

**Geografia, turismo, cultura**

4

**Collana diretta da**

Monica Morazzoni

IULM, International University of Languages and Media

**Comitato scientifico**

Flavio Massimo Lucchesi

Università degli Studi di Milano

Marco Maggioli

IULM, International University of Languages and Media

Riccardo Manzotti

IULM, International University of Languages and Media

Maria Paradiso

Università degli Studi del Sannio

Matteo Di Napoli

## **Gli occhiali del turista**

Geografia di una società  
in movimento

con la collaborazione di  
Alessandro Cecchi Paone  
Monica Morazzoni



**archetipolibri**

© 2016, CLUEB casa editrice, Bologna

Le fotocopie per uso personale del lettore possono essere effettuate nei limiti del 15% di ciascun volume/fascicolo di periodico dietro pagamento alla SIAE del compenso previsto dall'art. 68, commi 4 e 5, della legge 22 aprile 1941 n. 633.

Le fotocopie effettuate per finalità di carattere professionale, economico o commerciale o comunque per uso diverso da quello personale possono essere effettuate a seguito di specifica autorizzazione rilasciata da CLEARedi, Centro Licenze e Autorizzazioni per le Riproduzioni Editoriali, Corso di Porta Romana 108, 20122 Milano, e-mail autorizzazioni@clearedi.org e sito web www.clearedi.org.



Monica Morazzoni è autrice del paragrafo 5.4, *La cooperazione turistica internazionale*, nel capitolo 5, «Fare» turismo.

Le sezioni *Lenti a contatto* e la *Postfazione* sono di Alessandro Cecchi Paone.

Il volume è stato sottoposto a referaggio anonimo da parte di due esperti, selezionati sulla base delle loro competenze. Il Direttore della collana è il responsabile del procedimento.

#### ArchetipoLibri

Via Marsala, 31 - 40126 Bologna  
Tel. 051220736 - www.clueb.it

ArchetipoLibri è un marchio Clueb  
Progetto grafico di copertina: Avenida (Modena)  
ISBN 978-88-6633-146-9

Finito di stampare nel mese di maggio 2016  
da Studio Rabbi - Bologna

## Indice

<b>Introduzione</b>	<b>7</b>
<b>1. La geografia del turismo</b>	<b>11</b>
1.1 Geografia e turismo: un legame inscindibile	11
1.2 I primi studi di geografia del turismo: il caso italiano nel contesto mondiale	13
1.3 La svolta umanistica nella geografia del turismo	21
1.4 La geografia culturale e sociale del turismo	24
1.5 Spazi e luoghi del turismo	27
<b>Lenti a contatto #1 – Global Venice</b>	<b>33</b>
<b>2. Che cos'è il turismo</b>	<b>35</b>
2.1 Definizioni per capire, definizioni per capirsi	35
2.2 Viaggio e turismo	38
2.3 Tempo libero e turismo	42
2.4 Turismo e territorio	48
2.5 Deterritorializzazione e riterritorializzazione	54
<b>Lenti a contatto #2 – Capri, Positano e il Grand Tour</b>	<b>63</b>
<b>3. Occhiali per turisti</b>	<b>65</b>
3.1 I <i>meme</i> del turismo	65
3.2 Strutturazione sociale e culturale del turismo	68
3.3 Il caso emblematico delle Alpi	71
3.4 Iconografie e iconemi	77
3.5 Meme «dominanti» nelle riconfigurazioni territoriali	83
<b>Lenti a contatto #3 – Asiago</b>	<b>87</b>
<b>4. Un mondo di differenze</b>	<b>89</b>
4.1 Turisti	89
4.2 Differenze socio-economiche	92
4.3 Differenze culturali ed etniche	95

