

Laura Bonato e Sandra Degli Esposti Elisi
a cura di

Fuori rotta: nuove pratiche del viaggiare

Laura Bonato e Sandra Degli Esposti Elisi (a cura di)
Fuori rotta: nuove pratiche del viaggiare

© 2016 Meti Edizioni
via Chambery, 36 - 10141 Torino (TO)
info@metiedizioni.it - www.metiedizioni.it

ISBN 978-88-6484-025-3
Prima edizione: dicembre 2016

Ristampa	Anno
5 4 3 2 1 0	2020 2019 2018 2017 2016

CREDITI FOTOGRAFICI

Le immagini, dove non diversamente specificato, sono realizzate dagli autori.

In copertina: fotografia di Sandra Degli Esposti Elisi (Colonia del Sacramento - Uruguay, 13 aprile 2012).

TUTTI I DIRITTI RISERVATI

È vietata la traduzione, la memorizzazione elettronica, la riproduzione,
anche parziale, con qualsiasi mezzo, compresa la fotocopia, anche ad
uso interno o didattico senza il consenso scritto dell'Editore.

L'illecito sarà penalmente perseguibile a norma dell'art. 171 della
Legge n. 633 del 22/04/1941

INDICE

- 5 Introduzione. In viaggio fuori rotta
 di *Sandra Degli Esposti Elisi*
- 15 Il turismo sociale
 di *Sandra Degli Esposti Elisi*
- 33 Alle radici del viaggio: il turismo genealogico
 di *Ivana Vacca*
- 47 Il “turismo sanitario”: ultima frontiera della salute “supermarket” o opportunità per una scelta consapevole?
 di *Mirco Peccenini*
- 61 Il termalismo: turismo sulle Alpi
 di *Maria Teresa Mara Francese*
- 77 A piacere del gentil sesso: racconti di preda-viaggiatrici
 di *Alessia Verri*
- 97 “Luoghi tolleranti” per un mercato in crescita: i viaggi LGBT
 di *Pasquale Iacobone*
- 119 Turismo alieno
 di *Paolo Toselli*
- 151 Il turismo antartico: minaccia o risorsa?
 di *Lia Zola*
- 163 Dal cinema al cineturismo: esperire e ri-attualizzare l’immaginario filmico
 di *Teresa Biondi*
- 187 *It’s only rock ’n’ roll (but I like it)*: controcultura, musica, viaggi
 di *Laura Bonato*
- 207 Gli autori

INTRODUZIONE

In viaggio fuori rotta

di *Sandra Degli Esposti Elisi*

Nel 1837 Alexander Kinglake presentava l'inevitabilità di un mondo industrializzato, meccanicizzato, su ruote, l'immanenza del mondo unico, della terra unica. Noi non possiamo sfuggire a quella civiltà globale che è stata creata da generazioni di viaggiatori, esploratori, signore e signori dalla curiosità elegante, mercanti e migratori. Nasce dal viaggiare, da generazioni di viaggi, quella cultura globale che ora è saldata da sistemi internazionali di trasporti, produzione, distribuzione, comunicazione, distruzione. E questo mondo, per ora, non possiamo lasciarlo (Leed E., 1992, *La mente del viaggiatore*, Bologna, il Mulino, p. 347).

Secondo il dizionario della lingua italiana Devoto-Oli (1995) il *viaggio*, oltre ad indicare in senso più generale un trasferimento di luogo, in senso più specifico è un "giro" attraverso luoghi o paesi diversi dal proprio, con soste e permanenze più o meno lunghe, allo scopo di conoscere, istruirsi, sviluppare o consolidare rapporti, divertirsi; *viaggio* può poi avere il significato metaforico di «itinerario ideale, immaginario o mitico». Da tale significazione il termine ha spaziato in un terreno di metafore di provenienza globale, un giardino di simboli, con cui si esprimono transizioni e trasformazioni di ogni genere: dal significato della morte alla struttura della vita, passando attraverso i riti d'iniziazione. Il viaggio è una risorsa importante nella spiegazione di transizioni non spaziali, così utile per visualizzare sequenze temporali e sociali perché evidentemente è un agente e un modello di trasformazione, un'esperienza di mutamento continuo, familiare a tutti gli esseri umani, rappresenta, quindi, una fonte di riferimenti continui (Leed, 1992). Il viaggio agisce come forza attiva che muta il corso della storia umana: il semplice spostamento nello spazio influenza gli individui, plasma i gruppi sociali e modifica la cultura, intesa come durature strutture di significato. Il viaggio ha agito e continua ad agire come forza che trasforma le personalità individuali, le mentalità e i rapporti sociali, partendo dalle alterazioni dell'identità personale, che vengono tradizionalmente considerate effetto del viaggio, si arriva a dimostrare l'importanza fondamentale di quest'ultimo come attività creatrice di una condizione "umana".

