

# SCHEDE BIBLIOGRAFICHE

di Patrizia Laurano

Sapienza Università di Roma

patrizia.laurano@uniroma1.it

---

## ABSTRACT

*In this pages are presented some of the books published in Italy on the sociology of tourism. The selection try to include references to more recent texts (such as those of Gilli and Lavarini) and to remember «classics» books in a young and rapidly evolving discipline like sociology tourism. Special attention also was given to books that can be used for educational purposes, because there is a growing attention of the academic world about this complex and multidisciplinary field of study.*

Gilli, M. (2010). *Autenticità e interpretazione nell'esperienza turistica*, Roma, Franco Angeli.

Nel recente libro di Monica Gilli viene ben evidenziato il cambiamento della pratica turistica nel tempo e, di conseguenza, la parallela evoluzione della riflessione sociologica. Inizialmente, infatti, la sociologia non ha dedicato un'adeguata attenzione a questo fenomeno, liquidandolo sbrigativamente come risposta a un bisogno di riposo e di momentanea distanza dai propri ruoli sociali. La profonda trasformazione subita dal turismo in questi anni, però, ha indotto anche l'analisi sociologica ad approfondire tutte le dimensioni e a cercare di coglierne la complessità.

Oggi, la pratica turistica – come le altre esperienze del tempo libero – si configura in maniera sempre più evidente come strumento di espressione della soggettività dell'individuo e di realizzazione del proprio sé. Coerentemente, quindi, il volume si sofferma sui concetti di «esperienza» e di «identità», contrapponendo efficacemente la ricerca dell'«autenticità» da parte del singolo all'«interpretazione» di simboli e significati da parte della società.

Nella seconda parte, viene analizzato il ruolo del museo nella società contemporanea, soffermandosi sulle modalità con cui l'istituzione museale ha risposto ai cambiamenti della pratica turistica. La riflessione è corroborata dalla presentazione di un caso di ricerca, in cui viene ben evidenziato il rapporto tra museo e comunità locale-territoriale.

Lavarini, R. (2009). *C'era una volta il turismo*, Milano, Hoepli.

Il volume analizza i diversi elementi turistici illustrandone l'evoluzione storica e concettuale: la distinzione tra viaggiatori e turisti, l'ospitalità, il prodotto turistico, i produttori di viaggi e i venditori di viaggi.

Il taglio del libro è di tipo tecnico, ponendosi così come utile strumento per chi intende operare nel settore turistico e permettendo un approccio immediato anche per chi si avvicina per la prima volta a questo settore. L'autore, infatti, delinea in maniera sintetica ed efficace i progressi compiuti sia nella produzione che nella distribuzione dei servizi turistici.

Nell'ultima parte del volume sono presentate alcune tipologie di viaggio e la storia delle EXPO. Queste grandi esposizioni internazionali, tenutesi fin dalla metà del XIX secolo, sono sempre state un potente attrattore per lanciare l'economia e l'immagine di un Paese e hanno richiamato numerosi visitatori. Inevitabile, quindi, una attenta riflessione sul loro ruolo e il loro significato nell'attuale mercato turistico, soprattutto in vista dell'EXPO del 2015 che vedrà Milano (e l'Italia) protagonista.

Gemini, L. (2008). *In viaggio. Immaginario, comunicazione e pratiche del turismo contemporaneo*, Milano, Franco Angeli.

È la stessa autrice a delineare in maniera molto precisa nell'Introduzione il contenuto del volume. Punto di partenza è la distinzione tra i temi e i discorsi sui viaggi e sul turismo. Da un lato, infatti, essi si sviluppano

a partire da dati e statistiche istituzionali ed economiche (come l'Organizzazione Mondiale del Turismo); dall'altro, invece, è la primitiva predisposizione umana alla mobilità a essere considerata.

Da questi presupposti, l'autrice sviluppa il proprio discorso attraverso una serie di parole chiave: performance (che richiama l'esperienza vissuta), efficacia e intrattenimento (che mettono in luce il carattere performativo del viaggio), evoluzione e complessità (che richiamano il carattere sistemico del turismo), consumo (che esemplifica la pratica turistica come percorso identitario dell'individuo).

Nel secondo capitolo, l'evoluzione del viaggio viene messa in relazione con le forme della comunicazione, procedendo quindi verso l'immaginario collettivo che struttura il viaggio, cioè verso quell'insieme di miti, simboli, rappresentazioni che i media contribuiscono a creare. È qui dunque che viene formulata l'ipotesi centrale del volume, cioè l'osservazione del viaggio attraverso la transizione da un immaginario di tipo rappresentazionista a uno prevalentemente performativo.

Questo secondo ambito dell'immaginario viene approfondito nel terzo capitolo, dove il legame con la comunicazione, e in particolare con le logiche e i linguaggi dei media digitali, è evidenziato dall'analisi di programmi televisivi, blog, installazioni turistiche.

Savelli, A. (2008). *Spazio turistico e società globale*, Milano, Franco Angeli.

