

Appunti di Geografia del Turismo (1° parte)

di Giuseppe Bettoni

L'obiettivo di questo corso è quello di spiegare come mai a partire da una certa fase storica (tipicamente dalla rivoluzione industriale) si sono cominciati ad avere dei flussi turistici veri e propri, in particolare perché i turisti hanno cominciato a frequentare certi luoghi piuttosto di altri. Perché i turisti hanno creato dei luoghi dando prova di non accontentarsi di quelli esistenti?

I flussi turistici non hanno mai conosciuto una direzione prevedibile, scontata, basata su quelle che vengono chiamate delle "evidenze geografiche" (mare, montagna, laghi).

I primi viaggiatori, se da una parte hanno aperto delle vie in seguito intraprese dal turismo, non hanno però mai creato dei luoghi: il turismo sì.

Questo corso cerca di rispondere a queste domande e di comprendere la diversità di "occupazione" del territorio da parte dei flussi turistici.

L'elemento da cui partiamo è questa capacità del turismo di creare dei luoghi, così come altre attività economiche che sono commercio o industria.

Se molto probabilmente il fatto di creare dei luoghi "nuovi" ha risposto al desiderio di soddisfare dei bisogni, la domanda che resta è: perché allora certi luoghi a scapito di altri? Perché oggi sappiamo bene che non tutti i luoghi diventano "luoghi turistici" e anche se spesso abbiamo visto luoghi imprevedibili diventare "turistici", non tutti hanno le stesse opportunità. Soprattutto perché di certo non esistono in questo settore delle regole di tipo deterministico.

Per cominciare a spiegare quanto appena citato in queste righe dobbiamo dire che il turismo resta un fenomeno profondamente sociale, legato alle decisioni individuali di milioni di persone: il turismo risponde nella società moderna a delle funzioni importanti che dobbiamo capire per poter comprendere la struttura dei luoghi turistici.

Diciamo subito che questo corso cerca di capovolgere la visione fin qui abituale dell' "attrattiva turistica" secondo la quale i turisti subiscono delle diverse "attrazioni" e in particolar si tratterebbe di quelle naturali (mare, montagna, ecc.) o quelle artificiali/culturali (storia, patrimonio artistico, folklore, ecc.). Se indubbiamente i luoghi hanno una loro forza legata all'immagine, è interessante guardare quelle che sono le pratiche diverse attuate dal turista. Si tratta cioè di abbandonare la visione un po' troppo meccanicistica dell'attrattiva per passare invece a una visione più attenta all'iniziativa del

turista stesso per cogliere meglio il ruolo “sociale” del turismo che ci permetterà a sua volta di capire meglio le scelte di luoghi e i loro cambiamenti.

Abbiamo detto che la letteratura scientifica in materia di geografia del turismo per comprendere perché un determinato luogo diventa turistico verifica tre aspetti:

1. l'attrattiva
2. presenza di risorse rare ed eccezionali
3. rappresentazioni prodotte dalla società

Oggi sappiamo che questi tre aspetti non ci permettono un'analisi esaustiva: esaminiamoli.

Attrattiva: limiti

L'attrattiva è un concetto fondamentale in geografia, derivato dalle scienze fisiche. Questo concetto ci obbliga a esaminare le questioni della localizzazione ponendoci dal punto di vista dei luoghi. Questo approccio si basa sul principio secondo il quale i luoghi avrebbero delle qualità intrinseche, oggettive che agirebbero in modo determinato sui flussi sia di merci che di persone. Questo modello è in realtà noto perché molto legato ad un altro concetto che è quello di massa ma anche di gravità. Semplificando possiamo dire che un determinato luogo potrebbe avere una certa “massa” proprio come un corpo celeste, e per questo influenzare i flussi di merci, imprese, servizi, persone, ecc.

Così potremmo esemplificare che la “massa” di una città come Parigi, nel settore del turismo, è molto alta, proprio come per un corpo celeste, grazie alla sua densità di qualità storiche e architettoniche, ma anche sociali, di moda, ecc. Indubbiamente la sua capacità attrattiva è molto alta su un turista che si trova in un altro continente, il quale può decidere di attraversare l'Atlantico pur di visitare la capitale della Francia. In seguito la capacità attrattiva di piccoli luoghi (che potremmo definire con piccole masse) che si trovano nella campagna francese i quali da soli non avrebbero “massa” sufficiente a attrarre un turista fin dagli Stati Uniti (ad esempio) sono però capaci di attrarre un turista che si trova nella capitale. In questo modo possiamo meglio capire come, seppure in maniera quasi semplicistica, il concetto di massa si ricollega a quello dell'attrattiva.

I primi turisti non si sono certo recati in posti comodi e facilmente raggiungibili così come non tutti i posti con caratteristiche naturali interessanti sono stati da sempre destinazioni turistiche. Questo lascia un ruolo importante

al “turista” come decisore finale del suo “fare turismo” piuttosto che rappresentarlo come parte di un flusso in cui lui non decide nulla. Oggi sappiamo bene che i flussi turistici sono frutto di decisioni individuali e per questo occorre comprendere la figura del “turista” per spiegare la creazione di un luogo turistico. Occorre porsi dal punto di vista degli “attori”. Quello che cercheremo di fare nelle pagine seguenti è spiegare la creazione dei luoghi turistici tenendo presente entrambi gli approcci: da una parte le qualità dei “luoghi” dall’altra i progetti degli attori. Perché è proprio nell’interazione tra le qualità dei luoghi geografici e l’intenzionalità degli attori che troviamo il modo più efficace per associare ai vari luoghi turistici delle determinate pratiche turistiche per quindi capire come sono creati i luoghi turistici.

