

CARTOGRAFIA, TURISMO E SOSTENIBILITÀ: L'ESEMPIO DELL'ATLANTE DEL TURISMO SOSTENIBILE IN AFRICA

CARTOGRAPHY, TOURISM AND SUSTAINABILITY: THE ATLAS OF SUSTAINABLE TOURISM IN AFRICA

Lina Maria Calandra (*)

(*) Università degli Studi dell'Aquila.

Riassunto

L'Atlante del turismo sostenibile in Africa rappresenta l'applicazione concreta ad un contesto fisico-spaziale e territoriale determinato, del modello geografico generale della sostenibilità turistica. In questa, a partire dall'idea di turismo come processo di iconizzazione territoriale, due componenti giocano un ruolo centrale: 1) la risorsa turistica, intesa come risultato di un'interazione a più livelli tra elementi attrattivi, mete e pratiche turistiche; 2) la relazione turismo-sostenibilità, che si realizza all'interfaccia tra meta turistica e pratiche turistiche. La struttura complessiva dell'Atlante, così come i contenuti e alcuni argomenti sviluppati nelle singole tavole, derivano proprio dall'applicazione del modello generale.

Abstract

The Atlas of Sustainable Tourism in Africa represents a concrete application of the geographic model of tourism sustainability. From the idea of tourism as a process of territorial iconisation, two elements play a central role for a tourism sustainability: 1) the tourism resource, understanding as the result of a multi-level interaction among attraction elements, tourist destinations and practices; 2) the relationship tourism-sustainability, played out on the interface between tourist destination and tourism practices. The structure, the contents and some topics developed in the Atlas, derive exactly from the application of the general model.

1. Obiettivo della comunicazione

Da sempre la cartografia ha rappresentato nella pratica del viaggio, e poi anche di quella particolare forma di viaggio che è il turismo, uno strumento privilegiato se non addirittura un presupposto spesso imprescindibile. Oggi,

una rinnovata enfasi investe la cartografia per il (e del) turismo, se non altro perché l'industria turistica costituisce a livello mondiale una delle principali attività economiche, capace di mobilitare imponenti flussi di persone e di valute: qualcosa come 760 milioni di individui nel 2004, per un totale di circa 620.000

milioni di euro di introiti (Wto, 2005).

In questo contesto, non sorprende il fatto che ad un certo punto si sia sviluppato un ampio dibattito sul tema della sostenibilità in rapporto al turismo (Wto, 2002; Turco A., 2006). E così, cartografia, turismo e sostenibilità si presentano ormai come tre termini in stretta connessione, sebbene di tale connessione non siano ancora state esplorate a fondo tutte le potenzialità conoscitive ed applicative. In effetti, come sostenuto da più voci, la riflessione teorica generale, in particolare in ambito geografico, sia riguardo al turismo (Stock M., 2003) che, a maggior ragione, riguardo alla sostenibilità turistica, sconta diverse carenze. Così anche il ruolo della cartografia per il turismo ed ancor più come strumento per una concettualizzazione ed un'analisi del fenomeno turistico e del turismo sostenibile, risulta non sufficientemente indagato.

In tal senso, la presente comunicazione propone una riflessione, sebbene parziale e limitata, innanzitutto attraverso l'illustrazione di un modello geografico generale della sostenibilità turistica¹ che a partire dall'idea di turismo come processo di iconizzazione territoriale, pone l'accento su due componenti chiave:

1) la risorsa turistica, intesa come risul-

tato di un'interazione a più livelli tra elementi attrattivi, mete e pratiche turistiche;

- 2) la relazione turismo-sostenibilità, che si realizza all'interfaccia tra destinazione turistica e pratiche turistiche. In secondo luogo, ci si propone di illustrare le potenzialità applicative di tale modello per la costruzione di un «Atlante del turismo sostenibile», in particolare africano, ma anche per la concettualizzazione di singole tavole. A titolo esemplificativo, si procederà, dunque, a presentare la struttura e l'organizzazione dell'*Atlante del turismo sostenibile in Africa*, nonché il contenuto di alcune tavole.