Il volume curato da Asterio Savelli raccoglie i contributi del IV Convegno Mediterraneo di Sociologia del Turismo, dedicato al tema *Locale e globale nel turismo: le forme di aggregazione e le reti di comunicazione*, svoltosi a Ravenna nel 2001 e organizzato dall'Associazione Mediterranea di Sociologia del Turismo.

I contributi sono divisi in tre sezioni tematiche: «Aree turistiche e processi di globalizzazione», «La città nella relazione turistica», «Turismo, globalizzazione e reti informatiche». La prima parte è dedicata alla riflessione sui profondi cambiamenti che le dinamiche della globalizzazione hanno portato nel turismo, ampliando l'offerta e incidendo sulle scelte dei consumatori in modalità che ancora non è possibile cogliere appieno.

La seconda parte presenta, invece, casi specifici di studio dedicati a particolari realtà territoriali, orientati dunque al glocale, altra faccia della globalizzazione.

L'ultima parte, infine, chiama in causa le nuove tecnologie della comunicazione, interrogandosi sul ruolo che i media e le reti informatiche hanno avuto (e avranno) sul mercato turistico e sulle strategie di immagine del territorio.

Leone, G. (2006). *Manuale di sociologia del turismo*, Bologna, CLUEB.

Il manuale di Giovanni Leone è strutturato in modo da configurarsi come un pratico strumento di studio del fenomeno turistico: è diviso infatti in molti capitoli, ognuno dei quali affronta un tema chiave del settore e ospita, alla fine, anche un dizionario-glossario delle voci che possono essere utili per chi opera in questo settore.

In maniera sintetica e classificatoria, il volume presenta: il turismo e la sua evoluzione storica, le tipologie di turismo oggi esistenti, le tipologie di turista, un approfondimento sugli aspetti psico-sociologici collegati al turismo, i tipi di attrezzature ricettive e ricreative, le risorse turistiche, i trasporti, il rapporto tra popolazione locale e turismo, le modalità di sviluppo turistico (ciclo di vita, forme di aggregazione, commercializzazione del prodotto turistico), gli attori dei servizi turistici, l'impatto delle nuove tecnologie sul mercato turistico, il rapporto tra l'ambiente e le dinamiche turistiche e, infine, gli aspetti legislativi del settore.

Una panoramica ampia degli elementi che compongono questo complesso oggetto di studio che costituisce oggi una delle maggiori forze nell'economia mondiale.

Savelli, A. (2005). *Sociologia del turismo*, Milano, Franco Angeli.

Il manuale di Asterio Savelli ha colmato la grave carenza di testi, soprattutto a livello didattico, che pesava sul campo del turismo. La disciplina

della sociologia del turismo ha infatti una storia ancora breve e per lungo tempo è rimasta appannaggio dei paesi dal cosiddetto «turismo attivo», cioè generatori dei principali flussi internazionali (l'America del nord, l'Europa centro-settentrionale).

L'autore ricompone all'interno del volume i numerosi contributi della letteratura internazionale, integrandoli però con i più recenti apporti della sociologia italiana, in particolare sulla costruzione delle identità soggettive e sulle rappresentazioni collettive.

La prima parte del volume è dedicata proprio al «turismo e scienze sociali», analizza cioè (attraverso la figura del «forestiero») il turismo come comportamento che appartiene al campo delle relazioni sociali. La seconda parte è di natura storica e ricostruisce l'evoluzione nel tempo delle pratiche turistiche. La terza parte si sofferma sul turismo di massa, la forma più diffusa nell'immaginario collettivo, analizzandone caratteristiche ed elementi. La quarta parte affronta i cambiamenti portati nel campo del turismo dall'avvento della cosiddetta società post-industriale, che ridefinisce i rapporti tra singolo e sistema sociale restituendo all'individuo soggettività e differenziazione. L'ultima parte, infine, presenta alcune linee di ricerca e di approfondimento, come ad esempio l'evoluzione del modo di «fare vacanza», i fattori di spinta e di attrazione nel turismo, il rapporto tra salute e turismo.

Giacomarra, M.G. (2005). *Turismo e comunicazione*, Palermo, Sellerio.

Il volume di Mario Giacomarra ha il merito di coniugare l'analisi della pratica turistica nella società moderna con le procedure della comunicazione. I primi due capitoli sono infatti dedicati a delineare alcuni concetti chiave della sociologia del turismo, dalle origini di questa pratica sociale alla sua evoluzione storica, dalle forme di turismo alle tipologie di turisti.

I successivi capitoli, invece, sono dedicati alla comunicazione, analizzando innanzi tutto le funzioni e gli effetti della comunicazione e passando poi ad applicare le tradizionali categorie della sociologia della comunicazione al prodotto turistico. I profondi cambiamenti interve-

nuti nel settore turistico chiamano fortemente in causa il ruolo della comunicazione e sottolineano l'esigenza di figure professionali che siano in grado di gestire i processi di promozione e immagine in questo settore. Il momento della comunicazione, avverte l'autore, è inscindibile dal momento della produzione, poiché il prodotto (un luogo o un servizio) esiste solamente se immaginato e comunicato, ancor prima che fruito.