Cominciando dal primo aspetto, le qualità dei luoghi, nonostante la letteratura scientifica dominante per anni abbia attribuito un ruolo importante alla “risorsa” dei luoghi; oggi sappiamo bene che non basta avere delle buone risorse per creare un luogo turistico.

Altro concetto importante in questo caso è quello del “già lì”. Molti studiosi hanno considerato l’economia del turismo fondamentalmente come un’economia basata sulla riutilizzazione dando così maggior peso al riutilizzo dell’esistente invece di creare luoghi nuovi come i parchi tematici. I sostenitori di questa corrente considerano che luoghi come le Piramidi, Venezia o la Costa Amalfitana fossero “già lì” prima ancora che i turisti sbarcassero. Si trascura però in questo modo il fatto che i turisti non usano quei luoghi senza consumarli (come molti studiosi hanno sostenuto per anni) ma che quei luoghi necessitano interventi di mantenimento costosissimi legati anche all’usura dovuta all’elevato numero di turisti che li frequentano. Ma non si tratta solo di spese di restauro (per criticare l’affermazione dell’uso senza consumo): dobbiamo pensare anche al loro adeguamento all’uso turistico di un certo livello nonché alla loro commercializzazione. Adeguare siti particolari come Venezia all’evoluzione della domanda turistica negli anni richiede sforzi enormi sotto ogni aspetto. Per non parlare di quanto possa costare una buona commercializzazione compresa la campagna di comunicazione per “vendere” luoghi anche importanti e famosi come Venezia. Moltissimi luoghi turistici, come castelli o paesaggi naturali, non sarebbero frequentati senza un’adeguata organizzazione e commercializzazione. In molti casi il mantenimento, l’organizzazione e la commercializzazione di un luogo preesistente costa, molte volte, ben più di un luogo creato dal nulla.

La scelta del rilancio di luoghi con un patrimonio artistico importante non è mai casuale, è sempre determinata da insiemi di scelte di diversi attori. Due

città con un importante patrimonio artistico possono avere percorsi diversi: una diventare un luogo turistico perché si valorizza il suo patrimonio e si definiscono delle strategie di rilancio (il già lì che diventa luogo turistico); l'altra invece non lo diventa perché gli attori territoriali decidono un'evoluzione economica diversa (magari verso il settore industriale biotecnologico).

Possiamo quindi affermare che se la rivoluzione industriale, con tutti i suoi cambiamenti ha modificato il modo di vedere e vivere i luoghi come mare e montagna, essa non ci permette comunque di spiegare in modo completo perché un luogo diventa turistico e un altro no.

Ciò che desidera il turista

Se non possiamo capire il perché un luogo diventi "turistico" semplicemente dai cambiamenti sociali e dalle sue qualità naturali, allora occorre posizionarci dalla parte del turista. Dobbiamo calarci nel suo ruolo, capire quello che lui cerca in un determinato luogo, quali sono le sue attese in qualità di turista e soprattutto cercare di vedere i luoghi con il suo stesso sguardo.

Una delle prime ragioni per le quali un turista va in vacanza in un determinato luogo è l'**incontro**. Lo spazio turistico è storicamente un luogo d'incontro e di socializzazione. Fin dall'inizio del turismo l'aristocrazia inglese si rendeva a Bath o a Brighton per incontrarsi più liberamente di quanto non si facesse a Londra e più informalmente, ma comunque con delle precise codificazioni. Allo stesso modo l'alta borghesia o l'aristocrazia meno nota ci si rendeva sperando di stabilire certi incontri che diventavano altrimenti impossibili nella capitale durante il periodo normale.

Oggi, seppur in modo diverso dal XVIII e XIX secolo, l'incontro resta uno dei motori principali del turista a rendersi in un determinato luogo. Ci sono luoghi turistici che sono indubbiamente non affascinanti, con una qualità naturale certamente normale se non banale, tale da poterla ritrovare in tantissimi altri luoghi. Ma il turista privilegerà un determinato luogo a un altro perché avrà più opportunità di incontrare persone che gli interessano. Benidorm in Spagna è un luogo noto in tutto il mondo e pertanto è un luogo come migliaia d'altri nel Mediterraneo. Ma se milioni di turisti vi si rendono ogni anno è proprio perché sanno che anche da soli riusciranno a conoscere il genere di persona che desiderano incontrare.

A questo proposito occorre ricordare che non tutti i turisti guardano un determinato luogo allo stesso modo. Per esempio il turista dello stesso paese non cercherà in quel luogo la stessa cosa che vedrà e cercherà il turista proveniente da un altro paese. Non è un caso se per esempio turisti nazionali

frequentano luoghi diversi da quelli che sono invece frequentati da turisti stranieri, al punto che possiamo osservare delle tendenze al raggruppamento. In genere sulle coste del Mediterraneo le comunità nazionali hanno tendenza frequentare maggiormente un determinato luogo anziché un altro. Per questo motivo i turisti tedeschi frequentano zone della Spagna diverse da quelle che sono invece frequentate da turisti Britannici. Questo non vuol dire che avremo località in cui troveremo unicamente tedeschi e altre con unicamente britannici, ma semplicemente che ci sarà una densità maggiore degli uni rispetto agli altri. Così possiamo dire che non esistono fenomeni di esclusività, ma indubbiamente esiste una tendenza al raggruppamento. Come per esempio i turisti Spagnoli pur essendo presenti sulla costa Mediterranea hanno indubbiamente tendenza ad andare maggiormente sulla Costa Mediterranea e questo sicuramente perché il Re di Spagna storicamente cominciò a frequentare la Costa Basca come luogo turistico.