2. La sostenibilità turistica: un modello geografico

Secondo la prospettiva qui assunta, «la sostenibilità può essere intesa come una qualità dell'agire territoriale in virtù della quale le motivazioni e le regole che orientano e inquadrano tale agire risultano iscritte in uno specifico contesto ambientale e in un quadro sociale storicamente determinato» (Calandra L.M., 2006, p. 22). Infatti, è evidente ormai come la posta in gioco della sostenibilità

¹ Si fa riferimento, qui, alle riflessioni teoriche già sviluppate in Calandra L.M. (2006) e condotte nel seno del Programma di ricerca scientifica di rilevante interesse nazionale «Turismo e sostenibilità in Africa», cofinanziato nel 2004 dal Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca (PRIN-MIUR 2004). Sotto la direzione del prof. A. Turco dell'Università dell'Aquila, il Programma ha coinvolto, oltre a quella aquilana, altre quattro unità di ricerca afferenti alle università di Bologna, Genova, Roma «Tor Vergata» e Torino. L'*Atlante del turismo sostenibile in Africa*, curato nella sua organizzazione e nell'elaborazione cartografica con tecnologia GIS dall'unità di ricerca dell'Aquila, rappresenta uno dei prodotti del Programma e la sua pubblicazione è prevista nel 2007 presso l'editore Franco Angeli.

sia soprattutto politica (Berdoulay V., Soubeyran O., 2000). Essa, in altre parole, pone la questione dell'elaborazione di scelte condivise e di decisioni concertate e non solo di una conformità a criteri esclusivamente ecologici più o meno astratti. In tale direzione, dunque, per arrivare a delineare analiticamente il rapporto tra sostenibilità e turismo è necessario disporre di un approccio capace di tenere conto di tale valenza politica che si specifica storicamente solo in un contesto territoriale definito. In pratica, si tratta di assumere come punto di partenza proprio il territorio, ed in particolare il territorio in una sua peculiare valenza, quella iconica che, come si dirà, si definisce come esito e condizione di un complesso processo. La risorsa turistica non sarebbe altro che una risultanza di tale processo di iconizzazione territoriale², capace di mettere in luce almeno tre dimensioni del turismo (materiale, cognitiva, organizzativa) rispetto alle quali si configura la sostenibilità.

2.1. La risorsa turistica come processo di iconizzazione territoriale

Per prendere in carico il territorio ai fini di elaborare un approccio al turismo che tenga conto della dimensione politica della sostenibilità, è necessario innanzitutto entrare nel merito dell'interazione tra gli elementi che concorrono a definire la risorsa turistica e a mettere in moto un processo di iconizzazione territoriale in funzione turistica. Essenzialmente, gli elementi che concorrono alla

composizione della risorsa turistica sono tre (figura 1). Si tratta prima di tutto dell'*elemento attrattivo*, colto soprattutto come icona territoriale (Urry J., 2001) e non semplicemente come singola emergenza naturale e/o culturale in grado di creare «attrazione». In pratica, l'elemento attrattivo va considerato al livello dell'astrazione di un significato (livello semantico) e quindi dell'attribuzione di un valore utile all'elaborazione di un discorso turistico.

Il secondo elemento è rappresentato dalla *meta turistica*, ossia il luogo nel quale si realizza – o si tenta di realizzare – a livello sintattico il discorso turistico. Nella meta, infatti, il valore si concretizza come possibilità reale di conoscenza e esperienza in quanto essa è fisicamente «raggiungibile», grazie alla rete di trasporti e all'organizzazione dell'accoglienza e del soggiorno. In altre parole, solo nel luogo l'icona turistica può dispiegarsi come retorica: in senso memoriale, attraverso il recupero, in funzione turistica, del passato (come avviene, per esempio, nelle città storiche, nei siti archeologici, nei musei); in senso relazionale, attraverso la valorizzazione turistica dei rapporti e delle reti che si esprimono nel presente (come, per esempio, nei luoghi del divertimento, o nei luoghi di culto, di pellegrinaggio); o in senso progettuale, quando vengono prese in carico le aspettative e le speranze per il futuro (come nei luoghi della cura e del benessere quali le stazioni termali, le *beauty farm*, ecc.).

² Sul processo di iconizzazione territoriale nella carta geografica si rinvia a Casti E., 1998.

