Bollettino A.I.C. nr. 126-127-128/2006

L'OFFERTA CONTEMPORANEA DI CARTOGRAFIA TURISTICA IN FORMATO CARTACEO: IL CASO DELLA CITTÀ DI PARMA

THE CONTEMPORARY OFFER OF PAPER CARTHOGRAPHY FOR TOURISTS: THE CASE OF THE TOWN OF PARMA

Leonida Fadiga, Davide Papotti[1] (*)

(*) Dipartimento di Scienze della Formazione e del Territorio, Università di Parma.

Riassunto

La cartografia turistica rappresenta un interessante repertorio per la verifica dell'efficacia comunicativa dello strumento cartografico. Al centro di una complessa dialettica fra le esigenze del committente, quelle del produttore e quelle dell'utente, una carta turistica è chiamata ad un difficile equilibrio fra completezza informativa ed efficacia comunicativa. L'articolo analizza il caso della produzione cartografica turistica dell'ultimo ventennio nel contesto di una città di medie dimensioni, Parma, che fonda la propia appetibilità turistica soprattutto sulla dotazione artistico-monumentale. Attraverso uno spoglio comparativo di 26 carte turistiche, gli autori propongono un'analisi dei punti forti e dei punti deboli della cartografia in questione. In fase di conclusione, vengono inoltre proposti alcuni suggerimenti operativi per la messa a fuoco di un'efficace cartografia turistica per un centro urbano.

Abstract

Tourism cartography represents an interesting repertory to investigate the communicative power of a map. A tourism map is, in fact, at the center of a complex web, between the needs of its sponsor, those of its producer and those of its reader. This specific kind of cartography must be able to convey a complete set of information and, at the same time, be simply readable. The article takes into consideration the tourism cartography produced during the last twenty years for a medium-sized town, Parma, whose tourist appeal is based on the monuments of the historical downtown. Through the analysis of 26 different tourism maps of the town of Parma, the authors offer a critical exam of both the strengths and the weaknesses of this special kind of cartography. Last, the authors suggest some strategies to improve tourism maps portraying an urban downtown.

[1] Il lavoro di ricerca e di commento del materiale cartografico è stato svolto in collaborazione dai due autori in tutte le sue fasi. Per quanto riguarda la stesura del presente testo, sono da attribuire a Davide Papotti i paragrafi 1 e 3 ed a Leonida Fadiga il paragrafo 2.

1. La carta turistica di un centro urbano: caratteristiche di base

1.1. Che cosa è una carta urbana

La carta turistica di un centro urbano è una carta specifica, incrocio ibrido di una specializzazione spaziale e di una concentrazione tematica[2]. Questa cartografia è infatti chiamata ad esprimersi in un contesto ambientale, quello cittadino, denso, affollato, ridondante di segni e significati, impegnativo dunque sul fronte della riproducibilità.

Ed al contempo è forzatamente destinata ad un'utenza assetata di informazione, che si basa sui dati cartografici per ricavare l'orientamento, per spostarsi, per identificare luoghi di prioritario interesse. Le carte turistiche dei centri urbani sono pertanto chiamate ad una rigorosa efficacia comunicativa, che sappia coniugare un solido portato informativo con un'eloquente capacità espositiva[3].

Di norma si tratta di carte a grande scala, i cui valori sono variabili a seconda del singolo contesto urbano (la maggior parte delle carte turistiche di città si aggira fra la scala di riduzione 1:7.500 e la scala 1:15.000, raramente su valori inferiori), ma che generalmente assicurano un livello di dettaglio abbastanza elevato.

La carta turistica di un centro urbano possiede nell'immaginario cartografico socialmente condiviso un'identità spiccata, in virtù di una larga diffusione e di un'illustre tradizione storica. Essa appare come tipologia, per rimanere in ambito italiano, già nella prima serie della fortunata *Guida d'Italia* (organizzata su base regionale) pubblicata in Italia fra 1913 e 1929[4].

Le serie storiche delle carte presenti nelle successive edizioni relative al medesimo contesto urbano permettono di seguire lo sviluppo urbanistico dei centri storici ed al contempo di osservare i

[2] Per un inquadramento dell'oggetto "carta turistica" all'interno del variopinto mondo cartografico si rimanda a Cresta, Uboldi, 2001, pp. 40-42 e 51-58. Sulla carta turistica come carta tematica cfr. Toniolo, 1978.

[3] Per una lettura critica della carta turistica come «rappresentazione materiale dello spazio prodotta ed interpretata in mutevoli contesti sociali» e per riferimenti alle «complesse interrelazioni intertestuali fra la carta e gli spazi e le identità che essa si sforza di rappresentare» (Hanna, Del Casino, 2003, p. xi) si vedano i lavori di Harley (1989) e di Wood (1992). In questa sede l'attenzione è posta, in prospettiva più ristretta, ad un'analisi dell'efficacia tecnico-comunicativa con cui la carta turistica di un centro urbano svolge il proprio ruolo istituzionale: quello di invitare a visitare un determinato luogo comunicando le coordinate di base per muoversi in esso ed illustrando le sue caratteristiche di attrazione. In tale prospettiva si pongono al centro dell'attenzione «le linee, i punti e le immagini che, a prima vista, sembrano esaurire le carte turistiche» (Hanna, Del Casino, 2003, p. xxiii)

[4] «Anche nelle guide si profuse una quantità di sussidi cartografici (piani di città, itinerari, cartine, profili) che il Touring iniziò a produrre in un proprio laboratorio cartografico, destinato ad imporsi ben presto, per la qualità dei suoi lavori, in Italia e all'estero» (Bonapace, 1984, p. 60). Brusa (1984) ci ricorda come le carte urbane delle città italiane fossero già presenti nelle guide di produzione straniere (con in testa i celebri Baedeker) negli ultimi decenni dell'Ottocento. Per un'analisi più generale del ruolo svolto dalle guide turistiche nella promozione e comunicazione dei luoghi cfr. Chabaud, Cohen, Coquery, Penez, 2000).

cambiamenti nei gusti e nelle destinazioni turistiche[5].

Quanto ai contesti di apparizione, la carta urbana può essere stampata a sé stante, inserita in opuscoli e pieghevoli promozionali, far capolino fra le pagine di una guida turistica, oppure addirittura, in formato più grande, comparire in loco su appositi pannelli come richiamo di orientamento e come elemento di marketing turistico. Questa versatilità delle forme e dei formati con cui essa si consegna all'utente stabilisce una gamma di apparizioni che, da una parte, permette una certa flessibilità d'uso e dall'altra comporta problemi di adattamento e di coerenza. Il fatto che una carta possa essere letta su un foglio tascabile o su una grande superficie murale, partendo magari dalla medesima base cartografica di riferimento, moltiplica a dismisura i problemi nelle scelte di selezione dei dati ed in quelle grafiche di presentazione.

A fronte di questa sua molteplice versatilità, la carta turistica urbana gode di norma di una reperibilità diffusa. Generalmente la si può trovare, in versione gratuita oppure a pagamento, presso gli uffici del turismo, i centri commerciali, le librerie, le edicole, le stazioni ferroviarie, le autostazioni, le strutture ricettive ecc.

Il taglio delle informazioni, per statuto, è ricalcato sulle esigenze del visitatore esterno. Nonostante la carta di un centro urbano possa essere potenzialmente appetibile anche per un residente, le informazioni ed il linguaggio di una carta turistica sono rivolti all'escursionista che proviene da altri luoghi e che si trova a visitare, più o meno frettolosamente, il centro urbano in questione. Non è facile, tuttavia, una volta identificato questo *target* di utenza, selezionare con precisione che cosa è interessante per un turista, e che cosa questi abbia bisogno di trovare sulla carta a seconda dei momenti e delle specifiche esigenze. Il visitatore può infatti avere di volta in volta domande di natura e forma diversissime da porre ad un supporto cartografico, che deve pertanto essere in grado di accontentare la più larga fascia di utenti possibile. Cosa che, non solo nel campo della cartografia, è notoriamente simile, in quanto a fattibilità, alla quadratura del cerchio.

1.2. La carta turistica di un centro urbano vista dalla parte dell'utente: caratteristiche, requisiti, problematicità

L'efficacia comunicativa di una carta, non solo turistica, è legata al rapporto fra le "domande" che le vengono poste e le "risposte" che essa può fornire. Il gioco è meno semplice di quanto potrebbe sembrare a prima vista. È utile, per meglio comprendere opportunità e limiti di impiego di questo tradizionale mezzo informativo, esaminare quali siano i principali *desiderata* che si richiedono alla carta di un centro urbano. Innanzi-

[5] «Spesso le piante di città (che il TCI ha sempre curato con grandissima attenzione, e che – di edizione in edizione – hanno seguito non solo lo sviluppo delle topografie urbane, ma anche il modificarsi degli interessi che animavano i turisti) […]» (Bonapace, 1984, p. 61).

tutto essa deve possedere immediatezza comunicativa, essere potenzialmente comprensibile da tutti, leggibile per un pubblico vasto, non specialistico, spesso, come accade nel contesto italiano, assai povero per quanto riguarda la "alfabetizzazione cartografica" di base[6]. A questo stesso pubblico però essa non solo non deve comunicare "soggezione", ma addirittura deve apparire invitante ed attraente. Deve presentarsi, dunque, come esteticamente piacevole, possibilmente colorata, chiara nel disegno, "bella da guardare" insomma.