Per gli antichi il viaggio aveva valore in quanto spiegava il fato umano e la necessità, rivelava quelle forze che sostenevano o plasmavano, alteravano o governavano la sorte degli uomini ed era visto come una sofferenza, decretata dagli dei ed intensificatrice delle gesta della potenza maschile. I moderni, invece, lo hanno esaltato come manifestazione di libertà, come fuga dalla necessità e dallo scopo e come un piacere e un mezzo per ottenerlo; il viaggio porta alla scoperta, permette di accedere a qualcosa di nuovo, originale e inatteso (Leed, 1992).

In generale, nelle tradizioni culturali dell'Occidente, il viaggio è un paradigma dell'esperienza "autentica" e "diretta", intesa come passaggio attraverso una forma d'azione che misura le dimensioni e la natura della persona che la intraprende. È proprio secondo questo punto di vista che coincide la concezione più generale e antica degli effetti del viaggio sul viaggiatore, modificazioni filtrate attraverso trasformazioni che logorano, spogliano e consumano, ma che poi producono conoscenza. La caratterizzazione di esso come prova, come perdita che rappresenta un'acquisizione di statura e certezza di sé, rivela qualcosa che già appartiene alla personalità del viaggiatore, perciò le trasformazioni del viaggio rappresentano una specie di "identificazione", attraverso un contesto d'azione, che non aggiunge nulla alla condizione del movimento se non la coscienza di una forma e di un'individualità irriducibili. L'identità del viaggiatore si impoverisce riducendosi ai suoi elementi essenziali, che divengono visibili, e le fatiche e le sofferenze rimangono "causa" e "misura" di quanto il viaggiatore viene segnato e messo alla prova dall'esperienza: ciò che dà valore al viaggio è la paura di essere lontani dal proprio paese, l'ansia di fronte ad una prova inconsueta, che ci riporta a noi stessi e la perdita di sicurezza implicita in esso, ma proprio tutto questo rappresenta anche un accrescersi di disponibilità e sensibilità verso il mondo.

Nel corso della storia si è assistito ad una transizione da un viaggio visto soprattutto come esplicazione della necessità a quello come esperienza di libertà e conquista di autonomia.

Il viaggio eroico ha cambiato di valore, è divenuto un'occasione liberamente scelta per dimostrare un'identità normativa, caratterizzata dalla libertà, dalla manifestazione e della scoperta del proprio io. Con l'epoca moderna ne è poi nata una nuova specie, quello di scoperta, in seguito alla spedizione scientifica, ed infine gli spostamenti di turisti curiosi, che annotano ciò che vedono. L'esaltazione, poi, come dimostrazione di libertà e mezzo per raggiungere l'autonomia diviene il *topos* moderno, l'indeterminatezza del vagabondaggio si trasforma nella fonte di quella libertà che gli dà valore. I caratteri salienti della concezione moderna del viaggio sono quindi la volontarietà della partenza, la libertà implicita nelle indeterminatezze della mobilità, il piacere liberato dalla necessità, l'idea che esso significhi autonomia, indipendenza dal contesto.

Costruirne una storia e la sua conseguente visione della società, basata sul presupposto della mobilità, ci potrebbe aiutare a comprendere il nostro presente in maniera più completa e permettere di vedere aspetti della modernità come caratteristiche delle società plasmate proprio dalla mobilità e riscontrabili nelle società viaggianti: l'individualità, l'alterità, le delimitazioni spaziali per mezzo di confini, la separabilità delle persone dalle strutture sociali, la centralità delle comunicazioni e dei mercati, i rapporti sociali tra estranei.