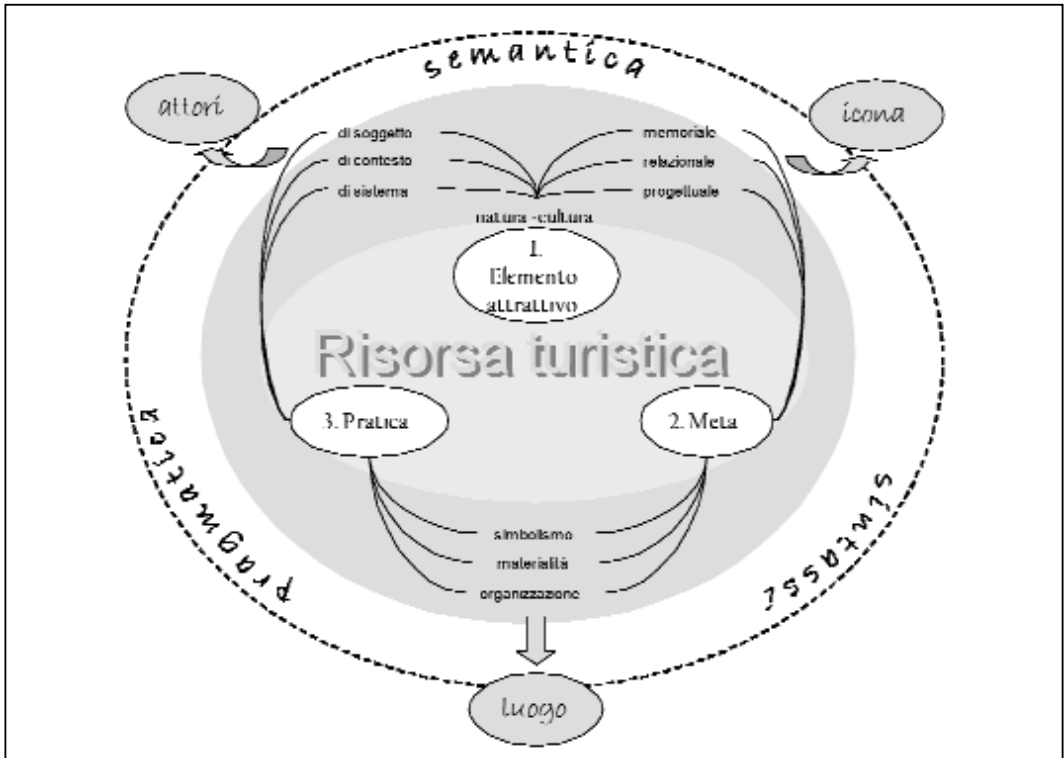


FIGURA 1 - *Il turismo come processo di iconizzazione territoriale* (Calandra L.M., 2006).

Infine, il terzo elemento, che a livello pragmatico prende parte all'articolazione della risorsa turistica, è rappresentato dalle *pratiche turistiche*. Non si tratta solo di quelle «del turista» (spinto nel suo agire da motivazioni e ragioni in prima istanza personali e soggettive), ma anche, e soprattutto, di quelle che caratterizzano tutti gli altri attori implicati a vario titolo e a varie scale nel turismo. In particolare si tratta di attori che intervengono a livello:

- 1) di sistema, quali lo Stato e le organizzazioni internazionali, che fondano il proprio agire su valori e motivazioni di portata generale, universalistici e

astratti, e che si esprimono generalmente a livello di codificazione normativa per l'istituzione degli ambiti della *legalità*;

- 2) di contesto, quali le comunità insediate, le istituzioni e associazioni locali, che contribuiscono a delineare gli ambiti delle *legittimità* ancorandosi alle norme e alle consuetudini specifiche di un preciso contesto socio-territoriale.

Dunque, è nell'interazione a livello semantico, sintattico e pragmatico tra questi tre elementi che la risorsa turistica si configura come esito di un processo di iconizzazione che parte dal territo-

rio, attraverso l'interpretazione dei suoi valori (le icone), e si risolve in esso (il luogo) come contesto di pratiche turistiche transcalari, al tempo stesso soggettive, locali e globali (gli attori).