E siamo solo all'inizio dell'elenco delle virtù che la carta ideale dovrebbe possedere. Proseguiamo: la completezza informativa non deve andare a scapito del formato. A molti sarà capitato di maneggiare un'ingombrante carta turistica mentre ci si trova per le strade di una città sconosciuta in una giornata di pioggia o di vento. Il formato di una carta deve essere quello giusto per un utilizzo, come quello turistico, inevitabilmente effettuato anche "sul campo": compatto, esauriente ma non eccessivo, maneggiabile. Senza parlare poi del problema della piegatura del foglio cartografico. Una questione annosa: le carte geografiche prodotte da molti enti talvolta sembrano assomigliare, per quanto riguarda la piegatura dei fogli, a veri e propri test di manualità. Spiegare una bella carta turistica ancora intonsa è di norma un gioco. Ripiegarla è poi un problema: le coste ingannatrici delle pieghe della carta conducono presto a forzature più o meno elegantemente mascherate all'eventuale pubblico che ci sta di fronte e ad imbarazzanti spessori del prodotto finale, che tende a non assomigliare più alla sottile, elegante apparenza iniziale, ma arriva addirittura ad assumere le sembianze di una sorta di gonfio *sandwich* di carta. La questione della maneggiabilità delle carte non è affatto un *divertissement* ludico all'interno del discorso cartografico. Bonapace ci ricorda che, per quella che può essere considerata la prima «carta generale d'Italia a fini turistici» (1984. p. 58), quella del Touring Club Italiano pubblicata fra 1898 e 1902, gli autori adottarono un sistema di piegatura «tale che ne permettesse la lettura, malgrado la loro dimensione, stando in bicicletta, anche se spira vento» (cit. in Bonapace, 1984, p. 58). Il problema della piegatura delle carte è così diffuso da essere entrato nel linguaggio mediatico della pubblicità, come testimonia una campagna di una nota agenzia di viaggi di Chicago che alcuni anni fa reclamizzava la completezza dei propri servizi di assistenza in un grande manifesto con la fotografia di un turista semisepolto da una carta inesorabilmente refrattaria all'azione di ripiegamento ed il motto «*Leave the folding to us!*» («Lascia che le ripieghiamo noi!»).

Non basta la comodità del formato. Occorre, e si tratta di un fattore crucia-

[6] Toniolo definiva la cartografia turistica «necessariamente spicciola, utilitaria, estremamente funzionale» (1978, p. 12). Per alcune note di inquadramento sul ruolo della cartografia turistica nel processo di divulgazione del prodotto cartografico in Italia cfr. Bonapace, 1984.

le, che la carta sia costantemente aggiornata, in modo da fornire notizie precise e calibrate sullo stato attuale della città, sul suo sistema di mobilità, sulle sue attrattive turistiche. Le informazioni in essa contenute devono essere affidabili, e le notizie devono essere dotate di quella inconfondibile "freschezza" che le fa apparire più invitanti. Ovunque si scorga uno scollamento fra l'informazione contenuta sulla carta e la realtà che essa rappresenta, una patina di delusione colora il disegno cartografico, lo rende obsoleto, desolatamente incompleto, inaffidabile, superato. Anche nel caso in cui una "falla" di aggiornamento fosse un'unica, imprevedibile eccezione all'interno di un contesto informativo peraltro preciso e ben redatto, essa instillerebbe nondimeno il tarlo del dubbio negli occhi e nella mente dell'utente. Già, l'utente; ma chi è in realtà il turista che apre la carta del centro urbano che vuole (o deve) visitare? Una figura monolitica, prevedibile, standardizzabile? Nient'affatto. Dietro la rassicurante definizione di "turista", e ben lo sanno gli operatori del settore, si nasconde una straordinaria gamma di profili intellettuali, fisici, emotivi. Prendiamo qualche criterio di differenziazione, giusto a titolo esemplificativo. Innanzitutto la nazionalità: il turista può provenire da altre regioni italiane, ma anche da paesi stranieri, con tutto quello che comporta la diversità non solo dei codici linguistici, ma anche di quelli simbolici ed iconografici legati a *background* culturali differenti. Non è sufficiente. Pensiamo al mezzo di trasporto adottato. Un turista che arriva in treno e per il quale la città inizia dalla stazione ferroviaria avrà esigenze di orientamento almeno parzialmente diverse dal turista che arriva in macchina, per il quale i problemi iniziano dal casello autostradale. Oppure, ancora, dal turista che decide di viaggiare con i mezzi pubblici. E il cicloturista, che bisogni informativi specifici avrà da una carta? Oppure un portatore di handicap, con percezioni ed esigenze distinte?

Ce n'è già abbastanza, nelle righe precedenti, per rendere il produttore di cartografia turistica delle città un mestiere sconsigliabile? Non è finita. Il supporto cartaceo su cui si basa storicamente la carta geografica (*nomen omen…*), vive oggi la concorrenza spietata di audioguide, supporti audio, navigatori satellitari, GIS e web-GIS, repertori di cartografia consultabili su internet, palmari forniti a noleggio dagli uffici di accoglienza, CD-rom, postazioni elettroniche consultabili *in situ* ecc. La maggiore flessibilità e la più facile aggiornabilità di questi mezzi, sia pure accompagnate dalla necessaria presenza integrativa di filtri tecnologici, mettono a dura prova la tenuta inerziale, come mezzo di orientamento e di reperimento di informazioni, della tradizionale carta geografica a stampa, che pure continua ad essere un canale preferenziale di accesso al mondo turistico. Peraltro proprio le nuove possibilità tecniche della cartografia informatica permettono al produttore di materiale cartaceo di ridurre tempi e costi delle operazioni di aggiornamento e di specializzazione informativa. Si tratta di vedere per quanto tempo ancora ed in quale misura il supporto cartaceo convivrà con i nuovi media.

1.3. La carta turistica di un centro urbano vista dalla parte del geografo e del produttore: proprietà, opportunità, elementi critici

Per ora ci siamo soffermati, nel corso del primo paragrafo, sulle caratteristiche di base di una carta turistica urbana, mentre nel secondo abbiamo offerto risalto alle sfide ed alle criticità della comunicazione cartografica vista dalla parte dell'utente. Per meglio inquadrare il problema, occorre però bilanciare il quadro e soffermarsi, sia pur in prospettiva sintetica, sul punto di vista del produttore e del committente. Figure che possono coincidere, qualora sia lo stesso ente pubblico locale, attraverso un proprio ufficio cartografico o turistico, a produrre con i propri mezzi e risorse il prodotto finale. Oppure possono divergere, qualora l'ente pubblico decida di appaltare all'esterno la produzione di materiale cartografico a fini turistici. Dopo la spigolosa arringa del pubblico ministero, urge dunque una prolusione di difesa che sia in grado di farci ragionare a più ampio spettro sull'identità della carta turistica urbana e sulle opportunità che essa offre.

La cartografia, come hanno appropriatamente sottolineato diversi studiosi (Bonapace, 1984; Bianchi, 1984), è un elemento per nulla secondario nella "battaglia comunicativa" che permette ad una località di divenire luogo di interesse e di attrazione. Come ben documentato da molta letteratura e dal giornalismo di settore, la carta turistica è spesso la chiave di ingresso nel mondo dell'altrove geografico. Il suo ruolo può cominciare anche a distanza, quando la immediata e concreta necessità di orientamento non viene ancora ad appesantire il desiderio di conoscenza e di movimento del turista. Si può acquistare una carta e cominciare ad appoggiarvi sopra i propri sogni mentre ci si trova ancora saldamente nella propria abitazione, a distanza insieme temporale e spaziale dall'esperienza di viaggio che ci attende. Senza arrivare alla pur attualissima, in tempi di sovraffollamento delle mete turistiche, lode del "viaggiar con Ptolomeo", magnificato da Ludovico Ariosto nella *Satira III* come funzione sostitutiva dello spostamento fisico reale, il viaggio effettuato sulle carte è perlomeno prassi consueta per il turista ben organizzato (o pedante, o ansioso). Essa contribuisce, assieme a quegli altri due repertori pressoché infiniti che sono la letteratura di viaggio e l'editoria turistica delle guide, alla formazione di immagini preventive degli spazi che si andranno a visitare. La carta rappresenta una sorta di menu delle pietanze turistiche che ci verranno servite una volta giunti a destinazione. Così come il menu non è indispensabile in un ristorante, ma può essere invero molto utile nel farci capire qual è il contesto in cui si svolgerà la nostra esperienza gustativa (oltre a farci capire, consciamente od inconsciamente, molte cose sul ristorante stesso…), allo stesso modo la carta turistica può costituire, se letta nella giusta prospettiva, una forma preventiva di interiorizzazione dei luoghi dei quali si avrà poi il privilegio di assaporare dal vivo la complessità multisensoriale. Essa si offre come una sorta di "biglietto da visita", che apre una finestra sull'identità del luogo di cui si fa

rappresentativa, che ci comunica le coordinate di fondo del suo profilo, che invita ad instaurare un rapporto di comunicazione.

All'interno dell'"immagine turistica" (intesa nel significato centrale assegnato a questa dimensione da Miossec, 1977), la carta ha un ruolo non secondario, in quanto tramite più o meno obbligato, e non solo in epoca moderna, del rapporto fra luoghi e visitatori (Bianchi, 1984, pp. 67-69). La carta turistica in questo senso si configura come una sorta di "condensato" dell'appetibilità turistica che, grazie ad un'attenta selezione degli strati informativi veicolati, costruisce un'immagine edulcorata, appetibile, attraente dello spazio che essa rappresenta. Come tutte le carte geografiche, essa si fa dunque portatrice di una visione del mondo, che privilegia soltanto alcuni dei mille possibili strati di attraversamento della complessità geografica di un luogo. In questo senso la carta turistica è un luogo di "concrezione", di produzione e di consolidamento del marketing turistico. Dietro l'ancora diffusa, nonostante tutto, aura di "oggettività" che una carta geografica emana (per secoli associata al mondo militare, a quello ingegneristico, a quello della navigazione, e quindi connotata di necessaria ed automatica affidabilità)[7], si nasconde in realtà la costruzione di una realtà addomesticata al fine che si vuole perseguire. Che nel mondo del turismo è abbastanza semplicemente identificabile: attrarre persone in un determinato luogo.

In questa dimensione la carta turistica si fa spesso, attraverso il tentativo di essere rappresentativa per semplificazione, portatrice, più o meno "sana", di virus fatti di stereotipi e di clichè. Anche la carta, riflesso della più vasta dimensione turistica, si basa sulla riconoscibilità di ciò che già si sa e sulla caratteristica possibilità offerta dal turismo di "far piovere sul bagnato", cioè di portare ancora più turisti dove già ve ne sono molti, ripercorrendo e ricalcando i medesimi e consolidati percorsi, a diverse scale geografiche.