Il turismo, dunque, è sostenibile se «non eccede la propria capacità di carico [...], quando, quindi, le attività turistiche si sviluppano in modo tale da mantenersi vitali in un'area per un tempo illimitato, senza alterare l'ambiente (naturale, sociale e culturale) e senza ostacolare lo sviluppo di altre attività sociali ed economiche» (TCI, 2005, p. 42). Lo sviluppo spontaneo di una località turistica, come ha spiegato il modello di Butler (1980), conduce spesso a un superamento della sua capacità di carico (talvolta irreversibile) e al deterioramento delle sue risorse. Ne deriva un probabile declino della destinazione sul lungo periodo. Per questo Claudio Minca propone una politica di adeguamento delle strutture di una località ai suoi limiti fisiologici: dopo un calo dai livelli massimi di successo, si dovrebbe mirare al raggiungimento di una fase di «maturità» e stabilità dell'offerta e della ricezione. «Una politica siffatta richiede tuttavia un coordinamento delle strategie di sviluppo e di mercato, il rispetto delle soglie fondamentali poste dalla capacità di carico e soprattutto un tempestivo e costante rinnovamento delle risorse e dell'immagine» (Minca, 1996, p. 19).

Perciò la maturità di una località turistica potrebbe essere foriera della sostenibilità del suo turismo. Quello che per Plog<sup>20</sup> era sintomo di peggioramento dell'immagine turistica di una località, cioè la presenza predominante di visitatori psicocentrici, sembra invece la soluzione al problema. Il sentimento di affezione nei confronti di una destinazione da parte di clienti abituali è, forse, la miglior garanzia di salvaguardia del territorio. Secondo Angelo Turco, infatti, la volontà di tutela di un luogo deriva dalla «filia», un concetto che Yi-Fu Tuan negli anni Settanta (1974 e 1977) ha utilizzato per esprimere una pulsione affettiva nei confronti di un territorio. Una volta instaurata, la filia spinge il turista ad aver cura della località turistica e ad assumere una sorta di senso di responsabilità nei suoi confronti. Visitatori e abitanti si uniscono così in una comunità che si incarica della salvaguardia del luogo. «La filia è evidentemente il livello più alto che può raggiungere una DT<sup>21</sup>» (Turco, 2012, pp. 78-79) e «la fidelizzazione di un individuo ad un luogo di vacanza può sottintendere un incontro riuscito» (Cerianni, Duhamel, Knafou e Stock, 2009, p. 35).

Oltre alla filia del visitatore è necessario (come già accennato) che la popolazione locale amministri con competenza e consapevolezza il

<sup>20</sup> Si veda il paragrafo 4.1.

<sup>21</sup> Destinazione turistica.

proprio territorio, pianificandone lo sfruttamento turistico e la relativa organizzazione (Tinacci Mossello, 2008, p. 101). Talvolta, però, uno Stato può non avere sufficienti risorse per realizzare questa pianificazione (Nash e Smith, 1991, p. 16). Paesi piccoli e poveri, come tanti di quelli africani, caraibici od oceanici, hanno ricchezze limitate e sono economicamente dipendenti a livello internazionale. Per questo le loro strategie di sviluppo sono soggette a decisioni prese da altri e le amministrazioni locali non possono limitare lo sfruttamento del proprio patrimonio naturale e culturale. Quello che è necessario creare è una rete cooperativa a livello internazionale, che favorisca pratiche di «buon governo» a livello locale e fruizioni consapevoli dei territori.

#### 5.4 La cooperazione turistica internazionale (di Monica Morazzoni)

La cooperazione internazionale<sup>22</sup> ha l'obiettivo di creare *partnership* tra organismi internazionali<sup>23</sup> ed enti locali, al fine di costruire reti territoriali che alimentino legami fra culture e solidarietà fra i popoli. Tuttavia la cooperazione è stata spesso intesa come un'attività di assistenza e con essa si è voluto mascherare pratiche coloniali o post-coloniali<sup>24</sup>, piuttosto