Ma l'elemento "incontro" non è basato solo sulla questione nazionale; moltissimi luoghi diventano punto d'incontro per gruppi che si caratterizzano per la professione, la classe d'età, il sesso, ecc.

Occorre, però, far attenzione al non confondere incontro con totale apertura. Spesso il concetto d'incontro è sinonimo di chiusura. Molte categorie sociali amano incontrarsi ma precludendosi agli altri. Così se ci è possibile recarci a Cannes oppure in Costa Smeralda non vuol dire che avremo per questo accesso a tutti quei luoghi dove si incontrano quelle categorie sociali che hanno reso famosi quegli stessi luoghi.

Un'altra ragione per la quale un turista sceglie un determinato luogo per le sue vacanze è anche per occuparsi di sé. Quello che a noi oggi sembra un'evidenza fino a qualche decennio fa non lo era affatto. Stendersi su una spiaggia, spogliandosi completamente o anche parzialmente, fare dello sport in pubblico, abbronzarsi, tutto questo fino a un secolo fa era impensabile. Eppure oggi si tratta di uno dei motori principali che spinge il turista, dopo aver attraversato continenti e mari, a fare una scelta precisa tra diversi luoghi a disposizione. In effetti fino a meno di un secolo fa l'idea stessa di qualcuno di abbronzato risultava essere popolare nel senso che solo coloro i quali lavoravano all'aperto (braccianti agricoli e operai, comunque quelle che erano considerate le classi sociali meno abbienti) erano abbronzate ma non certo per scelta.

Lentamente i desideri si sono modificati. Ad esempio le divisioni delle spiagge tra uomini e donne, inizialmente, hanno sicuramente facilitato i turisti a spogliarsi. Tutto questo comincia lentamente con il desiderio/bisogno di

occuparsi di sè, del proprio corpo quando questo è fragile o malato. I primi stabilimenti termali o le prime fonti d'acqua considerate terapeutiche nascono per un bisogno di curarsi, così come inizialmente ci si rendeva in questi luoghi, per curarsi, soggiornando non in un semplice albergo, ma in un vero e proprio sanatorio di lusso (Mann lo racconta benissimo ne "la Montagna Incantata"). Solo in seguito il curista/turista decide di curarsi ma soggiornando o in una casa privata o in un vero e proprio albergo. È proprio da qui che nasce il bisogno di occuparsi del proprio corpo e quindi anche dei propri muscoli, della propria mobilità, fino ad arrivare a questo concetto oramai così diffuso di intrattenimento fisico all'aria aperta che per noi è cosa comune e normale ma che in realtà è frutto di decenni di evoluzione sociale. Nasce infatti tra le due guerre mondiali questa nuova relazione del corpo rispetto a "acqua", "aria", "clima". Così come bisognerà aspettare gli anni '50 per cominciare a vedere le persone distese sulle spiagge ad abbronzarsi oltre al fatto che ci si può abbronzare muovendosi. Ma tutto questo ha un'enorme importanza per capire come si creano determinati luoghi turistici e come ne scompaiono altri. Questo nuovo rapporto con il corpo e questa nuova volontà di "occuparsi di sè" obbliga i turisti a cercare dei luoghi più idonei. Quindi spiagge calde con mari caldi ed ecco che questo provoca lentamente l'abbandono delle coste dell'Atlantico (le prime a conoscere delle vere e proprie forme di turismo soprattutto d'inverno) a vantaggio delle coste mediterranee (e soprattutto in estate). Il turista modificando i suoi desideri e i suoi bisogni modifica i propri obiettivi nonché il rapporto con determinati luoghi turistici.

L'altro aspetto che il turista cerca in un determinato luogo è il poter **contemplare**. Senza dettagliare sull'evoluzione del paesaggio nei secoli in queste pagine, possiamo dire che per un turista guardare un paesaggio significa prima di tutto imparare a guardare, identificare ciò che è bello da ciò che non lo è e questo avviene non secondo una codificazione "esatta" ma attraverso delle codificazioni sociali del momento. In certi momenti il paesaggio da contemplare poteva essere solo naturale, mentre a un certo punto della propria storia la società ha imparato a contemplare paesaggi urbani che dieci anni prima sarebbero stati definiti come brutti. In effetti quello che rende un paesaggio interessante e bello da contemplare non è solo la sua caratteristica naturale ma anche l'uso che il turista ne vuole fare. I luoghi sono apprezzati per la loro estetica ma anche per la pratica che se ne vuole fare: estetica e pratica si combinano. La distinzione in questo campo tra quello che è bello e ciò che non lo è fa la nostra educazione sociale.

Un esempio lo abbiamo nelle stazioni invernali di sci. Negli anni '70 molte stazioni sciistiche non sono state realizzate nelle vallate più belle, ma in quelle più consone all'installazione di decine di migliaia di posti letto e che spesso sono decisamente molto meno belle di altre. Gay lo afferma bene quando dice che i luoghi turistici che vengono valorizzati sono quelli che permettono una pratica turistica precisa, d'oggi. Essi corrispondono alle condizioni precise che si ricercano in quel momento. *“Ciò che è determinante è di non invertire il legame di causalità: è la società che elegge i luoghi e non questi che attirano la società”*.