2.2. La relazione turismo-sostenibilità: dimensione materiale, cognitiva ed organizzativa

Ma per arrivare a definire un approccio al turismo capace di prendere in carico la dimensione politica della sostenibilità, non è sufficiente aver messo in luce la centralità del territorio, nella sua dimensione iconica, per la configurazione della risorsa turistica. In effetti, è necessario chiarire i termini del rapporto tra sostenibilità e turismo, rapporto che si gioca all'interfaccia tra il luogo (*meta turistica*) e gli attori (*pratiche turistiche*). A seconda della configurazione che tale rapporto assume, infatti, si possono individuare tre dimensioni della sostenibilità turistica: materiale, cognitiva, organizzativa (figura 2).

Nella dimensione materiale, la risorsa turistica si configura principalmente come risorsa economica rispetto alla quale la relazione luogo-attori, e dunque la sostenibilità del turismo, si gioca essenzialmente nell'equilibrio tra domanda e offerta. Diventano preminenti, in tal senso, soprattutto le componenti materiali delle mete (possibilità di accesso, capacità ricettiva, capacità ricreativa, ecc.) e il comportamento complessivo dei turisti rispetto alla meta (arrivi, pernottamenti, spese, ecc.).

Nella dimensione cognitiva, la risorsa turistica si configura principalmente come sapere territoriale (e dunque come

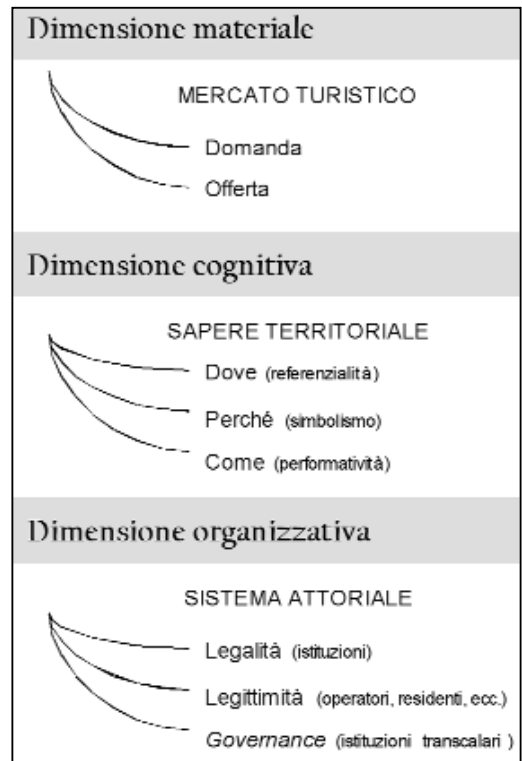


FIGURA 2 - *Dimensioni della sostenibilità turistica (rielaborazione da Calandra L.M., 2006).*

risorsa cognitiva), poiché la relazione luogo-attori (e quindi meta-pratiche) si realizza solo a seguito di un momento interpretativo da parte degli attori, in ragione del quale si elabora il «perché», ossia le motivazioni e le ragioni del discorso turistico, e si specificano il «dove» e il «come».

Infine, nella dimensione organizzativa la risorsa turistica si configura principalmente come un sistema di attori, capace di organizzarsi in strutture territoriali per l'utilizzo e per la securizzazione della risorsa stessa. In pratica, tra il luogo e gli attori si interpone un mo-

mento, quello normativo, che risulta tanto più efficace quanto più in grado di regolare il sistema degli attori non solo a livello di sistema (*legalità*), ma anche a livello di contesto (*legittimità*) e, sempre più spesso, a livello di interconnessione tra legalità e legittimità (*governance*). In tal senso, il turismo si rivela anche come risorsa organizzativa.

Dunque, in linea teorica, il turismo, che si realizza in un sistema di relazioni tra dimensione materiale, cognitiva e organizzativa della risorsa turistica, è tanto più sostenibile quanto più il rapporto materiale tra luoghi e attori (mercato turistico) è governato da momenti interpretativi (sapere territoriale) e da norme (sistema attoriale). È chiaro che in questa prospettiva la sostenibilità si rivela decisamente come il risultato di una volontà politica, vera posta in gioco della sostenibilità turistica.