<sup>22</sup> In Italia le attività di Cooperazione sono disciplinate dalla Legge n. 49 del 1987, con la quale si è creata l'attuale Direzione Generale per la Cooperazione allo Sviluppo nell'ambito del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale. Il 29 agosto 2014 è entrata in vigore la nuova Legge n. 125 (*Disciplina Generale sulla cooperazione internazionale per lo sviluppo*), che definisce la cooperazione come «parte integrante e qualificante della politica estera». La nuova normativa da un lato ha l'obiettivo di aggiornare il sistema dopo 27 anni dall'approvazione della Legge 49/1987 sulla Cooperazione allo sviluppo, rimettendo in ordine soggetti, strumenti, modalità di intervento e principi di riferimento maturati nel frattempo nella comunità internazionale; dall'altro intende adeguare il sistema italiano di cooperazione allo sviluppo ai modelli prevalenti nei Paesi partner dell'Ue (si veda il sito ufficiale [www.cooperazioneallosviluppo.esteri.it](http://www.cooperazioneallosviluppo.esteri.it), ultima consultazione agosto 2015).

<sup>23</sup> Organizzazioni sovranazionali, Stati e imprese multinazionali.

<sup>24</sup> Santulli F., «Comunicare la cooperazione: dal lessico al discorso», in Turco A. (a cura di), *Cooperazione turistica internazionale. Narrazioni, politiche, territori*, Unicopli, Milano, 2013, pp. 120-131.



sto che attività di trasferimento di conoscenze e relazioni paritetiche tra gli attori in gioco. Spesso, dunque, non si tratta di una vera e propria «co-operazione», bensì di una «operazione» di enti e organismi con fini perlopiù lucrativi, ma nascosti da un velo di «benevolenza»<sup>25</sup>.

Continua, cioè, quella cooperazione assistenziale tipica degli anni 1970-80, attraverso la quale si esprimevano gli interessi (principalmente economici) dei Paesi ricchi nel favorire lo sviluppo di quelli poveri. La cooperazione però non deve essere concepita come mero «aiuto» assistenziale, ma si deve concretizzare attraverso azioni partecipative, condivise e solidali. Dovrebbe costruire legami e diffondere i principi di un'economia solidale e responsabile, rispettosa dei diritti umani, delle identità culturali e dell'ambiente. Se questi intenti<sup>26</sup> alimentano teoricamente i principi guida della cooperazione internazionale, nella realtà «discorsi» e «azioni» si dimostrano ancora piuttosto conservatori, in quanto l'organismo cooperante assume spesso la funzione di «agente» nel Paese in via di sviluppo e quest'ultimo assomiglia piuttosto a un «paziente passivo» più che a un *partner*.

Perciò «si rende necessario sviluppare nella popolazione locale una maggiore coscienza ambientale»<sup>27</sup> e la consapevolezza del valore del territorio che abita. Inoltre è bene ricordare agli Stati più ricchi che «la cooperazione allo sviluppo è una delle politiche di maggior rilievo per la proiezione internazionale dei Paesi industrializzati, assieme alla dimensione politico-diplomatica, all'internazionalizzazione, all'assistenza umanitaria; [...] la cooperazione allo sviluppo è solidarietà, ma è anche strumento di influenza in aree sensibili [...], di gestione delle crisi e di promozione della crescita»<sup>28</sup>; «la comunità internazionale ha davanti a sé nuove minacce e vecchi squilibri in un tempo pervaso da grandi inquietudini e da incerti cambiamenti. [...] La situazione [...] ci impone dunque nuove e particolari responsabilità nell'individuazione di una politica che non affronti soltanto le questioni umanitarie

<sup>25</sup> Antelmi D., «Comunicare la cooperazione: ruoli e identità», in Turco A. (a cura di), Op. cit., 2013, p. 137.

<sup>26</sup> Propugnati anche dall'Organizzazione delle Nazioni Unite.

<sup>27</sup> Antelmi D., Op. cit., 2013, p. 137.