La storia del viaggio mostra che nel contesto dei contatti tra civiltà, che si perpetuano nei mercati, nelle economie, nelle strutture delle relazioni civili e nei regimi transnazionali, si sviluppa una crescente coscienza delle differenze che esistono tra gli uomini. Le identità etniche, come quelle personali, sembrano riformularsi attraverso le mediazioni verso un mondo *altro*, sorto da processi di rispecchiamento e riconoscimento reciproci. Il viaggio, quindi, modifica i viaggiatori, cristallizza un'immagine di

sé, costringe ad un esame dei propri costumi e dei propri presupposti culturali, mettendo in evidenza dati culturali caratteristici e profondamente radicati, che vengono proiettati all'esterno sullo schermo del mondo con cui si entra in contatto e che ci costringono ad ulteriori riflessioni.

Gli spostamenti da un luogo ad un altro sono variabili di fondo nel discorso più ampio sul turismo, come oggetto di studio di esperti della comunicazione, di sociologi, di storici e ultimi degli antropologi. È anche fenomeno di contatto interculturale, è mescolanza, ibridazione, rapporto tra localismo e globalizzazione, incontro tra individui differenti tra loro, conflitto tra norme culturali, conoscenza dell'alterità o noncuranza dell'altro. Afferma ancora Leed: «Il turismo è servito come laboratorio per sperimentare nuovi stili di vita o forme di consumo: scoprire il corpo, migliorare l'arte di sognare a occhi aperti, esplorare le possibilità dell'edonismo, definire la famiglia moderna, vivere in modo naturale o perfezionare l'arte dell'autoriflessione. In questa ottica la storia delle vacanze presuppone un costante processo di apprendimento e una crescente quantità di ausili per raggiungere qualsiasi meta il turista voglia esplorare: guide turistiche e *tour operator*, manuali e suggerimenti per i viaggiatori, consigli su come fare la valigia, cosa indossare, come comportarsi con le persone del luogo o con gli altri visitatori, come selezionare i panorami e come comprendere l'etichetta che i turisti sono tenuti a rispettare» (1992, p. 282).

Noi viviamo all'interno di una società globale di viaggiatori; è questa una realtà e non una metafora, permea le nostre identità e i nostri rapporti. Viaggiare ora è un fatto di *routine*, ordinario come salire in macchina e percorrere strade e luoghi usuali. Il turismo, con tutti i suoi servizi collaterali – le automobili, gli aerei, gli alberghi, le attività promozionali – è da alcuni decenni una delle prime industrie maggiormente redditizie del mondo: turismo è trasformare in merce tutto il mondo, dal quotidiano ai paesaggi esotici, a quelli rari, alle risorse naturali. Turismo è, quindi, muoversi per il mondo e anche riuscire a capire quanto il mondo «si è mosso senza che ce ne accorgessimo» (Leed, 1992, p. 347).

Nei saggi che questo volume presenta è possibile allora cogliere i mutamenti nella scelta dei luoghi di destinazione e, soprattutto, i diversi usi che di questi luoghi gli individui, i turisti, fanno, in un intreccio continuo di mete reali e virtuali che interagiscono nel quotidiano, spesso alla ricerca di destinazioni che soddisfino desideri, ambizioni, necessità e colmino lo stupore di fronte ad un paesaggio o lo spaesamento di fronte alla diversità.