Possiamo sintetizzare quindi quanto fin qui scritto dicendo che la risorsa turistica non “è” in quanto tale, ma essa è “creata” e se vogliamo “creare” un luogo turistico occorre controllare due elementi essenziali “i luoghi” e “gli attori”.

Incontrare, occuparsi di sé e contemplare, sono tre fattori essenziali per comprendere il sorgere di una determinata pratica del turismo e quindi per poter provvedere alla creazione di luoghi utili per quella determinata pratica. Questi fattori contribuiscono alla comprensione della localizzazione ma non ci dicono ancora tutto quello che serve per produrli. Questi tre fattori da soli non ci possono dire tutto sui luoghi turistici; è necessario capire anche la dimensione da “esploratore” che il turista spesso ama provare. Questo anche quando è consapevole di arrivare in un determinato luogo dopo milioni di altre persone.

Un altro fattore importante in questo senso è il voler andare “**verso l'estremo**” (il vuoto). Fin dall'inizio il turista si è spinto verso punti limiti: il mare, inizialmente, le montagne in seguito. Rappresentano dei “bordi” dei limiti estremi dove fermare il proprio percorso. Anche se si è in milioni ad essere su di una spiaggia, in realtà essa rappresenta il limite invalicabile per il turista stesso. È proprio quello che molto spesso il turista ricerca nella propria pratica turistica: aver raggiunto il limite percorribile.

Chiaramente seguito di questo fattore è il voler andare **sempre più lontano**, verso quelle zone inabitate e possibilmente protette. Oggi il turista ha questa volontà di fare il vuoto tra il luogo frequentato abitualmente e il luogo in cui vuole andare per praticare il proprio “turismo”. È proprio questo mito della frontiera che spesso i turisti cercano, per andare verso una frontiera che è ovviamente mobile a causa del suo continuo cambiamento (i luoghi cambiano). Spingendosi fino negli angoli più remoti del pianeta, **il turista ha oramai fatto del Mondo il proprio territorio**.

Luoghi turistici e attori

I soli criteri fisici non sono sufficienti a spiegarci perché un determinato luogo diventa turistico. Sappiamo bene che non tutte le spiagge e non tutte le montagne sono ricoperte di stazioni turistiche. Le qualità naturali di un luogo non bastano a farne un luogo turistico e non basta neanche dotarlo di infrastrutture perché un turista lo elegga a luogo della sua pratica turistica.

Per comprendere la messa a turismo di un determinato luogo dobbiamo comprendere il ruolo degli **attori**: dobbiamo comprendere i loro interessi, le loro logiche, i loro poteri. E questi attori sono classificabili in tre tipi diversi: gli attori territoriali locali nonché la società locale, lo Stato e i turisti.

Per cogliere il ruolo degli attori dobbiamo chiaramente dire che la “scoperta” di un luogo turistico è improbabile per il motivo molto semplice che un turista va in un luogo dopo che questo è stato scoperto e soprattutto gli abitanti di quel luogo di certo lo conoscevano ben prima. Insomma diciamoci pure che dire “scoprire” un luogo turistico è sbagliato. Esso viene percepito così perché al massimo un determinato luogo è scoperto all’uso del turismo, ma un quanto luogo turistico esso è “**inventato**”: l’inventore di un luogo turistico è colui che riesce a proporre dello stesso luogo una nuova lettura.

Certi fenomeni di messa a turismo di determinati luoghi sono legati all’iniziativa di alcuni turisti che hanno cominciato con l’usare determinati luoghi, ma è chiaramente la popolazione locale che interviene in un secondo momento con delle iniziative proprie che sfruttano quell’opportunità iniziale facendone una vera e propria attività. Praticamente potremmo dire che il “turismo afferra” la società locale come a imporsi sia socialmente che spazialmente. Ma anche dopo essere stata “afferrata” dal turismo, è la volontà della società locale che permette lo svilupparsi di questa attività.

Frequentemente si è constatato come, in scala locale, la scelta turistica rappresenti una scelta alternativa che viene fatta dalla popolazione locale. È quindi sbagliato affermare che il turismo distrugge gli altri settori preesistenti, in realtà il turismo interviene, in questi casi, in sostituzione di settori che altrimenti sarebbero comunque scomparsi. Il turismo quindi non viene a soppiantare qualcosa di “florido” ma, in maniera volontaria, viene scelto dalla popolazione locale per sostituire dei settori economici che erano già considerati inadeguati a garantire un determinato livello di benessere. Quindi il turismo soppianta lentamente quei settori declinanti, non competitivi e soprattutto non atti a garantire la normale vita sociale degli abitanti. Non possiamo dire che il turismo abbia distrutto l’agricoltura delle zone costiere del Gargano, ma che

piuttosto esso si è sostituito a quel settore che oramai era incapace di garantire il soddisfacimento dei moderni bisogni della popolazione di quelle aree. Così come in altre aree del pianeta.