<sup>28</sup> *Un mondo in comune: solidarietà, partnership, sviluppo. La nuova cooperazione italiana: documento di programmazione triennale (2015 - 2017)*, in <http://www.cooperazioneallosviluppo.esteri.it/pdgcs/Documentazione/NormativaItaliana/UN%20MONDO%20IN%20COMUNE%201%20luglio.pdf>, p. 61.

legate all'emergenza, ma privilegi azioni ed iniziative a largo spettro, in grado di sollecitare e mettere in campo politiche economiche e sociali strutturali e sostenibili, capaci di divenire volano concreto di sviluppo e fattore di stabilità. In questo senso la politica di cooperazione deve svolgere un compito preminente per assicurare condizioni di pace, stabilità e benessere nel lungo periodo»<sup>29</sup>. «L'attuale scenario mondiale caratterizzato da situazioni di crisi sempre più complesse – basti pensare all'impatto dei flussi migratori e delle emergenze umanitarie – enfatizza ancora di più il ruolo della cooperazione allo sviluppo, quale investimento strategico per la crescita globale e la stabilità internazionale. Tale ruolo risulta ancora più essenziale nel nuovo quadro dell'agenda per lo sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite»<sup>30</sup>.

La cooperazione non è solo una questione di uomini e di comportamenti, ma anche di istituzioni e soprattutto di meccanismi, che ne garantiscono il funzionamento. Ad oggi, però, in molti casi la comunicazione mediatica continua a veicolare l'immagine che il locutore vuole offrire di sé, legittimandosi e autorappresentandosi. A ciò si aggiunga il fatto che (nella categoria dei processi di territorializzazione «esterni») il territorio di arrivo è, in gran parte dei casi, visto come «utile» piuttosto che «carente di»<sup>31</sup>. Si individuano le «utilità» economiche, ambientali e culturali del territorio di arrivo, che diventa uno spazio di intervento nel quale il coordinamento degli elementi è affidato alle logiche degli attori esterni. L'azione procede quindi dall'esterno verso l'interno, dal più forte al più debole. Ed è proprio in questo atteggiamento manipolativo, che occulta situazioni di non-partecipazione attraverso processi *top-down*, che la cooperazione spesso si trova a muoversi, perdendo di vista l'obiettivo programmatico.

Non mancano, comunque, esempi positivi di cooperazione<sup>32</sup>. Va però osservato che non esiste un paradigma di buona pratica coopera-

<sup>29</sup> Ivi, p. 9.

<sup>30</sup> Ivi, p. 6.

<sup>31</sup> Morazzoni M., «Il turismo nei Caraibi: utopia di benessere?», in Turco A. (a cura di), Op. cit., 2013, pp. 263-279.

<sup>32</sup> Alla *cooperazione governativa*, spesso motivata da ragioni strategiche e opportunistiche, si tende a contrapporre la *cooperazione decentrata*, in quanto entrano in gioco le associazioni non governative, le amministrazioni locali - in Italia gli Enti locali quali, ad esempio, Regioni e Comuni - e, in generale, tutti gli attori che agiscono in una



tiva: esistono invece diversi parametri calibrati sulla specificità di ciascun problema. L'ONU predilige le cooperazioni che promuovono un miglioramento delle condizioni di vita di una determinata comunità locale, che deve essere coinvolta sia nella fase del progetto di cooperazione sia nella fase di attuazione. Dunque la cooperazione, per tradursi in una collaborazione effettiva tra donatore e *partner*, deve prevedere il coinvolgimento attivo di tutti gli attori (dalle istituzioni alla società civile) e deve garantire la valutazione del programma di cooperazione *in itinere* ed *ex-post*.