Sandra Degli Esposti Elisi affronta i cambiamenti tuttora in atto sul fronte del turismo sociale. Negli ultimi decenni, nel tentativo di adeguarlo ai tempi, è emersa la proposta di cambiare il nome turismo sociale in “turismo per tutti”: questo però mette a confronto un cambio non del tutto soddisfacente, perché il turismo non è solo per tutti ma anche “di tutti” e “con tutti”, come è stato più volte affermato in occasione di importanti convegni negli ultimi venti anni. È in questa ottica, allora, che si può evidenziarne una nuova definizione: «Il turismo sociale promuove l'accesso del maggior numero di persone alla vacanza, senza distinzioni di età, appartenenza culturale, disponibilità economica e capacità di fiducia. Fondato sui valori della socializzazione,

della crescita della persona e del rispetto dell'ambiente è fattore di coesione sociale e di arricchimento culturale. [...] è un turismo mirato soprattutto all'approfondimento delle relazioni umane, al bisogno di socializzare, all'arricchimento culturale attraverso la promozione delle risorse del territorio» (Tonini N., 2007, *Viaggio attorno al turismo sociale, sostenibile e solidale*, Milano, FrancoAngeli, p. 9).

I destinatari sono stati identificati nelle categorie più deboli della nostra società: in particolare gli anziani (turismo per la terza età, teso a migliorare la loro qualità della vita), le persone con mobilità ridotta, che hanno necessità di servizi specifici e di assistenza, e i giovani, ai quali offrire vacanze sicure e accessibili, scambi culturali, eventi multiculturali, impegni sociali, ambientali e di formazione consentendo anche una riduzione dei costi.

Si è venuto così a delineare un nuovo paradigma «fondato sul passaggio strategico da una concezione dello sviluppo del turismo di tipo quantitativo ad una visione del turismo dello sviluppo essenzialmente di tipo qualitativo» (Sangalli F., *Organizzare il turismo sociale*, Milano, Franco Angeli, 2005, p. 8) che rende necessario porre anche in discussione le aspettative e le percezioni di quanti sono coinvolti nella sua produzione ed erogazione, oltre che di prestare particolare attenzione alla formazione degli operatori che lavorano sul campo, in quanto mediatori delle percezioni degli utenti finali. In questo nuovo contesto, oltre alla creazione di *standard* di qualità, è importante l'attenzione alla dimensione relazionale, intesa come rapporto costruttivo tra tutti coloro che interagiscono nella realizzazione dei progetti e dei percorsi in atto, nel rapporto tra utenti, utenti e operatori, col territorio e la comunità ospitante.

La ricerca che viene presentata, la prima in ambito nazionale, ha come obiettivo quello di facilitare il processo di integrazione delle numerose persone migranti attraverso percorsi formativi che favoriscano la conoscenza approfondita del territorio e della popolazione ivi residente, permettendo loro di scoprire opportunità lavorative, incrementando il rispetto e l'attenzione per la salvaguardia dell'ambiente e del patrimonio culturale e allo stesso tempo anche la partecipazione alla vita sociale, economica e politica delle comunità locali.

Ivana Vacca affronta il tema del viaggio nei luoghi della memoria che sono sempre più spesso valorizzati, in modo da permettere e sviluppare l'arrivo di turisti; in particolare la rivisitazione dei luoghi riguardanti gli eventi bellici, soprattutto della seconda guerra mondiale, in quanto la memoria e il senso dell'onore legati alla guerra costituiscono un importante fattore di attrazione turistica, come i campi di battaglia, i monumenti e i cimiteri militari. Oltre a numerosi enti pubblici, diverse agenzie private si dedicano sempre più intensamente all'organizzazione di programmi turistici in questo settore. In Italia il fenomeno della nascita di agenzie specializzate in turismo della memoria è molto più recente: "Sulle orme della storia" si dichiara il primo *tour operator* italiano qualificato nel turismo storico ed è stato fondato solo nel 2009. I siti disponibili sono moltissimi e, come per le compagnie inglesi, vanno, in questo ambito, dal periodo medievale ai conflitti più recenti.

La stessa autrice ricorda anche che il turismo culturale rivolto al passato può riguardare la visita di luoghi simbolici e considerati particolarmente importanti nella

storia di un'intera comunità o di una nazione, ma anche siti riguardanti il passato di una singola famiglia o individuo. È questo un tipo di turismo ancora molto recente e poco studiato denominato turismo genealogico (*ancestry tourism*), il quale fa leva su una forte componente emozionale e sul desiderio di scoprire e conoscere la storia e la terra d'origine dei propri antenati e dei loro discendenti: più di una semplice vacanza organizzata si tratta di una sorta di ricerca investigativa sul proprio passato seguendo le tracce della propria memoria familiare. Il viaggio diventa perciò un mezzo per scoprire la propria storia, cercare oggetti appartenuti ai propri antenati, vecchi documenti o fotografie, e capire quali circostanze storiche e sociali li hanno spinti a trasferirsi in un altro paese dove cominciare una nuova vita.