Il turismo non ha un'esistenza propria e la sua dinamica si basa in gran parte sul gioco degli attori: quelli che lo "inventano" in un determinato luogo ma anche coloro i quali abbandonano una determinata attività per dedicarsi. Oltre tutto spesso il turismo aiuta settori che sarebbero destinati a scomparire. Per esempio la produzione della terracotta in Marocco sarebbe stata destinata a scomparire se non fosse stato per il turismo che ha portato milioni di "clienti" che annualmente acquistano dei prodotti in terracotta sul luogo, prodotti che oramai non troverebbero competitività sui mercati mondiali se dovessero essere trasportati nelle diverse aree del pianeta.

Possiamo quindi affermare che non solo il turismo non distrugge l'economia preesistente ma piuttosto occupa degli spazi che sono lentamente lasciati liberi, soprattutto spesso aiuta settori in declino o difficoltà a ritrovare una certa attività o li aiuta ad evolvere verso un nuovo settore. Così nelle zone di montagna il turismo non ha cancellato le attività produttive preesistenti bensì ne ha preso il posto perché queste oramai non erano più competitive e sopravvivevano solo perché non esisteva altra scelta, ma comunque sarebbero scomparse.

Occorre tener presente che spesso il turismo è utilizzato da alcuni "attori" come forma di controllo del territorio. In moltissimi casi, in particolare nell'Europa del XIX secolo, il turismo è stato strumento di costruzione dello stato nazionale e per questo stesso motivo è stato visto male dalla società locale. Ancora oggi in Thailandia il turismo è visto come strumento di "colonizzazione" da parte del governo centrale e in effetti lo è stato in diverse parti montagnose di questo stato. Altri casi di questo genere sono quelli dove l'arrivo del turismo implica anche l'arrivo di nuove popolazioni che vanno a inserirsi in quel settore e che non appartengono alla società locale preesistente. Questo tipo di evoluzione è sempre mal visto da parte delle popolazioni che erano già presenti in quel territorio perché percepito come occupazione o colonizzazione.

Questo per indicare come il turismo è prodotto del gioco di interazione tra i vari attori, ma spesso questa interazione è antagonista e conflittuale.

Il Mondo territorio dei turisti

L'evoluzione del turismo segue l'evoluzione di una più importante rivoluzione, quella industriale, e lentamente si diffonde nel mondo allo stesso modo con cui

si diffonde lo stesso benessere e soprattutto allo stesso modo con cui si diffonde l'elevato livello di ricchezza. Non è un caso se i primi turisti sono stati gli Inglesi e dalla Manica il turismo si sia lentamente mosso attraverso i luoghi che erano legati all'aristocrazia ma più particolarmente all'alta borghesia imprenditoriale. Si comincia infatti da luoghi come Bath e Brighton in Inghilterra, spostandosi sul continente a Ostenda, a Scheveningen in Olanda per arrivare a Travemunde nella Germania del Mare del Nord. Solo dopo molto tempo ci si sposterà verso il Mediterraneo, come a Nizza.

Se L'Italia fino a Roma era conosciuta per il Grand Tour fin dal XVII secolo, aree come Spagna e Grecia resteranno praticamente sconosciute a questo fenomeno fino alla seconda metà del XIX secolo.

Così come la Costa Basca spagnola sarà il primo luogo di vero turismo per gli Spagnoli ma solo dal XIX secolo e perché il Re ci si recherà lui stesso in vacanza e da allora, se le spiagge Spagnole più famose al mondo sono quelle del Mediterraneo, la costa più importante per le vacanze degli Spagnoli resta sicuramente quella Atlantica.

Quello che caratterizza questo tipo di "occupazione" dello spazio è collegata a tre aspetti essenziali: industrializzazione, tempo libero e potere d'acquisto. È con la crescita di questi tre aspetti che parallelamente si diffonde il turismo propriamente detto. Nei luoghi in cui anche uno solo di questi tre aspetti non è presente in maniera sensibile, il turismo non riesce a insediarsi in modo strutturale. Così certe aree della Spagna, del Marocco, proprio perché non riescono ad avere una dimensione abbastanza importante in un o più di questi aspetti, dovranno aspettare l'arrivo dei turisti del resto del mondo (dopo la seconda guerra mondiale e più particolarmente negli anni sessanta) per vedere insediarsi un vero e proprio sviluppo del settore turistico.

Essenzialmente il turismo si svolge con un flusso di turisti che si sposta da paesi ricchi verso paesi ricchi: più di 2/3 dei flussi turistici rispetta questa regola. Una certa minoranza riguarda cittadini di Paesi ricchi che si dirige verso Paesi in via di sviluppo. Ma esiste anche un flusso contrario: dai Paesi in via di Sviluppo verso i Paesi ricchi. Si tratta evidentemente degli strati di popolazione più ricchi che si spostano alla scoperta di Paesi più ricchi. Questo però apre la strada agli altri strati di popolazione, quelle meno ricche che, man mano che vedono il loro livello di ricchezza crescere, diventano consumatori di "turismo". Le classi più ricche perdono questo tipo di privilegio a vantaggio di classi medie che sono molto orgogliose di avere accesso a una pratica fino a quel punto appannaggio di pochissimi. Esistono flussi turistici importanti di turisti che si spostano all'interno del loro paese e si tratta di flussi relativamente

importanti e che sono per ora ancora sconosciuti. È il caso di Cina, India, Brasile, Messico, Marocco). Molti flussi turistici importanti sono nati in questo modo. È il caso del Giappone, primo ad avere un flusso turistico internazionale, cominciato negli anni '70. Qualche decennio dopo sono Taiwan e Corea del Sud a seguirne l'esempio provocando oggi il flusso che conosciamo. Certo in questi casi conta moltissimo il livello di ricchezza che un Paese riesce a raggiungere (oggi abbiamo tendenza a dimenticare che il livello di ricchezza e modernità del Giappone degli anni '60 era ben lontano da quello che già USA e altri Paesi europei avevano). Oggi altri nuovi turisti stanno conquistando spazi importanti nel mondo: è il caso di Malesia e, ultimi ma non meno importanti, e Cina.