Per il raggiungimento di un partenariato concreto e di alto profilo, il riconoscimento dei rispettivi ruoli è fondamentale per impostare piani di cooperazione. In una prospettiva di condivisione di impegni, risorse, rischi e risultati occorre quindi ridisegnare la logica della cooperazione «scardinando, se necessario, parametri uniformanti e dati per acquisiti. La sburocratizzazione della cooperazione può solo portare a qualcosa di innovativo che metta in gioco le persone come veri soggetti che si incontrano, condividono e lavorano insieme»<sup>33</sup>. Si devono creare, quindi, solide sinergie tra i componenti della società civile coinvolti, a partire da ogni persona, da ogni gruppo, da ogni realtà sociale. In sintesi, si rendono necessari processi *bottom-up* effettivamente partecipativi, comunitari, progressive e continui, nei quali le diverse tipologie di attori concorrano ad alimentare e mantenere equilibri dinamici e progressivi.

Nel processo partecipativo, indipendentemente dalla tecnica o dall'insieme di tecniche adottate, si deve necessariamente tener conto delle circostanze, ovvero delle concrete condizioni di attuazione, come pure dei vincoli istituzionali, delle culture organizzative e delle possibilità di negoziazione, senza ignorare la qualità e la sensibilità delle singole persone che vi partecipano. Il processo partecipativo permette, così, di attuare strategie flessibili, cioè modificabili anche *in itinere*, diversamente dalle strategie e dalle azioni pensate all'interno della tradizionale cooperazione, calate dall'alto e difficilmente modificabili.

dimensione territoriale/partecipativa. La cooperazione decentrata è infatti «basata sul presupposto che è possibile conoscere i bisogni e i desideri della comunità locale e agire in modo concertato con la comunità stessa. Si parla allora di *partecipazione allo sviluppo*» (dell'Agnese E., «Tra turismo responsabile, cooperazione e *pro-poor tourism*», in Turco A., Op. cit., 2013, p. 184).

<sup>33</sup> Viganò P., «Quale salute per l'Africa?», in Turco A. (a cura di), Op. cit., 2013, p. 228.

Le tattiche di adeguamento alle circostanze favoriscono una maggiore comprensione di «ciò che si fa mentre lo si fa». Consentono quindi di correggere i percorsi individuati.

Tuttavia anche in questo caso alcuni chiarimenti sono necessari, come ben ha spiegato Elena dell'Agnese<sup>34</sup>. Innanzitutto la comunità locale si compone di persone con differenti sensibilità nei confronti dei luoghi e con variegate possibilità di esprimere le proprie opinioni. Inoltre forme differenti di conoscenza, diversità di genere e difficoltà linguistiche sono ostacoli reali che impediscono una partecipazione di tutti gli esponenti della comunità, che viene generalmente rappresentata da pochi «portavoce». Non sempre, quindi, si ha una partecipazione realmente inclusiva della popolazione locale.

La cooperazione è uno strumento di sviluppo importantissimo anche in ambito turistico. Il turismo, infatti, non è solo un mezzo per valorizzare un determinato territorio: è soprattutto un fenomeno complesso e un «motore» di impatti ambientali, culturali, sociali ed economici. Spesso questi impatti sono devastanti, soprattutto nelle regioni più povere, dove si vorrebbe invece che il turismo fosse un rimedio contro tutti i mali sociali ed economici.

Nei programmi dell'ONU e dell'UE al settore turistico è dedicato ampio spazio e, dunque, anche la cooperazione<sup>35</sup> riveste ruoli cruciali. Oltretutto «la cooperazione si incrocia con la nozione di «turismo sostenibile», un'etichetta che evoca quella di «sviluppo sostenibile», la quale dopo decenni di impiego è divenuta un'ideologema<sup>36</sup> capace di mobilitare gli atteggiamenti cognitivi degli individui e di trasmigrare da un settore all'altro dell'attività umana»<sup>37</sup>.