Le esigenze che vengono maggiormente sentite da parte del committente e del produttore di cartografia turistica sono legate soprattutto al rapporto fra precisione informativa e fascino estetico del prodotto finale. Il problema della larghezza dello "imbuto estetico-comunicativo" attraverso il quale far passare il succo dell'informazione è d'altronde ben presente fin dai primordi della cartografia turistica in Italia, come testimonia il processo di selezione e condensazione delle informazioni operato nella produzione della *Carta d'Italia* (scala 1:250.000) prodotta dal Touring Club Italiano fra 1906 e 1913: «La carta manteneva un aspetto vicino a quello del modello 1:100.000 [la base cartografica dell'IGM; n.d.r.] da cui derivava e di cui si vantava di essere riuscita a contenere più di metà delle informazioni (nonostante la differenza di scala riducesse le superfici a un sesto)» (Bonapace, 1984, p. 59). Una buona esemplificazione di

[7] Sui rapporti fra cartografia e potere politico-militare si rimanda a Pagnini, 1985.

questo rapporto fra immissione potenziale di dati ed elaborazione grafico-estetica degli stessi è dato dalla presentazione di due carte turistiche commissionate dalla Provincia e dal Comune di Terni alla Litografia Artistica Cartografica di Firenze (Naef, 2006). In questa presentazione si sottolinea con enfasi il rapporto fra il rigore scientifico che sta alla base del prodotto e l'attraente veste grafica e visuale che la versione finale presenta agli occhi del turista (Naef, 2006, pp. 12-14). In questa chiave va letto un complesso rapporto, non sempre immediatamente intuibile, fra, da un lato, ciò che le banche dati disponibili su specifici territori e la tecnologia cartografica potrebbero offrire, e dall'altro ciò che invece deve apparire agli occhi dell'utente[8]. Questo delicato equilibrio, che nasconde un virtuosismo tipico delle arti, quello di far apparire come semplice ciò che in realtà è il risultato di un complicato processo produttivo, rappresenta uno dei fattori chiave nell'elaborazione di cartografia turistica.

Al di là degli aspetti utilitaristici di orientamento e di informazione, la carta per il geografo rappresenta uno strumento conoscitivo importante per osservare le trame di organizzazione territoriale e per imparare a comprendere la complessità dei fenomeni spaziali. In tale prospettiva, la capacità espressiva di una carta rappresenterà un'occasione di arricchimento per il turista che voglia andare al di là della semplice fruizione ricreativa[9].

2. L'analisi dell'offerta contemporanea di cartografia turistica della città di Parma

2.1. Il turismo e la città di Parma

Il contesto scelto come caso di studio riguarda Parma, città capoluogo di provincia situata nell'Emilia occidentale, con un'estensione comunale di 260,77 kmq ed una popolazione di 175.790 abitanti (al 31 dicembre 2005)[10]. L'attrattiva turistica della città di Parma è basata su una dotazione monumentale di buon rilievo, che la integra pienamente nel circuito turistico delle città d'arte della pianura padana[11]. Negli ultimi anni la città ha orientato il proprio marketing turistico alla promozione dei marchi "Parma città d'arte e musica" e "Parma capitale della musica" (Papotti, 2007), oltre che alla valorizzazione del patrimonio di enogastronomia che caratterizza l'area provinciale anche per quanto riguarda il comparto produttivo (la "*food valley*"

[8] Per un esempio di attenta strategia comunicativa relativo alla produzione di una carta turistica con finalità di illustrazione dettagliata del patrimonio urbano di un centro storico si vedano le note illustrative alla *Carta culturale turistica* di Bologna prodotta all'interno delle celebrazioni di "Bologna 2000" (Gavaruzzi, De Angelis, Pezzoli, 2000). Sulla tradizione di carte turistiche urbane del capoluogo emiliano prodotte dal Servizio Cartografico della Regione cfr. anche Castelli, Gavaruzzi, 1993.

[9] Per un esempio di disamina di materiale cartografico mirato alla definizione dell'identità urbana si veda l'originale articolo in forma dialogica di Degli Esposti, 1993.

[10] Fonte: <http://rersas.regione.emilia-romagna.it>.

[11] Per maggiori informazioni sulla rete di accoglienza turistica delle "Città d'arte della pianura padana" cfr. il sito web <http://www.circuitocittadarte.it>.

italiana). A titolo indicativo della consistenza dei flussi turistici nella città, nel 2002 vi sono stati 182.353 arrivi e 355.456 presenze, per una media di permanenza giornaliera di 1,95 (Unioncamere Emilia-Romagna, 2005, p. 79).

La richiesta di cartografia correlata ad un escursionismo giornaliero o ad un turismo di breve durata come quello che caratterizza la città di Parma è di conseguenza cospicua. Spesso la carta della città disponibile sulle guide turistiche, o quella ottenibile gratuitamente presso l'ufficio del turismo, o ancora quella visibile sui numerosi pannelli che sono stati distribuiti nel centro storico della città emiliana rappresenta un canale di ingresso conoscitivo di primaria importanza per l'immagine turistica di questa destinazione urbana. La qualità del prodotto offerto, pertanto, sembra ricoprire, a nostro giudizio, un ruolo importante nel successo dell'esperienza turistica in generale ed in particolare nel livello di soddisfazione dell'utente.

2.2. L'analisi comparativa di un campione cartografico

Per comprendere il valore della cartografia turistica nell'affermazione e nella comunicazione dell'immagine della città di Parma, si è proceduto ad uno spoglio selettivo del materiale attualmente disponibile. Il repertorio cartografico analizzato è costituito da 26 carte, prodotte in un arco temporale di circa vent'anni, dal 1985 ad oggi[12]. Si tratta di materiale pubblicato in guide turistiche ed in opuscoli che, seppure incompleto, offre un panorama sufficientemente ampio della recente produzione cartografica turistica relativa alla città di Parma. Il gruppo di carte analizzato, pertanto, non viene certamente proposto in questa sede come esaustivo, ma piuttosto come rappresentativo di alcune tipologie dominanti che permettono una riflessione critica sulle tendenze principali, sulla loro efficacia comunicativa, sui vantaggi e svantaggi delle variazioni riscontrate nei singoli prodotti.

Il materiale raccolto, proveniente per lo più dall'ufficio di Informazione e Accoglienza Turistica (I.A.T.) e da biblioteche della città, oltre che dall'archivio privato degli autori, è stato inizialmente suddiviso in due classi generiche: le carte contenute nelle guide turistiche e le carte contenute in opuscoli turistici. Il confronto tra i diversi contesti di apparizione dei prodotti cartografici non si pone qui come il principale obiettivo in esame, ma suggerisce comunque alcuni utili spunti di riflessione di carattere generale.

Si è poi proceduto alla costruzione di una tabella comparativa (tabella 1), fo-

[12] Il limite temporale deve intendersi come funzionale alla scelta di limitare l'analisi all'offerta contemporanea di cartografia, arretrando nel tempo il giusto necessario per poter verificare eventuali "inerzie" cartografiche (riproposizione delle medesime cartografie in edizioni successive di guide od opuscoli) e per avere a disposizione un ventaglio sufficientemente significativo e variegato di esempi. Per questi fini un arco ventennale di produzione cartografica è sembrato un periodo sufficientemente dimensionato. Per riflessioni sulla cartografia storica di Parma cfr. Miani Uluhogian, 1984. Per un'analisi storica della cartografia turistica riguardante Parma, con limiti temporali precedenti l'anno da noi fissato come punto di partenza cfr. Brusa, 1979.

	9 carte su guide turistiche		17 carte su opuscoli turistici		Tot. 26
Area rappresentata	Centro storico Periferia Aree periurbane	9 (7 Cittadella) 0 0	Centro storico Periferia Aree periurbane	7 (5 Cittadella) 5 5	16 (12) 5 5
Visione	Zenitale Prospettica Mista	3 0 6	Zenitale Prospettica Mista	11 1 5	14 1 11
Scala	Grafica Numerica	9 3	Grafica Numerica	3 3	12 6
Orientamento	4		5		9
Legenda cartografica	2		3 (incomplete)		5
Elenchi testuali di punti di interesse	4		14		18
Reticolo alfanumerico	4		8		12
Tematismi	Monumenti Aree verdi Servizi Parcheggi	9 9 6 6	Monumenti Aree verdi Servizi Parcheggi	10 13 11 8	19 22 17 14
Indicazione degli assi stradali verso i centri urbani limitrofi	5		9		14

TABELLA 1 - *Presenza di set di dati nel campione cartografico analizzato.*

calizzando l'attenzione su alcune specifiche caratteristiche di ogni singola carta. In particolare si è verificata la presenza o meno di alcuni elementi cartografici, di cui si sono descritti i tratti salienti, e si sono analizzate le diverse tipologie di rappresentazione.

Per commentare nel dettaglio questa tabella, che mostra l'occorrenza di alcuni tematismi e di alcuni elementi all'interno del corredo cartografico, analizzeremo singolarmente ciascuna delle voci identificate.

2.3. L'area rappresentata sulla carta

In relazione all'area urbana che si trova rappresentata sulla carta si possono distinguere tre tipologie di base: carte che ritraggono il solo centro storico, carte che raffigurano la cerchia urbana compresa all'interno della moderna tangenziale automobilistica, carte che spaziano fino alle aree periurbane.

La prima tipologia (figura 1), la più utilizzata, si muove nel solco segnato dalle storiche guide Baedeker e del Touring (Brusa, 1979), in cui l'attenzione si

focalizza per lo più sulle emergenze artistiche e monumentali. Non a caso si ritrova questa categoria in tutte le guide turistiche prese in esame, oltre che in buona parte degli opuscoli. L'area rappresentata, generalmente, è quella compresa nei viali di scorrimento automobilistico ricavati lungo la cerchia muraria ottocentesca, comprendente a nord la stazione ferroviaria ed a sud la zona della Cittadella (una fortezza militare di epoca farnesiana, oggi parco pubblico), ma in alcuni casi vengono inclusi anche i quartieri prossimi al centro storico.