Mirco Peccenini mette in luce le complesse variabili che oggi portano a viaggiare fisicamente e/o mediaticamente alla ricerca di risposte in ambito di cura. Indaga le motivazioni che portano le persone a spostarsi in altri paesi (europei e non) per curarsi, o a ricercare servizi a pagamento, a fronte di consigli che non arrivano dagli attori tradizionali (medici, specialisti, personale sanitario) per avere una risposta al proprio problema di salute. Il *turismo sanitario* è un fenomeno che assume contorni nuovi: se la migrazione per periodi limitati nel tempo poteva avere in passato connotazioni interne (quella di numerosi utenti che ancora avviene dal mezzogiorno verso gli ospedali e i centri di cura del nord Italia), oggi assume connotati di internazionalità e apre problematiche nuove, da affrontare con provvedimenti regolativi a livello comunitario europeo e nazionale.

Gli individui che usufruiscono oggi dei servizi, sia di tipo sociosanitario classico, sia informativo e telematico, mostrano un evidente scarto rispetto all'utente medio del passato. Una dettagliata letteratura ha mostrato come durante gli ultimi decenni diversi cambiamenti socioeconomici e sociali abbiano profondamente mutato l'atteggiamento dell'*italiano medio* nei confronti della propria salute. La salute non si è dunque caricata solo delle istanze portate dai professionisti della sanità, delle tecnologie di avanguardia sul piano terapeutico e diagnostico, ma anche di molte delle conoscenze che appartengono ad una tradizione popolare e di vita familiare; di nuovi saperi ecologisti, o miranti all'aspetto più sociale della cura ed infine (ma non ultimi) di natura culturale e comunicativa. Tutto questo perché la salute viene oggi percepita come un costruito culturale e sociale complesso, risente delle principali patologie e causa di malattia di un determinato periodo storico; delle condotte di vita del cittadino, delle grandi retoriche internazionali, della necessità di poter raccontare ad un mondo interessato, le narrazioni del proprio percorso di malattia, di guarigione e di condivisione, prima celati nell'ambiente domestico. Rimane, tuttavia, anche un costruito sociale ancora fortemente influenzato dai mezzi di comunicazione di massa, dal loro ruolo pervasivo, con la differenza che i social-media di oggi, con cui i media per forza di cose incrociano la loro strada, sono sempre più costruiti dal basso.

Mara Francese indica una forma di turismo sanitario, il turismo termale, che usufruisce di acque di sorgenti, vapori e fanghi che possiedono proprietà curative. Il termalismo è un settore ricco di sfaccettature che nel corso degli anni ha cambiato la propria posizione oscillando dall'ambito del Servizio Sanitario Nazionale a quello delle attività

turistiche. Agenzie virtuali e siti *web* offrono ed organizzano trattamenti medici ed estetici all'interno di un pacchetto turistico nella città ospitante, tanto che, in questi ultimi anni, si è sviluppato il settore del benessere, fondato su applicazioni che non si servano di acque necessariamente termali. Molti nuovi centri benessere e numerose SPA (*salus per aquam*: salute attraverso l'acqua) situate all'interno di palestre o grandi hotel, sono la risposta alla crescente domanda di *wellfare*. La presenza di un forte aumento di clientela ha sviluppato una linea interna agli stabilimenti che si identifica come *benessere in ambiente termale*, in contrapposizione al *benessere termale* con cui si intende tutta l'offerta degli stabilimenti comprensiva delle cure e dei trattamenti praticati rispondendo alla necessità di sfruttare appieno le proprietà terapeutiche che l'acqua racchiude: oggi un centro termale è un presidio medico a tutti gli effetti e gran parte dell'efficacia delle cure è legata all'ambiente in cui vengono effettuate.