3. L'Atlante del turismo sostenibile in Africa

A partire dal modello geografico della sostenibilità turistica precedentemente presentato, è possibile concepire una rappresentazione cartografica del (e per il) turismo capace di dare conto delle diverse dimensioni della sostenibilità: quella economica, quella cognitiva e quella organizzativa. L'illustrazione della struttura e di alcuni contenuti dell'*Atlante del turismo sostenibile in Africa*, nello specifico, si propone di dare conto di, e nel contempo di verificare, alcune potenzialità applicative del modello elaborato.

Come si vede dalla Figura 3, nella quale è riportato l'Indice dell'Atlante, la struttura complessiva dell'opera si articola in tre parti, per un totale di dieci capitoli e quarantacinque tavole. La prima parte sofferma l'attenzione soprattutto sulla dimensione materiale del turismo attraverso la rappresentazione del mercato turistico africano; la seconda, invece, tenta di organizzare un discorso cartografico sul turismo come processo di iconizzazione territoriale focalizzando l'attenzione sulle icone, sui luoghi e sugli attori; infine, la terza parte approfondisce alla scala più dettagliata dei cinque ambiti regionali (Africa settentrionale, occidentale, centrale, orientale e meridionale), alcuni aspetti della dimensione materiale, di quella cognitiva e di quella organizzativa.

3.1. Il mercato turistico in Africa

Per quanto riguarda la prima parte, il Capitolo 1 rappresenta una sorta di introduzione al tema del turismo in Africa. Le tavole 1 e 2, infatti, mostrano il continente come un crocevia di arrivi e di partenze che dal passato giungono a toccare il futuro passando per il presente. Si scopre così un'Africa proiettata nella rete mondiale dei flussi, degli scambi, degli incontri di merci, servizi e uomini per almeno tre ordini di ragioni. La prima ha a che fare con la razionalità: si va in Africa e si parte dall'Africa per «capire», conoscere, studiare. La seconda appartiene alla sfera dell'emozione: si va e si parte per «sentire», sperare, sognare. Infine, la terza ragione coinvolge i sensi, tutti i sensi, dal tatto alla vista, dall'odorato al gusto fino all'udito. Il Capitolo 2, invece, dà conto

<p>PARTE PRIMA <i>Il mercato turistico in Africa</i></p>	<p>Introduzione <i>Verso un ciclo virtuoso dello sviluppo</i></p> <p>1. Africa: arrivi e partenze Tavola 1 - Destinazione Africa: le ragioni di una visita Tavola 2 - Partenze dall'Africa: passato, presente e futuro</p> <p>2. Il turismo in Africa: numeri e tipologie Tavola 3 - Viaggi e turismo nel mondo: una visione d'insieme Tavola 4 - Il turismo nelle cinque regioni africane Tavola 5 - La domanda turistica in Africa Tavola 6 - Gli addetti dell'industria turistica africana Tavola 7 - I movimenti regionali degli africani Tavola 8 - Focus Egitto Tavola 9 - Focus Marocco Tavola 10 - Focus Sudafrica Tavola 11 - Focus Tunisia</p>
<p>PARTE SECONDA <i>Immagini, luoghi, attori del turismo in Africa</i></p>	<p>3. Nature e culture per il turismo: immagini dell'Africa e dall'Africa Tavola 12 - Immagini dal passato: l'eredità del colonialismo Tavola 13 - Paesaggi africani Tavola 14 - Fattori repulsivi: ambiente e sahrte Tavola 15 - Fattori repulsivi: politica e povertà Tavola 16 - La storia dell'Africa: stati, imperi, civiltà Tavola 17 - L'Africa basica: mosaico di popoli e territori Tavola 18 - Immagini al presente: l'Africa si esprime Tavola 19 - Cinema e letteratura</p> <p>4. Luoghi per il turismo: configurazioni spaziali Tavola 20 - Turismo culturale: arte, architettura Tavola 21 - Turismo culturale: siti, itinerari Tavola 22 - Turismo rurale ed ecoturismo Tavola 23 - Isolario africano Tavola 24 - Degradazioni: foreste, suoli Tavola 25 - Degradazioni: acqua, città</p> <p>5. Attori e strategie per un turismo sostenibile in Africa Tavola 26 - Cooperazione e sviluppo: infrastrutture, cultura, turismo Tavola 27 - Politiche pubbliche per l'industria turistica Tavola 28 - Investimento di capitali per l'industria turistica Tavola 29 - Le collettività basiche Tavola 30 - Fattori di fuga e conflittualità</p>
<p>PARTE TERZA <i>Immagini, luoghi, attori nelle cinque regioni africane</i></p>	<p>6. Il turismo in Africa settentrionale Tavola 31 - La domanda turistica Tavola 32 - Foreste, savane, deserti... popoli e culture Tavola 33 - Luoghi, mete, destinazioni... attori e strategie</p> <p>7. Il turismo in Africa occidentale Tavola 34 - La domanda turistica Tavola 35 - Foreste, savane, deserti... popoli e culture Tavola 36 - Luoghi, mete, destinazioni... attori e strategie</p> <p>8. Il turismo in Africa centrale Tavola 37 - La domanda turistica Tavola 38 - Foreste, savane, deserti... popoli e culture Tavola 39 - Luoghi, mete, destinazioni... attori e strategie</p> <p>9. Il turismo in Africa orientale Tavola 40 - La domanda turistica Tavola 41 - Foreste, savane, deserti... popoli e culture Tavola 42 - Luoghi, mete, destinazioni... attori e strategie</p> <p>10. Il turismo in Africa meridionale Tavola 43 - La domanda turistica Tavola 44 - Foreste, savane, deserti... popoli e culture Tavola 45 - Luoghi, mete, destinazioni... attori e strategie</p> <p>Bibliografia e fonti Gli autori</p>