Il richiamo al sintagma «sviluppo sostenibile» serve inoltre (in un quadro di cooperazione) a rafforzare la legittimazione degli operatori (associazioni, onlus, tour operator...) e a definire la fisionomia del destinatario ideale (in questo caso il turista). Le scelte lessicali, a questo fine, sono fortemente connotative: l'operatore si «astiene da speculazioni e sfruttamento», propone «viaggi all'insegna dell'incontro tra culture diverse» e si «impegna a creare relazioni economiche paritarie con la

<sup>34</sup> Op. cit., pp. 184-187.

<sup>35</sup> Attraverso dichiarazioni, norme e accordi internazionali.

<sup>36</sup> L'ideologema è un elemento linguistico dotato di forte identificazione ideologica.

<sup>37</sup> Antelmi D., op. cit., 2013, p. 136.



comunità locale»; il turista ideale è, a sua volta, «responsabile», «consapevole» e «rispettoso». Tale comunicazione turistica in ambito cooperativo è, potremmo dire, «di nicchia», poiché si riferisce a un ristretto pubblico di esperti, a pochi operatori capaci di fare turismo sostenibile e a un esiguo pubblico di potenziali turisti (cioè quelli rispettosi).

Una valutazione critica induce chi scrive a chiedersi perché la comunicazione legata alla cooperazione si rivolga a un pubblico esiguo e perché solo il «turista di nicchia» sia rispettoso, mentre questa prerogativa sembra essere negata a quello di massa. È bene precisare inoltre che il «turismo sostenibile» non è una tipologia di turismo, ma un modo di fare turismo. Non è una «pratica codificata, ma una aspirazione mirata a ridurre le ricadute ambientali, sociali, culturali del turismo. [...] Piuttosto che una pratica operativa, il turismo sostenibile si qualifica dunque come un obiettivo, una ricerca che chiede a chi è, in qualche modo, coinvolto nel turismo di prestare attenzione alle persone e all'ambiente che lo circondano, evitando di trasformarli in semplice sfondo [...]»<sup>38</sup>.

È necessariamente sostenibile il comportamento del turista che visita l'Amazzonia e dorme all'interno di una palafitta e non-sostenibile quello di chi trascorre una vacanza in Tunisia in un *resort*? O forse tutti i tipi di turismo devono essere pensati nel quadro della sostenibilità, e quindi nel quadro di una scelta che implichi attenzione (da parte degli operatori e poi dei turisti) verso l'ambiente naturale, ma anche verso il sistema di relazioni sviluppate dagli esseri umani fra loro e dagli esseri umani con l'ambiente stesso?

Pure quando si parla di cooperazione turistica non manca un certo alone di confusione e di retorica. Tra le varie possibili cooperazioni c'è quella che mira a «stimolare lo sviluppo» di un territorio attraverso la pratica turistica. In questo caso l'obiettivo ultimo dell'intervento cooperativo non è il turismo in sé, ma lo sviluppo di tipo economico. Lo si ottiene attraverso la scelta di un territorio da parte dell'operatore «ricco», che investe (secondo la logica *top down*) in un territorio bisognoso di intervento (producendo forme di territorializzazioni create dall'esterno, ovvero eterocentrate)<sup>39</sup>. In questo caso, però, il più delle

<sup>38</sup> Dell'Agnese E., Op. cit., 2013, p. 180.

<sup>39</sup> Turco A., *Configurazioni della territorialità*, FrancoAngeli, Milano, 2010, *passim*; Morazzoni M., Op.cit., 2013, *passim*.

volte si tratta di un tipo di cooperazione motivata da ragioni strategiche e opportunistiche.

Vi è poi la cooperazione che mira a una «partecipazione allo sviluppo» (quella decentrata). In questo caso si agisce in modo concertato con la comunità locale. Ma i membri della comunità hanno differenti percezioni del «luogo» in cui vivono. Quel luogo, in realtà, è una molteplicità di luoghi diversi tra loro, poiché ciascun esponente della comunità gli attribuisce un proprio significato. È dunque possibile concertare visioni così differenti le une dalle altre?

