

come le carte e le mappe turistiche sviluppate a diversa scala, le guide turistiche, vedi i volumi della serie *Rough Guide*, disponibili anche on-line, utili per chi voglia visitare gli Stati Uniti, o le guide del Touring Club Italiano, sino ai recenti sistemi di cartografia elettronica (*Global Position System*) che servono a soddisfare le più moderne esigenze del turista odierno.

Quanto poi agli strumenti di promozione e di vera e propria politica turistica, generalmente gestiti dagli enti pubblici, l'autore rileva come accanto a questa tipologia di promozione si affianchi comunque una numerosa e varia serie di proposte e iniziative che forniscono, talora, un'immagine della meta turistica semplificata secondo le aspettative e le percezioni del potenziale turista.

Chiude questa terza parte un'accurata e aggiornata disamina sulle attuali infrastrutture tramite cui avviene la circolazione turistica, dalla ferrovia alle vie d'acqua, alle linee aeree, sino alle reti telematiche o reti del pensiero che consentono di effettuare i così detti *virtual tours*.

La quarta parte (*Incoming tourism: structural and dynamic aspects*) tratta la fase dell'*incoming*, definita come *attractive or passive phase*, e risulta assai stimolante per la geografia del turismo in quanto studia appunto i luoghi del turismo e le loro tipologie, le regioni turistiche e le loro attrezzature, il movimento degli ospiti.

Rapido ma didatticamente molto efficace l'*excursus* effettuato sulla regione turistica ricettiva, individuabile sulla base di caratteri formali, funzionali o sistemici.

Per lo studio del movimento turistico che conclude questa quarta parte, l'obiettivo viene puntato con decisione sul nord America, con una tabella (p.186) che riporta gli arrivi internazionali dai primi venti paesi del modo verso gli Stati Uniti per un arco di tempo compreso tra il 2000 e il 2006.

La quinta parte (*The relationship between tourism and other phenomena in movement and upon arrival*) incentrata sul rapporto tra turismo e alcune variabili come la popolazione, l'occupazione, l'agricoltura, l'industria, l'economia in generale, affronta in prima battuta una tematica attualmente oggetto di accesi dibattiti da parte di studiosi di diverse discipline: il rapporto turismo ambiente, gli eventuali danni, i possibili rimedi e le politiche da attuare per un tipo di turismo sostenibile, responsabile, che possa durare nel tempo. Gradevole e interessante per il lettore risulta il paragrafo dedicato ai più famosi parchi statunitensi e alle politiche seguite nella loro gestione.

La parte sesta (*Statistical information and its graphic and cartographic representation*) fornisce quella che potremmo definire la cassetta degli attrezzi, degli strumenti indispensabili per una corretta analisi del sistema turismo. Impossibile in questa sede ricordare singolarmente tutti gli indicatori e gli indici statistici, i diagrammi e gli istogrammi presentati, fondamentali per condurre un'adeguata e corretta analisi del fenomeno turistico in termini scientifici.

La parte settima (*A more current geography of tourism*) con la presentazione di alcuni "paradigms of recent achievements" conclude egregiamente l'intero lavoro secondo la prospettiva perseguita da Innocenti: superare l'ottica tradizionale seguita dalla geografia del turismo e mirare a una visione organica e sistematica con un "analytical approach" (p. 273) tramite la revisione di alcune categorie tradizionali, l'introduzione di paradigmi di più recente affermazione e l'utilizzo di particolari modelli quali strumenti di analisi della realtà empirica. (ORIA TALLONE).

EZIO MARRA, ELISABETTA RUPINI (a cura di), *Altri turismi. Viaggi, esperienze, emozioni*. Milano, FrancoAngeli, 2010, 192 pp.

Altri Turismi raccoglie otto saggi sociologici dedicati ad approfondire altrettante tematiche relative ai nuovi trend del mercato turistico contemporaneo, un mercato che

con il post-fordismo si sta costantemente frammentando per incontrare le domande di turismi 'altri'; vale a dire, le domande di esperienze di viaggio alternative all'offerta del turismo di massa fordista che i clienti, sempre più esperti, esigenti e consapevoli del tipo di vacanza che vogliono trascorrere, richiedono oggi agli operatori e agli agenti di viaggio.