Soltanto in alcuni opuscoli turistici la città viene rappresentata in modo più completo, allargando la visuale anche alla periferia ed agli elementi di attrazione più esterni, quali l'Ente Fiera, il Campus Universitario, la zona dell'aeroporto e quella del casello autostradale (figura 2). Questo ampliamento della prospettiva spaziale rappresentata sulla carta avviene in virtù del supporto cartaceo pieghevole che, permettendo di raffigurare superfici più estese senza variare la scala di riduzione, garantisce una buona leggibilità dell'intera area cittadina. Si tratta di prodotti che generalmente manifestano una maggiore attenzione al portato informativo dei servizi e della viabilità e che, pur non trascurando le tradizionali mete del turista, rispondono alle esigenze di chi è interessato a recarsi a Parma anche per importanti eventi fieristici, per motivi di studio e di lavoro ecc. In alcuni casi, in cui la rappresentazione è delimitata dall'anello della tangenziale, esistono riquadri aggiuntivi riguardanti queste aree di interesse che si trovano fuori carta.

In questa prospettiva si riscontra una tensione fra due compiti informativi distinti già presente nelle carte turistiche di inizio secolo: da un lato la carta come guida dettagliata di un centro storico considerato come destinazione turistica e dall'altro la carta come mezzo di orientamento che permette di arrivare a tale destinazione (Bonapace, 1984, pp. 58-60)[13].

Nel campione preso in esame si riscontra una generale carenza nella contestualizzazione del territorio rappresentato sulla carta: quadri d'insieme e carte a scala minore sono quasi del tutto assenti negli opuscoli, ed assai rari anche nelle guide turistiche. La città viene rappresentata dunque di norma, con alcune virtuose eccezioni, senza essere adeguatamente collocata all'interno dei confini provinciali o regionali; tutt'al più vengono indicati ai margini della carta gli assi stradali che connettono il centro urbano alle località limitrofe.

2.4. Il tipo di visione: prospettica o zenitale?

Nel campione preso in esame prevale una visione zenitale del tessuto urbanistico che, pur permettendo una restituzione puntuale del reticolo viario, spesso corredato da una ricca toponomastica stradale, non favorisce una lettura immediata della carta. Questo è vero, in particolare, nella zona del centro stori-

[13] Toniolo assegnava un terzo valore alla carta turistica, oltre all'indicazione del «cosa andare a vedere» e del «come raggiungere le successive destinazioni»: il «dove trovare alloggio» (1978, p. 14).

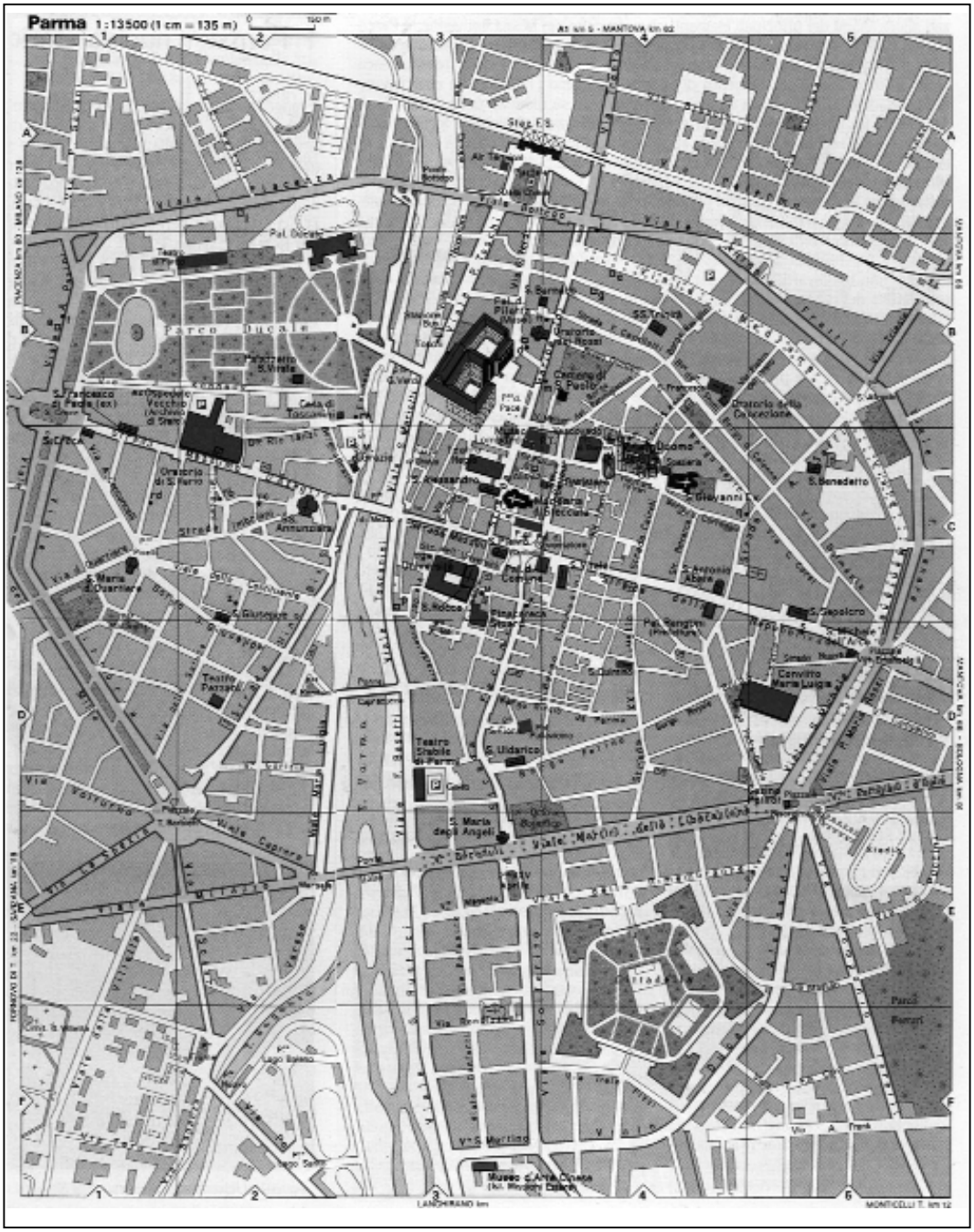


FIGURA 1 - *In Parma e provincia. Le città d'arte, l'Appennino, le terme, i castelli, il Po, Guide d'Italia, TCI, Milano, 1996, p 29 (originale a scala 1:13.500).*

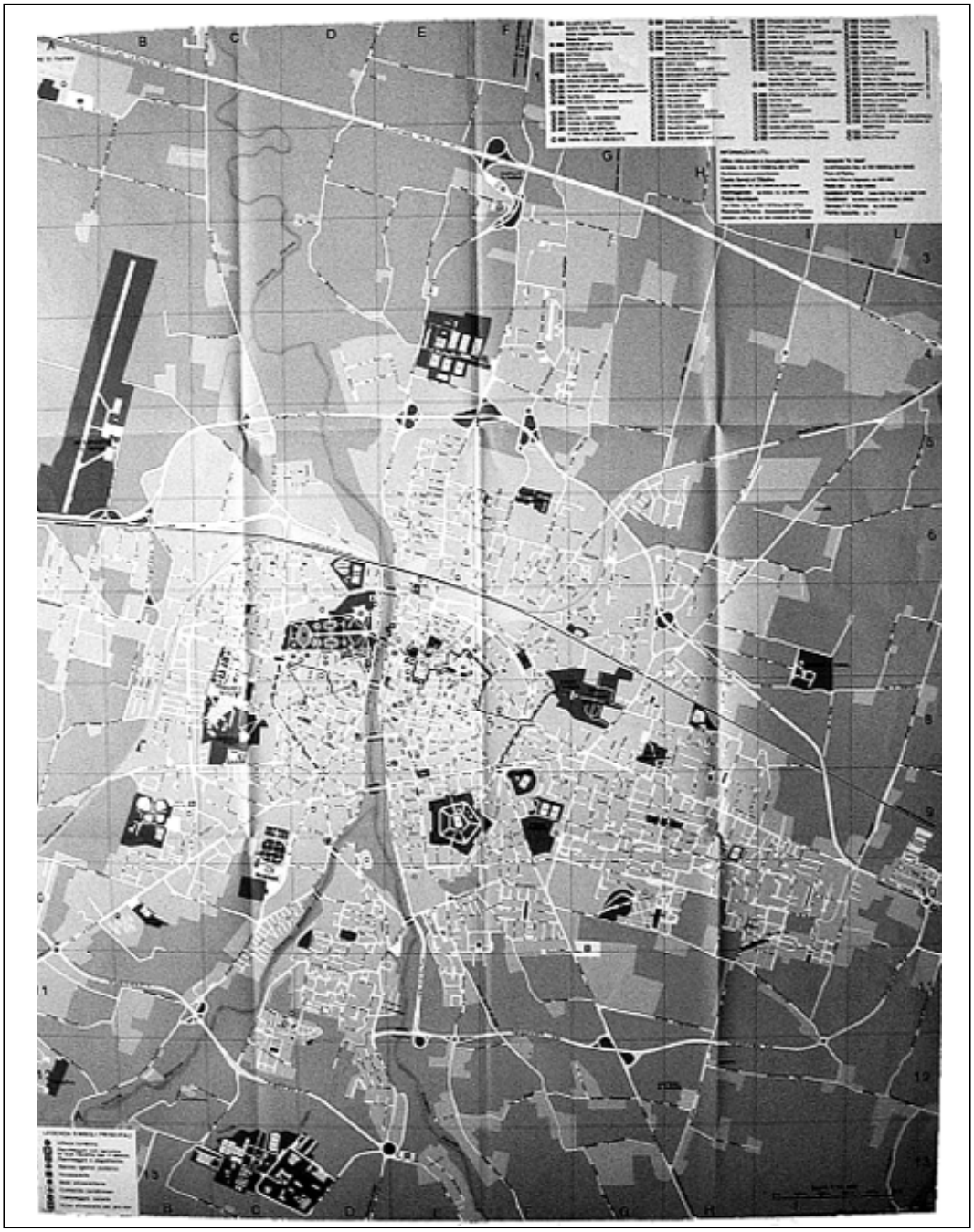


FIGURA 2 - *Carta contenuta nell'opuscolo Parma città d'arte, Comune di Parma - Assessorato al Turismo, 2002 (originale a scala 1:12.500).*

co, laddove si concentrano i principali monumenti. Essi sono evidenziati esclusivamente attraverso appositi cromatismi e l'indicazione dei relativi toponimi. Spesso, tuttavia, non vi è una distinzione immediatamente riconoscibile fra diverse categorie di elementi urbanistici: ad esempio, senza una differenziazione tra gli edifici religiosi e quelli aventi altre funzioni. L'impiego di simboli assonometrici per raffigurare gli elementi di maggiore interesse trova largo uso nelle guide turistiche: la visione "mista" (zenitale per il territorio "non turistico", a "volo di uccello" per gli elementi turistici) risulta certamente più accattivante ed è maggiormente funzionale, soprattutto per l'utente interessato agli aspetti artistico-monumentali. Solo in una carta, tra quelle esaminate, è stata preferita una visione totalmente prospettica (figura 3). La planimetria urbana, in questo caso, viene ricostruita sfruttando anche la profondità offerta dalla schematizzazione della terza dimensione: un colpo d'occhio sulla città di sicuro effetto, che procede però a scapito della precisione.