L'aumento della popolazione interessata dal fenomeno del turismo è comparabile al livello della loro crescita economica. Così dovremo seguire con molta attenzione la diffusione di una certa qualità della vita in Paesi come Cina e India che per ora vedono solo flussi turistici di relativa importanza e che riguardano le loro classi più alte. Nel momento in cui lo sviluppo economico dovesse continuare allo stesso ritmo a cui stiamo assistendo e aprire così la via a un certo benessere a quelle che sono le classi medie di questi due Paesi, allora assisteremmo a nuovi flussi turistici di centinaia di milioni di turisti pronti a visitare una vasta quantità di luoghi turistici nel mondo.

Se parliamo della distribuzione e la diffusione dei flussi turistici non possiamo non soffermarci sui trasporti. È vero che i trasporti non hanno creato luoghi turistici, ma è anche vero che essi hanno indubbiamente accompagnato la diffusione sempre più lontana della pratica del turismo.

Prima di arrivare al ruolo dei trasporti e dopo aver parlato, relativizzandole, delle qualità geografiche intrinseche di un determinato luogo, occorre parlare anche della "situazione geografica". Se certi luoghi sono rapidamente diventati luoghi turistici, come le Alpi e la Manica, è anche perché si trovavano sugli assi principali di comunicazione dell'epoca. Le Alpi rappresentavano un asse importante di comunicazione dall'antichità e fin dal XVII secolo erano il luogo di passaggio del Gran Tour. La Manica è posizionata su di un asse che ancora oggi resta il più denso d'Europa: Londra – Parigi. Si tratta di luoghi noti e a cui i viaggiatori sono da sempre abituati. Così come l'altro grande elemento della diffusione del turismo in determinati luoghi resta la colonizzazione.

Ma la posizione di determinati luoghi così come la logica della colonizzazione non bastano per spiegare la diffusione di questi luoghi turistici senza prendere

in considerazione l'aspetto dell'evoluzione tecnologica dei mezzi di trasporto. Così possiamo facilmente capire come i flussi turistici si sono spostati dalla Costa Azzurra verso la Grecia proprio grazie all'evoluzione dei treni e delle navi da crociera. Allo stesso modo tra le due guerre, la nascita di compagnie aeree come KLM ha lasciato apparire un nuovo modo di vedere il mondo, anche se per andare dall'Europa al Sud America con un aereo occorrevano comunque sette giorni a causa degli scali tecnici.

Perché gli erei possano essere competitivi rispetto ai transatlantici occorrerà aspettare la fine della seconda Guerra Mondiale nonché l'arrivo dei primi voli *charter* negli anni '60. Ripetiamo però il concetto fondamentale: questi nuovi mezzi tecnici non hanno da soli costruito dei nuovi luoghi turistici, ma possiamo dire che hanno permesso una maggiore apertura, una diversa visione del mondo. Possiamo dire che il turismo ha sempre preceduto l'infrastrutturazione dei luoghi anche perché l'assenza d'infrastrutture non ha storicamente impedito l'imporsi nel mondo di determinati luoghi turistici. È però anche vero che l'assenza d'infrastrutture può rallentare lo sviluppo di un determinato luogo turistico.

Quando parliamo di infrastrutture parliamo di accessibilità e a questo proposito occorre chiarire alcune cose. L'infrastrutturazione di un luogo, aumentandone con questo la sua accessibilità, non rappresenta automaticamente una sua vera e propria apertura. Infatti spesso i luoghi poco accessibili richiamano l'attenzione di determinati tipi di turisti che possono su quel luogo praticare una forma turistica di totale apertura. In seguito a una certa infrastrutturazione e quindi a un'aumentata accessibilità che provoca l'arrivo di diverse categorie di turisti, si può invece assistere a una certa forma di chiusura. Accessibilità e apertura, come possiamo vedere quindi, sono due fenomeni diversi che non vanno di pari passo e soprattutto non vanno nella stessa direzione.

Possiamo quindi sintetizzare questa parte ricordando che l'invenzione dei luoghi turistici è legata alla combinazione delle strategie di diversi attori. Il lavoro del geografo che vuole occuparsi del turismo consiste proprio nel comprendere prima di tutto in cosa consiste il conflitto che si viene a creare tra i diversi attori che intervengono nell'invenzione dei luoghi turistici. Si tratta di spiegare perché in un determinato luogo la società locale si appropria del fenomeno turistico mentre altrove lo respinge fino a combatterlo.

Oltre queste interazioni, più o meno conflittuali, tra i diversi attori del turismo, per spiegare la messa a turismo di determinati luoghi dobbiamo prendere in considerazione anche altro, come le condizioni socio-economiche, la qualità dei

diversi luoghi (tenendo presente che quando parliamo di qualità non facciamo riferimento solo al loro aspetto materiale ma anche alla loro posizione geografica), così come lo “sguardo” che le diverse società hanno su questi luoghi turistici. Quest’ultima qualità è evidentemente evolutiva dato che lo sguardo che le varie società hanno sui luoghi turistici è diverso secondo i tempi e le culture del momento.