Il libro è strutturato in due parti, precedute da un'introduzione di Ezio Marra. La prima parte, "Turismo tra media, nuove tecnologie e nuove identità", comprende quattro capitoli dedicati ad analizzare come i media, e in particolare internet, cinema e televisione, stanno esercitando un impatto sulla geografia del turismo contemporanea creando di fatto nuove mete. La prima parte si conclude con un saggio dedicato al turismo cosiddetto "lgbt" (lesbian, gay, bisexual, transgender). Più in particolare, il capitolo primo ("Turismo, turisti, internet"), di Maurizio Götz e Cesare Massarenti, esplora in modo piuttosto dettagliato la relazione tra turismo e uso della Rete, mettendo in luce come la nascita del Web 2.0 abbia cambiato il rapporto tra clienti, tour operator e agenzie di viaggio, e ben evidenzia come la nascita dei social network abbia dato ai viaggiatori gli strumenti per condividere esperienze relative alla loro vacanza, canali di condivisione (quali forum, blog, Twitter e Facebook) che stanno modificando il mercato dell'offerta turistica.

Il secondo capitolo, di Federico Boni, affronta il cosiddetto "turismo mediatico" ed evidenziandone la relazione con quello architettonico giunge a teorizzare quello che l'Autore chiama "mediaturismo architettonico"; tratta, cioè, di quei viaggi intrapresi per andare a toccare con mano luoghi ed edifici che hanno fatto da set di film per il grande e il piccolo schermo (New York, la città probabilmente più 'girata' al mondo; i Sassi di Matera che hanno fatto da sfondo per *The Passion of the Christ* di Mel Gibson; la Reggia di Caserta e la Villa del Balbianello sul lago di Como, location dell'ultima parte della trilogia di *Guerre Stellari* di George Lucas; il castello di Agliè dov'è stata girata la serie *Elisa di Rivombrosa*, o il mulino di Chiusdino in provincia di Siena, set dello spot del *Mulino Bianco*).

Oscar Ricci si occupa, nel terzo capitolo, di *Vipwatching*, che definisce come "la pratica amatoriale di avvistare delle celebrità, portata avanti con metodo, e che generalmente si concretizza con l'ottenimento di una foto del vip, meglio se immortalato assieme al *vipwatcher*" (p. 69). L'Autore propone un'interessante analisi di questo fenomeno eseguita su materiale presente in diversi siti online, forum amatoriali, e su giornali della carta stampata, e generato tramite una serie di interviste semi-strutturate condotte con dei *vipwatcher*. Ricci stila così un profilo del *vipwatcher* e delle strategie e pratiche che questi adotta per avvistare i propri beniamini. Il *vipwatcher* pratica un turismo 'di precisione', "chirurgico" come lo definisce l'Autore; il suo obiettivo è infatti individuare il punto e il momento esatti in cui la celebrità si verrà a trovare e ha lo scopo ultimo di portarsi a casa, come souvenir della vacanza, degli scatti fotografici di e/o con il proprio beniamino. Il quarto capitolo, di Maria Luisa Fagiani, chiude la prima parte di *Altri Turismi* con un esame del turismo lesbian, gay, bisexual e transgender e delle relative spazialità, ripercorrendone le origini storiche, per poi passare al marketing della diversità e accennare al fenomeno del turismo lgbt in Italia; infine, mette in luce come il turismo lgbt rappresenti un fenomeno dalle radici antiche (a cominciare dai Grand Tour del Seicento) e un mercato in pieno sviluppo.

La seconda parte del libro, "Turismo e corsi di vita", comprende altri quattro capitoli e tratta del turismo matrimoniale, del *dark tourism*, e delle esperienze di viaggio in cui il corpo gioca un ruolo essenziale: il turismo medico-estetico e i viaggi intrapresi per fruire della "procreazione medicalmente assistita". Nello specifico, mentre il capitolo quinto di Laura Arosio presenta un'analisi di come, in Italia, la celebrazione dei matrimoni (organizzazione della cerimonia, festeggiamenti, viaggio di nozze) costituisca