Programmi televisivi, articoli di giornali, servizi radiofonici, già dagli anni Ottanta del secolo scorso hanno indagato il fenomeno del turismo sessuale: un fenomeno molto diffuso, ci ricorda Alessia Verri, soprattutto legato a individui di alcune classi sociali e particolari fasce d'età. Tailandia, Indonesia, Cuba e molti Paesi del sud del mondo condividono la triste realtà del turismo sessuale. Maschi che pagano o, meglio, offrono spesso doni a donne più giovani. Ma avviene pure il contrario: donne che per svariati motivi si recano lì dove la conquista è facile. È questo un aspetto della società contemporanea del quale si parla molto poco, per pregiudizi o tabù; è stato però dimostrato che il turismo sessuale femminile è un fenomeno tangibile e in evoluzione, che sovverte e inverte i ruoli stereotipati degli attori di quello maschile. Nel turismo sessuale femminile, meglio conosciuto come turismo romantico, la donna non è più *vittima* ma *carnefice* e l'uomo (spesso giovane e dotato di grande sensualità) diviene oggetto e strumento nelle mani delle signore. È sempre importante ricordare che il turismo sessuale deve essere considerato come un *continuum* che pone ad un estremo la consensualità tra chi chiede e chi offre una prestazione di tipo sessuale e, a quello opposto, l'adescamento, lo sfruttamento, la violenza e la schiavitù da parte di alcuni nei confronti di altri più fragili o addirittura minori. La libertà di esplorare e viaggiare che la donna ha acquisito nel tempo ha fatto sì che fosse molto più soggetta a incontri con l'altro sesso nei luoghi di vacanza: da qui nasce quello che, come vedremo, successivamente è definito turismo sessuale femminile. Le ricercatrici citate sostengono che i rapporti sessuali tra donne occidentali e giovani uomini locali di paesi poveri sia un campo nel quale è possibile analizzare nuovi comportamenti di genere, superando i confini di quelli che sono i requisiti fondamentali della femminilità.

Alessia Verri riporta studi di autrici che mettono in luce la differenza sostanziale che esiste tra il turismo sessuale, basato sul potere e la dominazione maschile, e nel quale la donna è parte passiva dell'evento, e turismo romantico, che offre un cambio di prospettiva e fa sperimentare nuove identità di genere, e nel quale la donna diviene il soggetto che domina. Le differenze sostanziali, quindi, tra turismo sessuale femminile e maschile sono qualificabili in termini di scala: potere, effetti, conseguenze e significati determinati dalle diverse posizioni che gli attori sociali occupano all'interno della gerarchia dei sessi.

Pasquale Iacobone analizza il tema del turismo arcobaleno, che risulta un fenomeno di stampo soprattutto urbano con attività di coordinamento e promozione che riguardano principalmente alcune grandi città italiane (Milano, Roma e Torino), dove le strutture ricettive e di intrattenimento sono anche impegnate sul piano dei diritti LGBT e sulla promozione del territorio come attrattiva del turismo arcobaleno. L'Italia, dopo aver rappresentato storicamente un'avanguardia per il turismo omosessuale, oggi non lo sta valorizzando a pieno; allo stesso modo, la ricettività verso un turismo che, sotto un profilo commerciale, appare essere particolarmente vantaggioso, non è sempre adeguata alla richiesta. Quelle che noi definiamo città arcobaleno sono destinazioni turistiche che si occupano sostanzialmente della promozione e valorizzazione di una geografia *queer*, ripensando a se stesse come luoghi di cultura, *loisir* (tempo libero) e benessere sociale, non dimenticando il valore societario e culturale che consegue alle scelte di apertura e tolleranza.