Struttura e classificazione dei luoghi turistici

È uno degli obiettivi di sempre, per la geografia del turismo: voler classificare i luoghi turistici che sono di numerosissimi tipi. La prima classificazione è evidentemente tra quelli che sono luoghi turistici e quelli che non lo sono. Tra quelli che vengono quindi definiti come luoghi turistici bisogna tenere presente la distinzione tra quelli che sono i luoghi turistici inventati e quelli che sono invece solo modificati.

La letteratura classica di Geografia del turismo, nei vari tentativi di classificazione dei luoghi turistici tendenzialmente ha tre difetti diversi, il primo dei quali è senza dubbio quello di guardare unicamente alla “stazione turistica” propriamente detta, non prendendo mai in considerazione situazioni ben diverse come le città con delle presenze turistiche.

Il secondo problema nella classificazione dei luoghi turistici secondo la letteratura classica è quello di prendere il contesto geografico come base di costruzione del luogo turistico. Questo spinge a delle classificazioni rigide di luoghi di “montagna”, “mare”, “città”, “campagna” ma questo metodo trascura il fatto che spesso dei luoghi che sono “montagna” possono essere anche “mare”, la tipologia dei luoghi si sovrappone in moltissimi casi.

Ma in particolare il problema si pone, come per il primo punto, per la questione della “città” come luogo anche di turismo e non solo. Come le città possono essere turistiche senza essere stazioni così possono essere luogo di mare e di turismo urbano. Quindi una classificazione rigida come quella classica non riesce a trovare una risposta adeguata quando si parla di zona urbana che, ricordiamolo, rappresenta la maggioranza delle forme di turismo.

Esistono poi diversi geografi che hanno proposto delle diverse forme di classificazione dei luoghi turistici, ognuna delle quali risponde a criteri sensibilmente diversi. Tra questi ricordiamone le principali che restano quelle di Lozato che incrocia due aspetti diversi: la presenza spaziale del turismo, cioè la densità e i flussi turistici in un luogo, rispetto ad altre attività con le diverse

forme di organizzazione dello spazio destinato al turismo. Il risultato è una lista che raggruppa due tipi principali: i luoghi polivalenti e quelli specializzati. All'interno di questi due tipi, però, si ottiene una lista di tipi decisamente troppo lunga e complessa per poter rappresentare una classificazione che dovrebbe avere come obiettivo la sintesi e la semplificazione.

Tra le altre classificazioni quella che qui sembra più pertinente è quella fatta da Dewailly e Flament nel 1993 e che divide tutti i luoghi in due grandi gruppi: i luoghi spontanei e quelli organizzati. Ma anche in questo caso, ancor più che nel caso della classificazione di Lozato, le combinazioni legate alle interazioni tra i vari attori sono troppe e rappresentano altrettanti sistemi evolutivi che diventano difficili da adattare a delle tipologie spaziali anche perché da combinazioni diverse di attori spesso si può arrivare a tipologie spaziali uguali. Per pensare a un altro tipo di classificazione possiamo partire allora dalle due tipologie di base dei luoghi turistici: quelli inventati o quelli che sono occupati dal turismo.

I Luoghi che sono “invasi” o “occupati” dal turismo sono tanti e riguardano in modo particolare le città. In città con un certo patrimonio artistico, come Venezia, Firenze o Roma, l'invasione dei turisti in determinati quartieri ne modifica in maniera profonda la qualità della vita al quotidiano. Diventa oggettivamente difficile continuare ad avere una vita normale quando migliaia di autobus in un solo giorno “scaricano” decine di migliaia di turisti nello stesso quartiere. La mobilità nell'immediato, nonché la fruizione dei diversi servizi fino ad arrivare al valore immobiliare nel medio periodo ne sono completamente sconvolti.

In questi quartieri il turismo arriva a sconvolgere le altre attività economiche. Questo fa sì che diversi quartieri centrali lentamente diventano dei quartieri strettamente turistici. È il caso della City di Londra che oramai è solo legata a un solo settore economico (quello della finanza) mentre le altre attività economiche sono state lentamente spostate in altri quartieri.

Esiste però l'altro fenomeno che è la creazione del tutto nuova di un luogo turistico. In questo caso, a differenza di un luogo “invaso” dal turismo, abbiamo una discontinuità fisica vera e propria rispetto al resto della zona urbana. Il luogo in questione è “inventato” perché visto diversamente rispetto al passato e crea una propria spazializzazione.

Distinzione dei diversi tipi di luoghi turistici			
	Presenza o assenza di capacità ricettiva	Presenza o assenza di popolazione locale	Funzioni urbane e turistiche diversificate
Sito turistico	-	-	-
Reception turistica	+	-	-
Stazione turistica	+	+	-
Città turistica	+	+	+

Questa prima tavola ci permette di catalogare in modo sintetico quelli che sono i principali tipi di luoghi turistici e da cosa sono caratterizzati (il segno + indica presenza, il segno – indica assenza). Cominciamo quindi a fare una prima differenza tra quelli che sono i “siti” propriamente detti e che sarebbero quei luoghi che hanno un dato elemento (può essere un monumento isolato da qualunque zona urbana o semplicemente un bel punto per ammirare un certo paesaggio). Si capiscono immediatamente, tramite la tavola, cosa li caratterizza. Allo stesso modo possiamo esaminare anche la “reception”, la “stazione turistica” e la “città turistica”. Questa prima classificazione (fatta da Knafo nel 1997) ci permette di concentrarci su quelli che vengono considerati gli elementi più importanti: la stazione turistica e la città turistica. Perché è tra queste due la più grande difficoltà di classificazione essendoci il rischio di sovrapporsi sempre di più nelle loro funzioni, nella loro caratterizzazione spaziale. Per cercare di fare un po' di chiarezza occorre guardare la tavola successiva che mette queste due tipologie di luoghi turistici a confronto.