C'è infine anche un tipo di cooperazione che si pone l'obiettivo della «riduzione della povertà», attraverso forme di turismo che generano guadagni per i poveri<sup>40</sup>, migliorandone la qualità della vita e dando loro nuove opportunità (per esempio in ambito educativo). La maggior parte di queste iniziative si attua nei Paesi meno sviluppati e si prefigge di favorire l'imprenditoria locale. Ma molte imprese lucrative mascherano le proprie attività dietro questa facciata, limitandosi a elargire donazioni alle popolazioni locali, senza realmente coinvolgerle nei processi lavorativi.

La cooperazione turistica internazionale è, dunque, di difficile realizzazione e desta perplessità su come essa viene condotta. Certamente è sempre degno l'obiettivo di alleviare la povertà e di salvaguardare ambienti e popoli, ma è anche indubbio che le buone pratiche possono essere perseguite con modalità differenti da quelle più diffuse e con una maggiore trasparenza relativamente ai fini perseguiti.

## 5.5 Turismo sostenibile, autenticità ed esperienze alternative

Una delle spinte moderne<sup>41</sup> al «fare turismo» è la ricerca di esperienze «autentiche» (Cohen, 1988, pp. 373-374 e 1995, p. 21), cioè dell'incontro con realtà differenti dalla propria e in sintonia con una presunta tradizione non corrotta (Rushdie, 1991, p. 67). In questi casi c'è la volontà (il più delle volte) di fuggire i problemi e il senso di alienazione della propria quotidianità (Sharples, 1994, p. 147) per conoscere la «vera vita» degli altri (MacCannell, 1976, p. 91). In realtà l'autenticità

<sup>40</sup> Dell'Agnese E., Op. cit., p. 186.

<sup>41</sup> «Moderne» è qui inteso in contrapposizione a «pre-moderne» e a «post-moderne».



Il turismo è oggi un fenomeno globale e sempre più complesso. Chi viaggia porta con sé la propria cultura e le proprie abitudini personali. Così i tanti modi di essere uomini sul nostro pianeta si confrontano (e talvolta si scontrano) gli uni con gli altri.

Le scienze sociali hanno il compito di studiare questa complessità, per renderla comprensibile a tutti. Questo libro lo fa in modo nuovo: percorre una via nella quale convergono gli studi realizzati sul turismo soprattutto dalla geografia, ma anche dall'economia, dalla psicologia, dalla sociologia e dall'antropologia. In tale ottica il turismo è stato analizzato come un processo condizionato da strutture culturali e dalle relative declinazioni sociali.

Al centro di questa riflessione c'è l'«Uomo» e il filtro culturale e sociale con il quale vive la propria esperienza turistica: una sorta di «occhiali» attraverso i quali interpretare eventi, oggetti e persone incontrati. La stessa quotidianità, dalla quale un individuo si allontana nel suo farsi turista, agisce su di lui e sulle sue scelte: lo vincola, lo condiziona e deforma il suo modo di vedere, capire e interpretare. È una sorta di valigia con la quale ci si muove nel mondo. Comprendere quanto pesa questo bagaglio e come limita i movimenti è una presa di coscienza fondamentale, per essere turisti consapevoli e per fare del viaggio uno strumento di conoscenza del mondo.



€ 16,50

CB 5501

**Matteo Di Napoli è un geografo. Ha insegnato presso l'Università degli Studi di Milano, la Libera Università di Lingue e Comunicazione – IULM di Milano e l'Université de La Manouba di Tunisi. Si occupa principalmente di geografia politica, culturale e sociale e ha pubblicato numerosi manuali e saggi scientifici; tra questi *La geografia culturale e sociale dei giochi* (Unicopli, 2012), *Samarqanda* (De Agostini, 2015), *Un nuovo pianeta per l'Uomo* e *Prospettive geografiche* (Lucisano, 2008 e 2011).**