Paolo Toselli ci conduce invece in viaggio attraverso la motivazione che induce ad intraprendere percorsi di centinaia o anche migliaia di chilometri per visitare di persona i luoghi, i manufatti e i reperti che si ritengono collegati a civiltà extraterrestri: il sentimento del contatto fisico con l'*altrove*. Ma gli spazi deputati, montagne, deserti o centri urbani, sono molti e sovente distanti tra loro; la loro particolarità è data dal fatto che ovunque si guardi c'è qualcosa che ha a che fare con UFO e alieni: cartelli di ogni genere, *murales*, statue in gesso e *souvenir* per tutti i gusti. Toselli racconta come tutto abbia avuto inizio durante la seconda guerra mondiale, quando alcuni militari di stanza a Wycliffe Well registrarono i resoconti delle misteriose apparizioni notturne in un vecchio libro, poi messo a disposizione di tutti sul bancone del ristorante. Ma nel 1990 sarebbe scomparso, forse rubato. Da allora un nuovo diario viene aggiornato con gli avvistamenti dei presunti UFO. È molto divertente sfogliare gli elenchi degli avvistamenti rivendicati pieni di dettagli.

I "credenti" decidono di impiegare le loro vacanze per recarsi in questi luoghi perché sperano di scoprire ciò che magari a qualcun altro è sfuggito o perché cercano di avere un contatto diretto con gli alieni, anche se la loro esistenza non è stata accertata, o se la comunità scientifica propone numerose spiegazioni alternative a questi fenomeni. Il "richiamo" del mistero per questi turisti non convenzionali è molto forte: l'irrazionale permette di sfuggire ai principi della quotidianità, anche se poi, concluso il viaggio e rientrati a casa propria, bisogna convivere con la "vera" realtà, senza però perdere la speranza in qualcosa di diverso.

A proposito di nuove terre da esplorare, Lia Zola ci presenta l'Antartide, una terra unica da un punto di vista sia fisico sia politico, che da sempre suscita una forte suggestione nell'immaginario collettivo per la sua collocazione, per la natura selvaggia e incontaminata. È un mondo a parte, che differisce dal resto dei territori conosciuti grazie ai suoi primati: è il più freddo, il più ventoso, il più ostile, il più lontano; allo stesso tempo è anche una terra di incredibile bellezza, che nel corso degli anni ha attirato esploratori, avventurieri, scienziati e, infine, turisti. Zola prenderà in esame l'impatto turistico nel continente antartico, cercando di individuare i nodi maggiormente significativi del dibattito sul turismo polare. In tempi recenti l'Antartide è

diventata l'ultima, estrema frontiera del turismo internazionale, proponendosi come meta preferita per i viaggiatori più temerari, dopo essere stata per decenni terra ambita da avventurieri, esploratori e studiosi. Il suo sviluppo è stato reso possibile da una serie di eventi, come le miglione apportare all'accessibilità al territorio e un interesse sempre più in crescita verso il turismo d'avventura, qui favorito dalla peculiarità dell'ambiente con i suoi paesaggi mozzafiato e la sua natura selvaggia, da una grande varietà di animali marini e di basi scientifiche. La sua nascita è stata precoce: già nel lontano 1910 in Nuova Zelanda vennero pubblicate su un giornale locale notizie di un viaggio organizzato dall'agenzia Thomas Cook. Alcuni studi contemporanei però hanno evidenziato che può esistere una connessione tra la presenza umana e la modificazione dell'ambiente in Antartide: alcune ricerche condotte da biologi sulle malattie della fauna selvatica antartica hanno identificato una serie di potenziali malattie portate dai turisti e quindi la prima preoccupazione è che gli esseri umani possano trasmettere agenti patogeni alle specie autoctone.

L'attenzione per l'ambiente ha portato alla valutazione dell'idea di sostenibilità che oggi ha quasi compiuto 40 anni: la sua nascita viene fatta coincidere con il Meeting dell'International Union of the Conservation of Nature del 1969. Il concetto fu elaborato appositamente per suggerire che era possibile coniugare sviluppo economico e industriale senza necessariamente procurare danni all'ambiente. A tal proposito è rimasta celebre la definizione di sviluppo sostenibile elaborata da Gro Harlem Brundtland, presidente della World Commission on Environment and Development: «lo sviluppo sostenibile è lo sviluppo che incontra i bisogni del presente senza compromettere l'abilità delle generazioni future di incontrare i loro bisogni» (Borowy I., 2014, *Defining Sustainable Development: the World Commission on Environment and Development (Brundtland Commission)*, Milton Park, Earthscan/Routledge).