Sono mutati, inoltre, gli strumenti, le tecniche e i pubblici stessi a cui è rivolta la comunicazione turistica. Per comprendere le trasformazioni in atto e per pianificare un'adeguata formazione, quindi, non bastano gli strumenti del marketing, ma è necessaria una più approfondita conoscenza dei processi sociali e antropologici che sottostanno al turismo.

Montani, A.R. (2005). *Messer Milione ... Internet. Territorio, turismo, comunicazione*, Napoli, Liguori.

Il volume curato da Anna Rosa Montani, che accoglie saggi di diversi studiosi, si situa in realtà nel più ampio campo del rapporto tra scienze sociali e territorio, di cui il turismo costituisce parte essenziale delle cosiddette «nuove» sociologie del territorio. Punto di partenza, quindi, è l'analisi della città, trasformata dalle dinamiche della globalizzazione e della comunicazione. Oggi, infatti, i «sistemi-urbani» appaiono in concorrenza tra loro per ottenere le risorse necessarie alla loro sopravvivenza e alla loro crescita. Fra le risorse, il turismo costituisce oggi un elemento fondamentale, che può essere raggiunto grazie agli strumenti della comunicazione e della promozione.

È attraverso il richiamo a questi elementi che deve essere letto l'originale titolo del volume: *Messer Milione* rappresenta i territori e i popoli, mentre *Internet* sottolinea l'importanza rivestita dalla comunicazione globale. La struttura del libro ripropone la distinzione tra questi elementi: la prima parte è dedicata all'evoluzione della città e all'analisi del turismo come fenomeno sociale; la seconda al ruolo svolto dalla comunicazione sia per la competizione tra le società locali che per l'ambiente e il turismo; la terza parte, infine, raccoglie alcune ricerche che permettono di approfondire i diversi elementi trattati nelle pagine precedenti.

Nocifora, E. (2002). *Itineraria. Dal Grand Tour al turismo postmoderno. Lezioni di sociologia del turismo*, Milano, Le Vespe.

Il volume di Nocifora risponde al diffuso bisogno di disporre, anche a livello didattico, di un manuale di sociologia del turismo in linea con i tempi. L'«oggetto» turistico, infatti, è estremamente mutevole e soggetto ai cambiamenti della società. Per questo motivo, occorre aggiornare continuamente la riflessione e l'analisi. In particolare, serve definire in maniera precisa la specificità (e la legittimità) dell'oggetto di studio. Nocifora, quindi, coglie diversi elementi che costituiscono il turismo: dal legame con la modernità alla valenza comunicativa, dalla distinzione tra viaggio e villeggiatura all'evoluzione del turismo di massa, dal rapporto con l'ambiente all'accessibilità e innovazione di consumo. Obiettivo del volume è restituire la complessità del fenomeno turistico, prendendo in considerazione i rapporti sistemici che costituiscono l'essenza di questo fenomeno.

Urry, J. (1995), *Lo sguardo del turista*, Roma, Seam.

Il libro di Urry costituisce ormai quasi un classico degli studi sul turismo. L'autore approfondisce in particolare il rapporto tra la pratica turistica e il tempo libero: è con l'era industriale, infatti, che nella società si comincia a sentire in maniera più cogente la necessità di un tempo libero dal lavoro, dall'impegno cioè a procurarsi i mezzi di sussistenza. Appare evidente come in questo modo la sociologia del turismo appaia strettamente collegata a una più generale teoria del cambiamento sociale. In particolare, Urry analizza il fenomeno turistico nell'era post-moderna, cogliendo i profondi cambiamenti intervenuti sia nel tipo di offerta che nella domanda stessa dei prodotti turistici.

Concetto centrale del volume, comunque, è lo «sguardo» del turista, poiché l'esperienza di prodotti e servizi turistici implica (almeno in parte) l'osservare attentamente ambienti, paesaggi, vedute. Questo sguardo, però, non è assoluto e determinato, ma cambia a seconda del-

la società, dei gruppi sociali, dei periodi storici. Obiettivo del volume è proprio analizzare le modalità con cui si costruisce e si rafforza lo sguardo del turista, le strategie che lo promuovono e le conseguenze sulle diverse pratiche sociali.

## RIASSUNTO

*Sono presentati, in maniera sintetica, alcuni dei principali volumi editi in Italia sulla sociologia del turismo. La selezione, per definizione restrittiva, cerca di includere sia riferimenti ai testi più recenti (come quelli di Gilli e Lavarini), sia di ricordare volumi che vanno costituendo ormai quasi dei «classici» in una disciplina giovane e in rapida evoluzione come quella della sociologia del turismo. Particolare attenzione, inoltre, è stata data ai libri che ben si prestano anche a un uso didattico, soprattutto in virtù della crescente attenzione che il mondo accademico sta mostrando verso questo complesso e multidisciplinare campo di studi.*