2.5. Elementi del corredo cartografico

La scala grafica è indicata in meno della metà delle carte prese in esame e quella numerica, che è compresa tra 1:7.500 e 1:15.000, soltanto in sei di esse. Quando sono presenti, anche i riquadri raffiguranti particolari luoghi d'interesse sono sprovvisti del rapporto di riduzione.

I dati di orientamento (presenza di una bussola o di una freccia indicante il nord) sono individuabili in appena un terzo del materiale analizzato. Se si escludono le guide, dove per lo meno la scala grafica è sempre presente, la scarsa attenzione agli elementi della cartografia di base è un elemento che accomuna quasi tutti i documenti esaminati, ed è forse il dato che emerge in modo più nitido tra quelli presi in considerazione.

Molto spesso, inoltre, si riscontra l'assenza della data di stampa e, ancor più di frequente, della data del rilevamento cartografico: informazioni che invece sarebbero fondamentali per conoscere il livello di aggiornamento del prodotto.

Mancano anche le indicazioni relative alle coordinate geografiche, alle quote altimetriche ed alla base cartografica utilizzata, che a volte risulta difficilmente riconoscibile anche per gli addetti ai lavori[14].

Per quanto riguarda la legenda cartografica, essa è presente soltanto in cinque carte e solamente in due di queste è completa. Ne consegue che la lettura e l'interpretazione dei simboli adottati, spesso differenti da carta a carta per dimensioni, forme e colore, siano generalmente lasciate all'intuito dell'utente. L'assenza di una simbologia standardizzata costi-

[14] Ovviamente la presenza di queste informazioni è correlata all'eventuale menzione delle stesse nei testi di accompagnamento. Un diverso contesto informativo testuale ricorre infatti nelle guide e negli opuscoli. In questa sede, per esigenze di concisione, non si mantiene una costante distinzione fra i due sottogruppi, ma piuttosto si cerca di ragionare in modo unitario sulle assonanze e somiglianze dei prodotti cartografici.

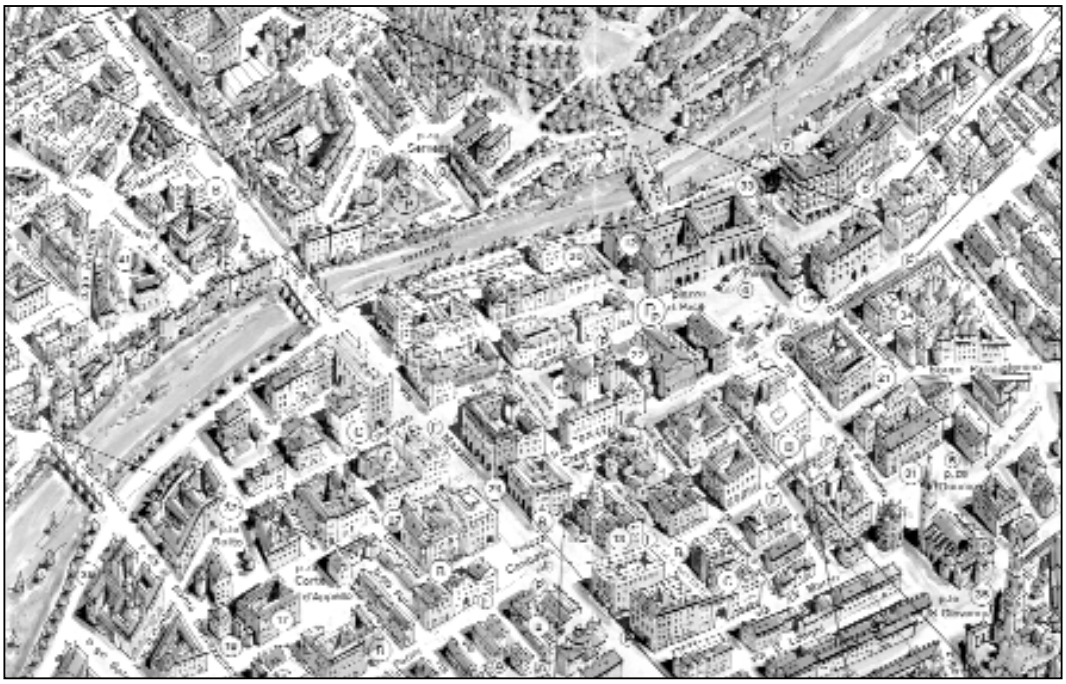


FIGURA 3 - *Stralcio dalla carta Parma a fumetti contenuta nell'opuscolo Parma turistica. Guida e stradario, Studio Erre, Parma, edizione 1991.*

tuisce sicuramente un grave handicap per chi si trova a maneggiare prodotti cartografici diversi. In alcuni casi, la medesima rappresentazione cartografica, o uno stralcio di essa, viene riutilizzata in più documenti, presentando tuttavia alcune differenze grafiche e cromatiche.

2.6. Elenchi testuali di punti di interesse e reticolo alfanumerico

L'uso di elenchi testuali a margine della carta o sul retro degli opuscoli è una consuetudine che si ritrova in quasi tutti i documenti analizzati. Nella metà dei casi, tuttavia, manca un reticolo alfanumerico che permetta di rintracciare con facilità i punti d'interesse elencati.

Quasi mai si è provveduto a suddividere per tipologie le emergenze in elenco (servizi, monumenti, edifici istituzionali, aree verdi ecc.), differenziandole cromaticamente o simbolicamente le une dalle altre, e raramente è stato evidenziato in modo gerarchico il grado di interesse di ogni singola attrazione. Questi elenchi sono costituiti soprattutto da semplici toponimi numerati, ma in alcune carte vengono fornite anche informazioni pratiche (orari, indirizzi e numeri utili), notizie storico-artistiche, foto ed illustrazioni. L'apparato iconografico e le didascalie contribuiscono ad aumentare la versatilità e la completezza del prodotto cartografico cartaceo, sol-

levandolo dal rango di semplice "stradario", anche se in alcuni casi le fotografie non sono molto efficaci o risultano piuttosto obsolete.

Un'altra carenza riscontrata è quella relativa alla presenza di elementi che potremmo definire "dinamici", cioè legati alla rappresentazione cartografica del movimento da un luogo all'altro: sono quasi del tutto assenti, infatti, le indicazioni relative al collegamento tra le varie mete puntiformi, e raramente vengono proposti itinerari o percorsi tematici (figura 4).

È inoltre interessante notare come in alcuni opuscoli sia dato largo spazio a sponsor ed a pubblicità di attività commerciali, tanto che la parte prettamente cartografica sembra addirittura assumere un ruolo subalterno.

2.7. Tematismi

Ad eccezione di alcune carte, che si propongono all'utente come semplici "stradari" (e che quindi focalizzano l'attenzione esclusivamente sul reticolo viario e sulla toponomastica stradale, con un uso limitato di cromatismi e simboli), nel complesso i documenti analizzati riportano i tematismi di base dell'informazione territoriale proposta dalla cartografia, quelli che potremmo definire "standard". Vengono infatti quasi sempre evidenziati cromaticamente le aree verdi ed i pochi elementi relativi all'idrografia (i torrenti Parma e Baganza ed il laghetto artificiale all'interno del Parco Ducale). Anche le linee ferroviarie, con la correlata stazione, e l'aeroporto, se inclusi nell'area rappresentata, sono quasi sempre indicati.

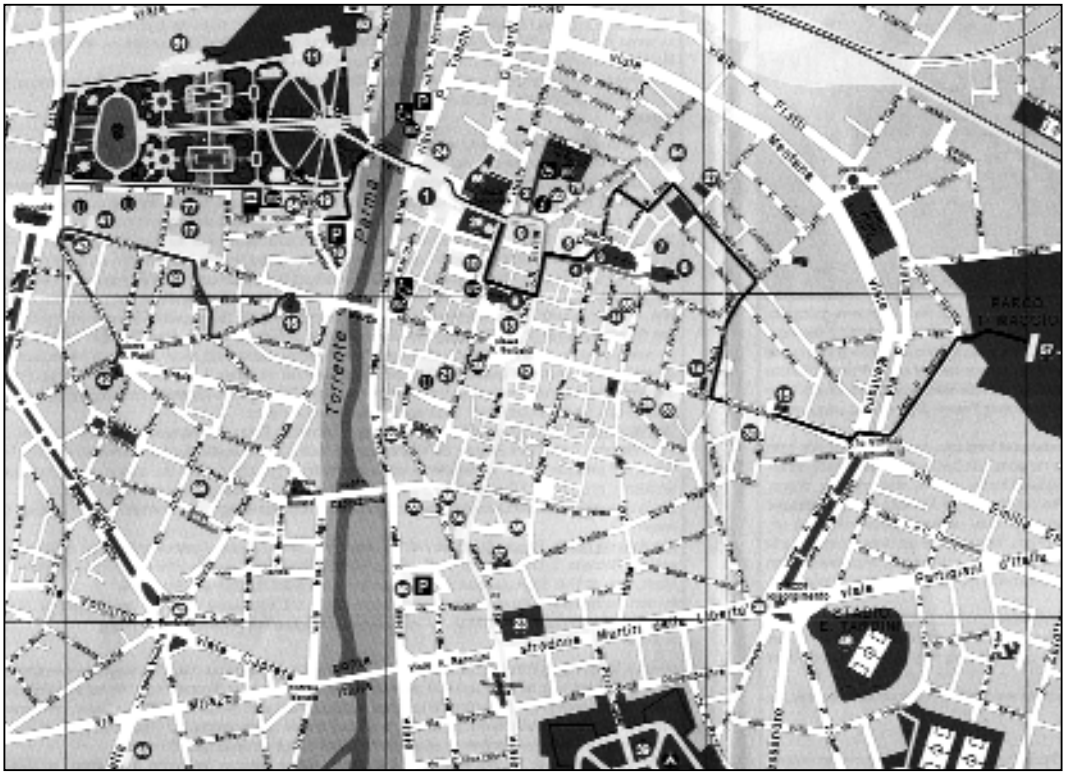
Generalmente, però, lo strato informativo che prevale, come d'altronde prevedibile in una carta fortemente caratterizzata per il taglio turistico, è quello riguardante gli aspetti monumentali (soprattutto chiese ed edifici storici di rilievo). Questa enfasi viene ottenuta anche grazie all'uso di simboli tridimensionali e di colorazioni differenziate rispetto agli altri edifici, la cui pianta invece, quasi sempre, non viene riportata in modo dettagliato, ma semplificata in poligoni delimitati dalla rete viaria.