La definizione di sviluppo sostenibile così formulata coglie appieno due punti fondamentali: il problema del degrado ambientale, che spesso si accompagna alla crescita economica, e il bisogno di alleviare il problema della povertà. Da allora sostenibilità e sviluppo sostenibile sono diventati concetti celebri che hanno posto il loro fondamento su tre dimensioni e sulla loro interazione: ambientale, sociale ed economica, con l'obiettivo di produrre di più, distribuire in modo più giusto e preservare il futuro. Nel corso del tempo queste si sono rivelate interessanti ma nella realtà poco praticabili: cercare di indirizzarle verso un futuro sostenibile spesso ha dato origine al dilemma che siano a volte incompatibili tra loro: non sempre, infatti, un'azione orientata alla sostenibilità ambientale riesce ad interagire con una economica o sociale e viceversa e, per quanto lodabili da un punto di vista ecologico, sul lungo periodo, possono non essere percorribili.

Non ci si dovrebbe illudere di vivere in un mondo in cui molti processi ecologici non sono portati avanti, numerose specie sono minacciate dall'estinzione, interi ecosistemi sono a rischio, il cambiamento climatico sta diventando la minaccia più concreta per la nostra vita. La stabilità del mondo come ecosistema è stata maggiormente minata dall'attività umana nelle ultime centinaia di anni che in tutte quelle precedenti, e tra le attività umane che più hanno inciso in tempi recenti il turismo è presente, anche

se culturale, anche se apparentemente rispettoso dei luoghi, delle attività locali e della vita delle persone che si incontrano. Queste problematiche, che già erano importanti alcuni decenni addietro, ancora oggi costituiscono un nodo irrisolto anche nelle variabili che intervengono negli studi sul turismo.

Teresa Biondi ci introduce al fenomeno del cineturismo inteso nelle sue competenze di *marketing* finalizzate alla promozione del territorio e della cultura locale da parte delle istituzioni che intendono sfruttarne l'ampio e variegato indotto economico e d'immagine. Da ciò sono state sviluppate differenti pratiche di *location placement*, ossia l'inserimento di immagini di territorio e luoghi particolari nella scena filmica alla stregua di quella di un marchio (*product placement*). Un turismo che in passato riguardava ancora solo delle nicchie – come ad esempio quello cominciato a partire dal dopoguerra con i film della Hollywood sul Tevere –, successivamente concentrato sul supporto alle produzioni e distribuzione di film contemporanei che devono garantire il continuo sviluppo di questo nuovo settore turistico, ormai divenuto fenomeno di massa. Dalla letteratura presa in esame dall'autrice emerge la complessità del panorama che definisce la pratica del cineturismo: possiamo definire come cineturista chi acquista un prodotto turistico a seguito della visione di un film o di altro prodotto audiovisivo che lo ha indotto a scegliere di visitare i luoghi visti durante l'atto della fruizione. Sono differenti i modi di intenderlo e attuarlo, così come sono differenti i meccanismi che inducono i singoli spettatori a divenire cineturisti: è un fenomeno complesso dal punto di vista delle percezioni, delle motivazioni e degli stimoli che inducono lo spettatore al desiderio del viaggio e alla pratica turistica vera e propria. Il cineturista intende strappare all'immaginario filmico una parte del suo ricco apparato di rappresentazioni per riportarlo nella vita reale, partendo da una nuova ricerca emozionale che muove da quella indotta dal film e che una volta realizzata diviene fonte di altre e nuove emozioni.

Ripercorrendo sinteticamente la storia dei grandi raduni della musica *rock*, dagli anni Sessanta del secolo scorso, per approdare ai festival, *tour* e altre manifestazioni contemporanei, Laura Bonato riflette sulla rilevanza antropologica e turistica che negli ultimi decenni hanno assunto gli eventi musicali. Sono infatti capaci di promuovere un'immagine positiva della località che li ospita, determinando un forte impatto sul territorio in termini di crescita delle infrastrutture, delle strutture alberghiere e ricettive, del sistema di trasporti e dell'occupazione locale, rappresentando così un'importante opportunità per attrarre investimenti.