro il fatto di offrire al turista durante la vacanza un nuovo mondo nel quale vengono messe in discussione le proprie abitudini, il proprio modo di pensare, le proprie sicurezze.



# Tipologie: turismo esperienziale

Rafting

sportivo



Bungee-jumping

adrenalina



Turismo d'avventura

dépaysement fisico



# Tipologie: turismo esperienziale

Il **dépaysement** ('spaesamento'): trovarsi in un mondo "altro", diverso dall'abituale, quello quotidiano e conosciuto.

- Dépaysement fisico
- Dépaysement etico e morale
- Dépaysement sociale

Il viaggio come esperienza di vita:

1. Ampliare le proprie conoscenze del mondo
2. Presa di autocoscienza, di se stessi (limiti, capacità, pregi, *self identity*)
3. Presa di coscienza della propria cultura (confronto, diversità)

# Tipologie: turismo esperienziale e dépaysement

Gioco d'azzardo

Las Vegas



Black o dark tourism

Cernbyl



Turismo sessuale





Grazie per l'attenzione