Man mano che ci si allontana dal centro storico, le aree urbane appaiono sempre più "desertificate" (secondo la terminologia introdotta da Mauro Varotto per le aree di montagna; 2003), cioè impoverite di segni cartografici, rappresentate solo schematicamente nel sostrato edilizio e ridotte a zone "ininfluenti"[15].

Il portato informativo legato ai servizi ha più spazio negli opuscoli, ed è rappresentato per lo più attraverso punti numerati che rimandano ad un elenco testuale a margine; oppure attraverso una simbologia di immediata leggibilità (ad esempio per indicare parcheggi, punti di informazione, servizi igienici ecc.).

Generalmente mancano informazioni sulle strutture ricettive (ad eccezione dell'ostello cittadino, indicato in più di

[15] Questa aspra selezione di "ciò che è interessante" da "ciò che non lo è", così tipica del mondo turistico, è elemento fondamentale del discorso di potere insito nelle rappresentazioni cartografiche, come convincentemente argomentano Del Casino e Hanna, 2000, pp. 23-28.


Torrente
Parma
Mazzini
Garibaldi
Italia
Viale
Cavour
Mentana
Pilastro
Martiri della Libertà
Strada
Viale A. Barilli
Viale Piave
Viale Vittorio Veneto
Viale Fratti
Viale Solferino
Viale Piscina
Viale Cadorna
Viale Rustici
Viale Ennio
Viale Ferrari
Viale Ferrari
Viale Ferrari

torrente Parma, oggi teatro di diffuse operazioni di *gentrification* (figure 5 e 6). Si può notare, ad esempio, come nei pressi del complesso monumentale della Chiesa dell'Annunziata, situato per l'appunto, al pari di molti altri insediamenti religiosi e monastici, in Oltretorrente, alcune strade (Guasti di Santa Cecilia e Borgo Bosazza) non vengono indicate nella carta riprodotta nella figura 5.

La semplificazione della rappresentazione appare più esasperata in quei prodotti che hanno la vocazione di "stradario". A volte la rete viaria è rappresentata senza che siano riportate nelle giuste proporzioni le dimensioni delle carreggiate; emergono inoltre alcuni errori di orientamento degli assi stradali.

Sono poche le carte in cui le piante degli edifici arrivano ad un livello di dettaglio che evidenzi anche la presenza di giardini e di cortili interni che altrimenti sarebbero invisibili all'occhio del visitatore (figura 6). Questi prodotti si prestano più di altri ad una lettura approfondita del tessuto urbano, permettendo all'occhio esperto di individuare fin da subito le caratteristiche peculiari di alcuni quartieri.

3. Riflessioni conclusive e suggerimenti operativi: quale carta turistica per un centro urbano?

Terminata la disamina del caso di studio relativo alla cartografia turistica della città di Parma, vorremmo proporre ora alcune riflessioni conclusive. Con due finalità compresenti: da una parte trarre qualche pensiero di sintesi dal quadro fino ad ora esposto, e pertanto offrire qualche spunto spendibile nel caso di studio specifico, e dall'altra offrire alcuni suggerimenti ad una linea di indagine, quella sulla cartografia per il turismo, che ci sembra, come già avvertivano Del Casino e Hanna, «sottovalutata nella letteratura scientifica sia dalla geografia del turismo sia dalla cartografia» (2000, p. 23).

3.1. Note sulla competizione informativa e sulla coerenza comunicativa di una carta turistica

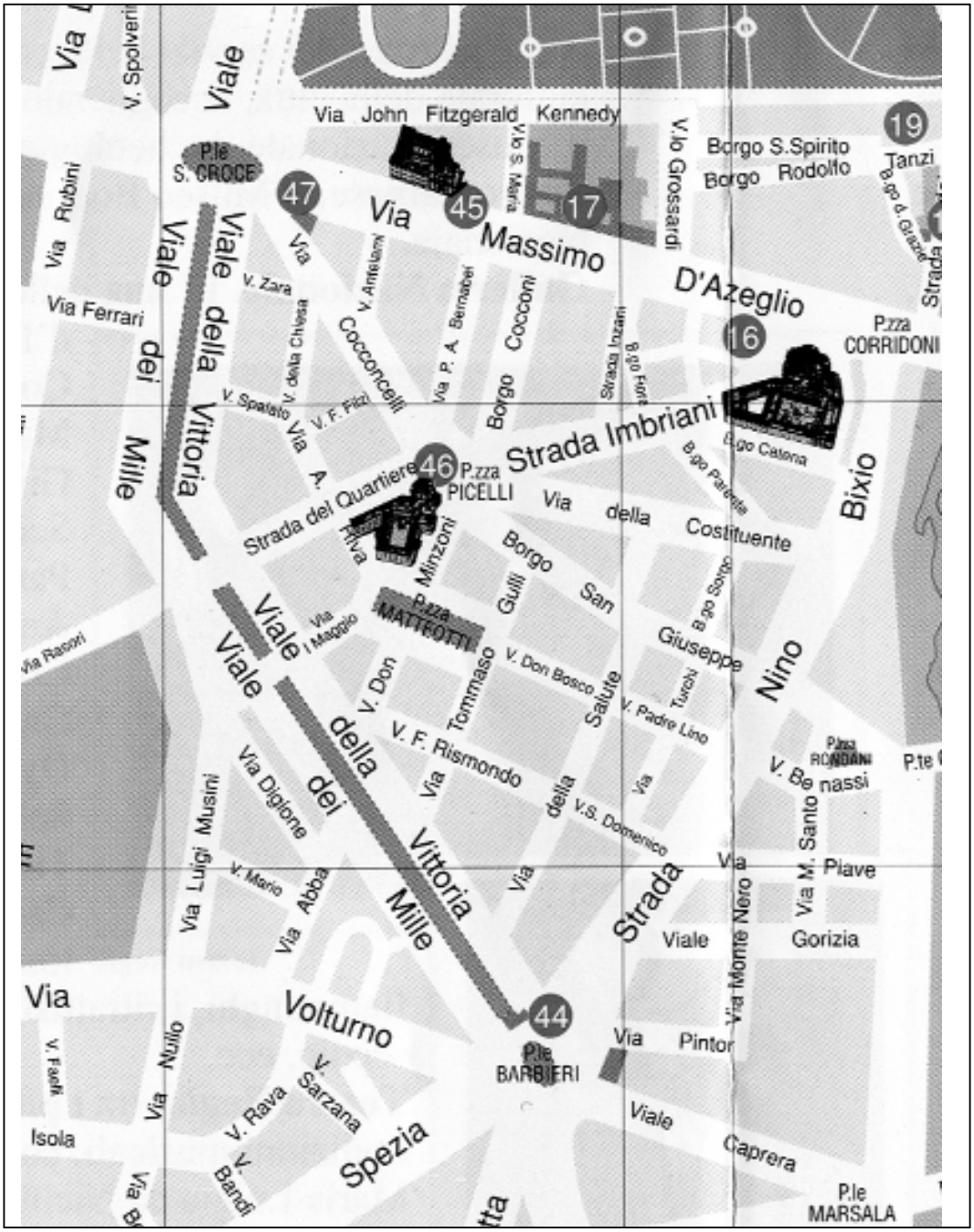
Il nodo centrale di una "politica cartografica" per il turista rimane il rapporto fra precisione scientifica del dato e piacevolezza estetica dell'immagine finale. Su questo rapporto si gioca la credibilità di base di una carta turistica, che, per svolgere fino in fondo la propria funzione, abbisogna di entrambe queste caratteristiche, che la rendono insieme affidabile ed attraente. Senza uno sforzo di accuratezza del *data base* geografico che sta a fondamento della produzione cartografica, e senza un vaglio scrupoloso dell'immediatezza espressiva della linea grafica finale, la carta turistica perde gran parte della propria ragion d'essere.

Il secondo importante rapporto dialettico che esiste fra diverse opzioni possibili nella creazione di una carta turistica di un centro urbano è quello fra completezza dell'informazione e facilità di comprensione dei dati proposti. La visione della base cartografica come quella di un "sacco" da riempire il più possibile di simboli, colori, scritte, toponimi, notizie, si scontra con un pubblico generico sovente privo dei re-

quisiti minimi di conoscenza cartografica, e quindi bisognoso di una possibilità di lettura facile, evidente, immediatamente comprensibile. La scelta operata dal produttore all'interno di questi due poli opposti (la carta "completa" – quasi una versione turistica della borgesiana "mappa dell'impero" a scala 1:1, riproducente tutta la complessità del reale – e la carta massimamente schematica ed essenziale) lascerà un'impronta fondamentale nell'identità del prodotto finale.