Distinzione tra stazione e città turistica		
	Stazione turistica	Città turistica
Centralità	Luogo non centrale	Luogo centrale
Dimensione dell'insediamento umano	Piccolo	Grande
Diversificazione delle funzioni urbane	Monofunzionale	Polifunzionale
Tasso di funzione turistica	Altissimo	bassissimo
Stagionalità	Si	Si ma diversamente dalla stazione

A questo punto possiamo passare alla classificazione detta degli “otto tipi”. Si appoggia su tre macrodistinzioni:

- 1) i siti,
- 2) luoghi creati dal turismo
- 3) luoghi occupati dal turismo.

1° Tipologia : SITO				
Tipo	Situazione Preturistica	Messa a Turismo	Funzionamento	Esempî
Sito	Nulla, vista, monumento	Il luogo è completamente sovvertito dal turismo	Luogo unicamente di passaggio, nessun servizio d'accoglienza e pernottamento	Spiagge turistiche o Reggia di Caserta

Passiamo quindi ad esaminare il secondo gruppo, quello dei luoghi inventati dal turismo.

Tipologia : Luogo creato dal turismo				
Tipo	Situazione Preturistica	Messa a Turismo	Funzionamento	Esempî
Reception	Nulla o qualcosa di cui comunque non resta più traccia	Invenzione, creazione <i>ex-novo</i>	Controllo da parte di un attore. Luogo chiuso in cui si applicano regole ben precise imposte dall'attore. Servizio accoglienza e pernottamento essenziale	Disneyland, grandi parchi d'attrazione in luoghi disabitati
Stazione	Nulla	Invenzione, creazione <i>ex-novo</i>	Discontinuità spaziale e socio-economica con l'ambiente circostante. Luogo aperto, attori e promotori vari, accoglienza e strutture alberghiere di base	Tipicamente i luoghi come spiagge turistiche non in zone urbanizzate degli anni '70
Città-stazione	Nulla o qualcosa di cui comunque non resta più traccia	Invenzione ad opera del turismo poi diversificazione attraverso nuove funzioni legate anche al turismo	Il luogo diventa polifunzionale ma con funzione turistica molto attiva. Le strutture alberghiere restano importanti ma spesso si diversificano rispetto al turismo	Cannes

Il terzo gruppo è quello dei luoghi che invece sono stati invasi o occupati dal turismo.

Tipologia : luogo investito dal turismo				
Tipo	Situazione Preturistica	Messa a Turismo	Funzionamento	Esempi
Insieme città-stazione	Città	Giustapposizione di un quartiere turistico tipo stazione (creato dal turismo) a una zona antica che funge d'agglomerazione	Persistenza di una polifunzionalità in seno alla stessa entità. La funzione alberghiera è essenzialmente concentrata nella zona "stazione"	Nizza, Palma di Majorca
Città o villaggio reso turistico	Città o villaggio	Il turismo diventa la funzione essenziale e sovverte completamente il luogo	La struttura originale è completamente sovvertita anche nella sua struttura patrimoniale a causa del turismo	Venezia
Città o villaggio con funzione turistica	Città o villaggio	Si inserisce una funzione turistica nel territorio, il turismo si inserisce solo in alcune parti della città	La struttura urbana nel suo insieme non subisce gravi modifiche	Roma, Parigi, Londra
Città o villaggio tappa	Città o villaggio	La funzione turistica si limita al pernottamento		

Turismo

Sistema di attori, di pratiche e di luoghi che hanno come obiettivo di permettere agli individui di spostarsi per il loro piacere e divertimento al di fuori del loro luogo di vita abituale, andando ad abitare temporaneamente altrove

Geografia e turismo

Descrivere e spiegare le interrelazioni del sistema turismo. Qualità e sviluppo dei luoghi turistici, Geograficità degli attori del turismo.

Geografia del turismo

Emerge negli anni '60. Si occupa principalmente dell'organizzazione territoriale del turismo, flussi, ruolo degli attori nello sviluppo delle regioni turistiche. Mare, Montagna e campagna (città).

Reception (turistica)

Luogo turistico sotto il controllo di un solo attore. Luogo chiuso dove si applicano regole specifiche e la funzione principale è quella alberghiera. Assenza di popolazione permanente

Divertimento

Praticata al di fuori del lavoro, solo ricreazione. Può essere quotidiano a differenza del turismo che si applica al di fuori dello spazio-tempo quotidiano.

Luogo turistico

Luogo creato o occupato dal turismo e trasformato almeno durante la fase turistica (otto tipi diversi distinti tra preesistenti e non e secondo il livello di trasformazione)

Stazione turistica

Creata e concepita per il turismo. Luogo urbano con attività turistica dominante e si differenzia dalla città turistica la quale è diversificate nei suoi diversi settori

Città turistica

Si distinguono in: Città con funzione turistica, città tappa, città messa a turismo, città-stazione