una risorsa per il turismo alimentando un notevole giro d'affari, il saggio successivo, "Turismo e riproduzione sociale", di Elisabetta Ruspini, tocca la delicata tematica della vacanza fatta all'estero da coppie desiderose di affidarsi alle tecniche di riproduzione assistita. Questo tipo di turismo, come sottolinea l'Autrice, rappresenta un campo di ricerca recente non semplice da approfondire, considerata la riluttanza dei partecipanti a parlarne e la conseguente scarsità di dati al riguardo. Ruspini comincia col proporre una panoramica sulla normativa italiana ed europea riguardo la "procreazione medicalmente assistita" e nota, poi, come l'incremento dei viaggi intrapresi con la speranza di poter avere un figlio sembra essere legato proprio alle restrizioni imposte dalla legge italiana. Successivamente, l'Autrice offre una mappatura delle mete scelte dagli italiani: la Spagna, la Svizzera, il Belgio, la Gran Bretagna, gli Stati Uniti, l'Austria, la Repubblica Ceca, la Slovenia, la Grecia e la Turchia. Ruspini illustra inoltre come recentemente alcune strutture turistiche si siano specializzate in "vacanze procreative" promuovendosi come *fertility hotel* dove è possibile acquistare dei pacchetti 'tutto compreso' pensati per "invogliare la coppia alla procreazione" (p. 141), e che includono soggiorni romantici (ma non trattamenti medici) per incontrare la domanda di quelle coppie che cercano di realizzare i propri sogni di genitorialità.

Sempre la Ruspini, nel settimo capitolo, tratta la crescente domanda di turismo medico-estetico; quel turismo, cioè, intrapreso da chi vuole fruire di interventi chirurgici (estetici, ma non solo) all'estero e desidera trascorrere il periodo post-operatorio in contesti 'esotici' a prezzi contenuti. L'Autrice sottolinea come alla base della crescita della domanda di questo tipo di turismo vi sia la possibilità di avvalersi di trattamenti di qualità ma 'low-cost', di evitare le lunghe liste di attesa degli ospedali del proprio paese d'origine, e di ricorrere a un trattamento estetico e/o medico godendo di una privacy pressoché totale. I clienti-viaggiatori sono quindi attratti dall'opportunità di acquistare pacchetti economici che comprendono viaggio, intervento chirurgico, degenza, escursioni, e che assicurano di poter trascorrere la convalescenza nell'arco della vacanza. In questo caso, il viaggio diventa la metafora letterale del cambiamento del sé, ci ricorda Ruspini, combinando la trasformazione psicologica con quella fisica.

Nel capitolo ottavo, che chiude il libro, Simone Tosi propone un'analisi critica al cosiddetto *dark tourism*, il 'turismo del macabro' che include quei pellegrinaggi intrapresi per visitare i luoghi che sono stati palcoscenico di eventi tragici, e che sono quindi legati alla sofferenza umana e alla morte: il ponte parigino dell'Alma che ha visto la morte di Lady Diana, i luoghi della Shoah in Polonia, Palermo con le sue 'catacombe dei cappuccini' sotto la chiesa di Santa Maria della Pace, il cimitero Père Lachaise a Parigi dove sono sepolti numerosi personaggi illustri, o ancora Cogne, 'teatro' di uno dei più violenti crimini della cronaca italiana contemporanea. L'Autore ripercorre la storia del *dark tourism* evidenziando come i pellegrinaggi ai luoghi del macabro non siano cosa nuova, ma risalgano all'antichità: dai giochi dei gladiatori nella Roma antica e dalle esecuzioni pubbliche nel medioevo, per arrivare fino al presente, un momento in cui i mezzi di comunicazione di massa, con l'enfasi sulla spettacolarizzazione della cronaca, stanno avendo un ruolo cruciale nel ridisegnare, continuamente, la mappa dei pellegrinaggi (più o meno turistici) del macabro oggi.

In sintesi, *Altri Turismi* è una piccola ma interessante antologia che raccoglie otto scorci sul frammentato paesaggio turistico contemporaneo. Si tratta di un volume particolarmente utile per capire quali sono i trend di viaggio e vacanza e i segmenti di mercato turistico più interessanti oggi. È un libro che può essere usato come testo complementare per un corso di geografia del turismo per illustrare e approfondire con gli studenti l'evoluzione dei turismi oggi praticati in Italia e all'estero. (ANNALISA COLOMBINO).