In questa prospettiva si può lavorare proficuamente su una struttura di ispirazione "ipertestuale", che preveda un rimando fra diversi livelli informativi espressi in aree grafiche predisposte per questo utilizzo. Per dare spazio alle notazioni sulla viabilità, ad esempio, senza gravare sulla leggibilità della carta appesantendola con un eccessivo affollamento di simboli, potrebbe tornare utile l'uso di riquadri a margine (a scala maggiore o minore), che raramente sono stati impiegati nei documenti presi in esame. In alternativa si potrebbero proporre edizioni differenti del medesimo prodotto cartografico a seconda del tipo di utenza a cui ci si rivolge.

La scelta fra una linea "unitaria" (una stessa carta il più possibile "democratica" come intenti di comunicazione, rivolta cioè potenzialmente a tutti) ed una linea "pluralistica" (più prodotti simili differenziati a seconda dell'utenza di destinazione) definisce un punto nodale delle strategie e tattiche cartografiche ad uso dei turisti. Le alternative possibili sono due. Da una parte la proposta di un'informazione "generalista", che assuma per maggioritario e prevalente uno specifico mezzo di spostamento, qualunque esso sia, oppure una tematica di interesse particolare (il turista alla ricerca di testimonianze artistiche, il turista alla ricerca di monumenti religiosi, il turista interessato alle produzioni artigianali locali) e la faccia diventarer prevalente ed implicitamente "normale". Dall'altra la creazione di una serie di carte "specializzate", cioè fondate sulla medesima base cartografica, ma leggermente indirizzate secondo tematismi che differenziano le modalità di spostamento, gli oggetti dell'interesse, le ottiche di lettura di un territorio urbano. Ovviamente non vi è risposta univoca ed universale a tali scelte, che vanno valutate di caso in caso a seconda anche delle risorse finanziarie e di forza-lavoro che si hanno a disposizione. Si toccano qui tematiche che esulano dallo sguardo del cartografo e che toccano nel vivo problemi di gestione dei fondi disponibili, di qualificazione del personale, di risorse tecniche. Problemi che gli enti locali, ed in generale ogni soggetto pubblico o privato che avverta il bisogno di produrre cartografia, affrontano quotidianamente, nel perenne e vivace spazio dialettico di azione che si apre fra ciò che sarebbe auspicabile fare e ciò che concretamente si vede come realizzabile. L'importante, ci sembra, è che ogni scelta da effettuarsi in relazione alla cartografia sia effettuata in piena coscienza delle varie alternative possibili, e con precisa consapevolezza dei vantaggi e svantaggi della direzione intrapresa. Spesso certe scelte grafiche ed espositive che contribuiscono ad innalzare il carico


Via John Fitzgerald Kennedy
P.le S. CROCE
Via Massimo D'Azeglio
Borgo S.Spirito
Borgo Rodolfo
Tanzi
P.zza CORRIDONI
Strada Imbriani
P.zza PICELLI
Strada del Quartiere
Via della Costituente
Borgo San Giuseppe
P.zza MATTEOTTI
Viale della Vittoria
Viale dei Mille
Via Ferrari
Via Rubini
Via Rasori
Via Diglione
Via Luigi Musini
Via Abba
Via Nurillo
Via Volturno
Isola
Spezia
P.le BARBIERI
Viale Caprera
Via Pintor
Viale Gorizia
Via Piave
Via M. Santo
Via Monte Nero
P.zza RONDANI
P.le MARSALA
Bixio
Nino
Via Bernabei
Via Cocconcelli
Via Minzoni
Via Gulli
Via Tommaso
Via Salute
Via Turchi
Via della Chiesa
Via Zara
Via Spalato
Via Amfiarao
Via Mario
Via Sarzana
Via Rava
Via Bandi
Via Fadi
Via Fizzi
Via Parma
Via Padre Lino
Via Bernardo Grazioli
Via Grossardi
Via S. Maria
Via Costituente
Via Don Bosco
Via Don
Via F. Rismondo
Via S. Domenico
Via Be nassi
Via Cocconi
Via Strada Inzani
Via Borgo Sorgo
Via Borgo Catania
Via Borgo Parma
Via I Maggio
Via A.
Via Ferrari
Via Spolverini
Via Viale
Via Viale
Via Viale

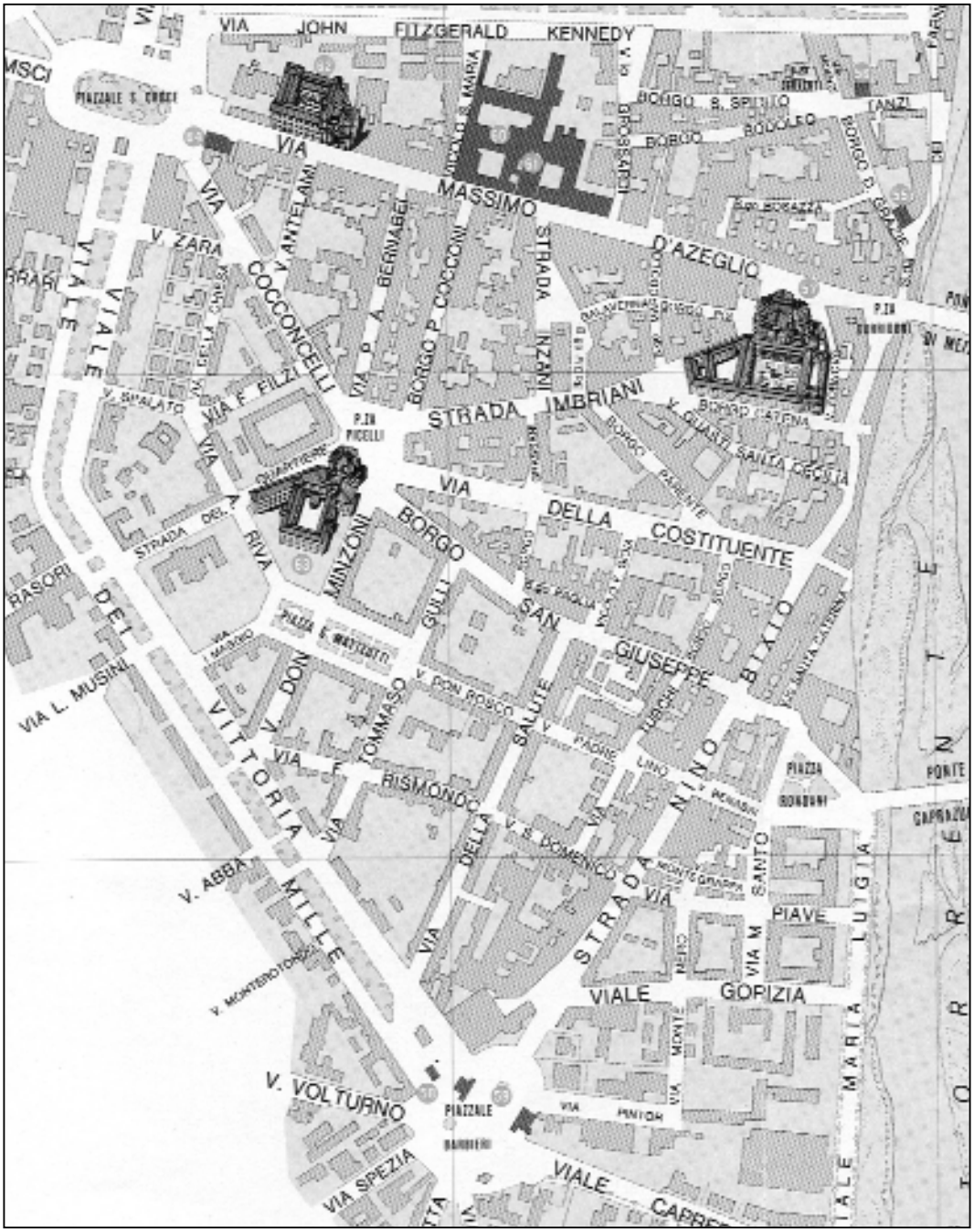


FIGURA 6 - *Stralcio dalla carta contenuta nell'opuscolo Parma città d'arte, Comune di Parma - Assessorato al Turismo, 1985 (nell'originale è indicata solamente la scala grafica e non la scala numerica).*

informativo di una carta possono essere effettuate senza aumento dei costi di produzione.

3.2. Spunti operativi per un affinamento della comunicazione cartografica turistica

Per sintetizzare alcune riflessioni scaturite dall'analisi comparata, si propone qui di seguito un piccolo decalogo di "istruzioni per l'uso" che ci sentiamo di voler proporre al lettore per offrire qualche ulteriore ipotesi di miglioramento.
Dapprima qualche proposta "tattica":

1) utilizzare più spesso la visione mista zenitale/prospettica, che visivamente identifica immediatamente i punti di maggior risalto ed interesse di un tessuto urbano; questo utilizzo di differenti tecniche rappresentative può costituire un interessante compromesso fra precisione informativa ed efficacia comunicativa;
2) proporre elementi di dinamicità, soprattutto itinerari, anche svincolati dalla presenza di un resoconto dettagliato di percorso (come si può trovare sovente in una guida turistica). Spesso il turista si trova alla mercè del caso nello scegliere fra un itinerario e l'altro per spostarsi da un luogo di visita al successivo. In questo modo egli/ella rischia pertanto di perdersi, magari per pochi metri, qualche scorcio architettonico interessante, un dettaglio edilizio prezioso, un negozio tipico ecc. Oppure può trovarsi a camminare per strade intensamente trafficate, quando invece esiste un itinerario, magari leggermente più lungo, ma interamente situato in un'area pedonale comoda per passeggiare;
3) inserire sempre gli elementi cartografici di base (orientamento, anno di produzione, scala, legenda ecc.). Si tratta di "onestà" comunicativa, dalla quale non si può prescindere, ed insieme di coerenza produttiva: non si può richiedere al lettore di integrare attraverso proprie osservazioni effettuate sul campo ciò che da produttori si è omesso, sia per dimenticanza o superficialità sia per mancanza di accesso al dato o di verifica dello stesso;
4) porre maggiore attenzione all'esattezza ed alla completezza dell'informazione cartografica di base. La mancanza di segnalazione di strade o di altri elementi dello spazio urbano, ove non sia dovuta ad ineludibili problemi di scala, è una imprecisione imperdonabile in un'ottica di comunicazione e di servizio come quella della produzione di cartografia turistica;
5) giocare sulla interazione fra cartografia, testo di accompagnamento, iconografia a corredo. I tre linguaggi differenti, se opportunamente coordinati e correlati, possono instaurare un "circolo virtuoso" della comunicazione.

In secondo luogo qualche suggerimento "strategico", che vada al di là della specificità di un singolo aspetto e che proponga una sorta di diversa "filosofia cartografica" per il turismo:

1) produrre carte meno inclini all'aspra selezione del "gradiente di turisticità". La comunicazione cartografica, sia pur mirata all'apprezzamento di specifici luoghi da parte di un visitatore esterno, non può prescindere

dalla complessità territoriale della realtà urbana, senza la quale gli elementi monumentali e di richiamo turistico rimangono isolati e privi di significato contestuale;

2) aggiornare costantemente il contenuto informativo; non comunicare subito all'utente, cioè, una idea di "patina del tempo" depositata sulla carta. La verifica ed il costante ammodernamento delle informazioni presenti su una carta rappresenta una primaria garanzia di cura del prodotto;
3) non ridurre la carta turistica al ruolo di "stradario" ma promuoverla al rango di "fonte informativa". Una carta geografica può veicolare non solo le informazioni di base necessarie per orientarsi negli spostamenti e per localizzare monumenti e servizi, ma anche una complessa serie di dati e notizie relativi al tessuto urbano, alla sua storia, alla rete di connessioni territoriali ecc. L'informazione cartografica, se coscientemente organizzata e correttamente esposta, può essere un efficace ponte verso la conoscenza dei luoghi;
4) un aspetto da non sottovalutare e che potrebbe costituire un punto di partenza per dare nuovo vigore alla cartografia turistica di un centro urbano risiede nel fatto che essa è uno dei pochi strumenti di conoscenza del territorio a disposizione della comunità dei cittadini; sicuramente il più facilmente reperibile. Pertanto, un prodotto che possa soddisfare contemporaneamente le esigenze del turista e quelle del residente risulterebbe sicuramente più appetibile ed eleverebbe la carta al rango di strumento adatto alla divulgazione didattica. D'altra parte, la qualità di un prodotto cartografico rivolto sia ai cittadini sia ai turisti potrebbe innescare un circolo virtuoso di alfabetizzazione cartografica, che a sua volta renderebbe sempre più esigenti gli utenti e sempre più attenti i produttori;
5) migliorare la distribuzione e la reperibilità della carta urbana, per superare quello che comunemente si presenta come il "paradosso della carta turistica": normalmente si riceve il supporto cartografico in un luogo (l'ufficio turistico) che, per essere trovato, presuppone l'orientamento fornito dalla carta stessa. La miglior reperibilità della cartografia turistica sarebbe strettamente correlata con il punto precedente, cioè con la diffusione della stessa fra gli abitanti.

Altri vantaggi potrebbero provenire da una maggiore comunicazione "in orizzontale" fra produttori cartografici, in modo da condividere alcuni standard grafici di riferimento, soprattutto in relazione alla simbologia. Oggi si assiste sovente ad un'estrema varietà di linguaggi grafici utilizzati nella produzione di carte, che possono facilmente confondere l'utente e che comunque, nel migliore dei casi, non offrono una facile riconoscibilità, ma obbligano ad un costante utilizzo della legenda informativa.

3.3. La carta turistica a stampa fra tradizione e nuove sfide

In conclusione, potremmo formulare la domanda più radicale, mettendo in discussione la stessa natura dell'oggetto

preso in considerazione: serve ancora oggi una carta turistica a stampa? La carta turistica stampata sembra avere un ruolo ancora forte in virtù di alcuni vantaggi inerziali, di alcuni aspetti logistici, di alcune caratteristiche intrinseche. Nello specifico i punti forti dell'esito cartaceo della cartografia sono identificabili nell'accessibilità e reperibilità in loco, nel basso costo per l'utente (non occorre nessun supporto tecnico per la sua consultazione), nella praticità d'uso, soprattutto durante l'esperienza turistica. Altre forme di cartografia possono essere infatti utili in fase preliminare (risorse disponibili su internet) od in fase di avvicinamento automobilistico (sistemi di navigazione satellitare). Altri fattori sembrano avallare l'ipotesi di una specifica funzione della carta geografica "tradizionale", fra i quali, non secondario, un aspetto di inerzia mentale dell'utenza. Generazioni di persone sono state abituate al supporto cartaceo; sarà necessario pertanto un certo tempo di transizione prima di arrivare a generazioni cresciute completamente in epoca digitalizzata. Va considerato inoltre che, a differenza dei formati digitali, in molti casi le carte a stampa consentono una visione d'insieme dell'intera area urbana senza limitazioni di leggibilità pratica. La "vecchia" carta, così come viene definita spesso oggi a fronte dei nuovi supporti tecnologici, sembra vincere il confronto sul piano della semplicità di utilizzo e dell'affidabilità, senza dimenticare che uno strumento elettronico può improvvisamente spegnersi per problemi tecnici o per mancanza di carica nelle batterie di alimentazione, abbandonando il turista al suo destino.

La filosofia di base che dovrebbe orientare fin dal principio la produzione di carte turistiche, in conclusione, dovrebbe essere quella di offrire prodotti che risultino da una parte rigorosamente attendibili e dall'altra *user-friendly*, "amichevoli" nei confronti del lettore, volonterosamente proiettati verso il ricevente. Occorre dunque una cartografia autorevole ed al contempo invitante, in grado di riconquistare l'occhio del lettore, che al momento sembra purtroppo sempre di più incline a voler rifuggire da un'azione attiva e consapevole di interpretazione dei dati. Una rinnovata offerta di cartografia turistica di qualità potrebbe, a nostro avviso, stimolare una più vivace domanda di sapere cartografico.

Bibliografia

BIANCHI E., *Lo spazio turistico come immagine*, in TOURING CLUB ITALIANO (a cura di), *90 anni di turismo in Italia 1894-1984*, Milano, TCI, 1984, pp. 66-71.

BONAPACE U., *I progressi della cartografia turistica*, in TOURING CLUB ITALIANO (a cura di), *90 anni di turismo in Italia 1894-1984*, Milano, TCI, 1984, pp. 56-65.

BRUSA C., *L'immagine di una città secondo la cartografia turistica: l'esempio di Parma*, "Bollettino dell'Associazione Italiana di Cartografia", 1979, n. 46, pp. 23-30.

BRUSA C., *Dal Baedeker alle guide moderne*, in TOURING CLUB ITALIANO (a cura

di), *90 anni di turismo in Italia 1894-1984*, Milano, TCI, 1984, pp. 50-55.

CASTELLI V., GAVARUZZI R., *La carta turistico urbana di Bologna*, "Bollettino dell'Associazione Italiana di Cartografia", 1993, n. 89, pp. 133-138.

CHABAUD G., COHEN É., COQUERY N., PENEZ J. (a cura di), *Les guides imprimés du XVIe au XXe siècle. Villes, paysages, voyages*, Parigi, Belin, 2000.

CRESTA E., UBOLDI L., *La cartografia turistica. Elementi di riflessione*, Milano, CUEM, 2001.

DEGLI ESPOSTI V., *"Elementare Watson!". L'analisi cartografica come metodo per la comprensione dell'identità urbana (Dedicato alla scuola)*, "Bollettino dell'Associazione Italiana di Cartografia", 1993, n. 87-88, pp. 63-75.

DEL CASINO V. J., HANNA S. P., *Representations and identities in tourism map spaces*, "Progress in Human Geography", 24, 2000, n. 1, pp. 23-46.

GAVARUZZI R., DE ANGELIS C., PEZZOLI S., *La carta culturale turistica di Bologna: una delle quattro carte di Bologna 2000 per la valorizzazione della città*, "Bollettino dell'Associazione Italiana di Cartografia", 2000, n. 108, pp. 39-44.

HANNA S. P., DEL CASINO V. J., *Tourism Spaces, Mapped Representations, and Practices of identity*", in HANNA S. P., DEL CASINO V. J. (a cura di), *Mapping Tourism*, Minneapolis-Londra, University of Minnesota Press, 2003, pp. ix-xxvii.

HARLEY B., *Deconstructing the map*, "Cartographica", 26, 1989, n. 2, pp. 1-20.

MIANI ULUHOGIAN F., *Le immagini di una città: Parma, secoli XV-XIX. Dalla figurazione simbolica alla rappresentazione cartografica*, Parma, Casanova, 1984.

MIOSSEC J. M., *L'image touristique comme introduction a la géographie du tourisme*, "Annales de Géographie", 1977, n. 86, pp. 55-70.

NAEF M., *Carte turistiche di Terni e Provincia*, "La cartografia. Periodico di informazione cartografica", 2006, n. 10, pp. 6-15.

PAGNINI M. P. (a cura di), *Geografia per il principe. Teoria e misura dello spazio geografico*, Milano, Unicopli, 1985.

PAPOTTI D., *Marketing turistico e paesaggi sonori. Il caso di 'Parma capitale della musica'*, "Ambiente Società Territorio. Geografia nelle Scuole", 52, 2007, n. 1, pp. 15-19.

TONIOLO S., *I problemi redazionali e grafici della cartografia turistica e la nuova carta del TCI al 400.000*, "Bollettino dell'Associazione Italiana di Cartografia", 1978, n. 43, pp. 11-18.

UNIONCAMERE EMILIA-ROMAGNA (a cura di), *Riscoprire la città. Nono rapporto dell'Osservatorio Turistico Regionale*, Milano, Franco Angeli, 2005.

VAROTTO M., *Degrado ambientale, erosione culturale, desertificazione cartografica: gli effetti dell'abbandono nella media montagna prealpina*, in CALAFIORE G., PALAGIANO C., PARATORE E., *Vecchi territori, nuovi mondi. La geografia nelle emergenze del 2000*. Atti del XXVIII Congresso Geografico Italiano, Roma 18-22 giugno 2000, Roma, Edigeo, 2003, vol. III, pp. 2585-2591.

WOOD D., *The Power of Maps*, New York-Londra, The Guilford Press, 1992.