FIGURA 3 - *Indice dell'Atlante del turismo sostenibile in Africa.*

dei principali aspetti della dimensione materiale del turismo. A partire da una visione d'insieme della domanda turistica mondiale (tavola 3), le tavole del Capitolo 2 illustrano, pur con tutte le cautele che le statistiche impongono in particolare per questa regione del globo, il mercato africano nel suo complesso (tavole 4-7) attraverso la rappresentazione cartografica di indici quali quelli di affluenza e di funzione turistica; degli arrivi e degli introiti; del numero degli addetti; dei movimenti regionali degli africani all'interno del continente stesso (figura 4). Il quadro che si delinea è quello di un mercato con diversi elementi di fragilità e complessivamente debole: gli arrivi non coprono neppure il 5% del totale mondiale, per un valore di circa 36 milioni di ingressi internazionali nel 2005. Eppure i fattori di dinamismo non mancano e i *trend* mostrano una crescita sempre più sostenuta del settore per buona parte del continente e non solo per quei paesi, pochi per la verità, in cui il turismo rappresenta già una realtà forte e consolidata come, per esempio, Egitto, Marocco, Sudafrica e Tunisia, ossia i principali paesi per numero di arrivi internazionali. Per ognuno di essi, le tavole 8-11 illustrano le principali caratteristiche della domanda e dell'offerta, affrontando anche alcuni aspetti della dimensione organizzativa e cognitiva del turismo. Così, per esempio, nella tavola 11 dedicata alla Tunisia (figura 5), oltre ad una generale presentazione del mercato, si approfondiscono alcuni elementi relativi all'organizzazione territoriale turistica, nonché all'elaborazione del sapere territoriale in funzione turistica.

3.2. Immagini, luoghi, attori del turismo in Africa

La seconda parte dell'Atlante, dal canto suo, sviluppa più nello specifico l'idea di turismo come processo di iconizzazione territoriale che si realizza attraverso la composizione a più livelli (semantico, sintattico e pragmatico) delle icone, dei luoghi e degli attori del turismo. In particolare, nel Capitolo 3 vengono passate in rassegna alcune immagini dell'Africa e dall'Africa (tavole 12-19) che alimentano – o potrebbero alimentare – la dinamica interpretativa dei quadri naturali e culturali africani in funzione turistica; dinamica all'interno della quale, come si è detto, si gioca la dimensione cognitiva della sostenibilità turistica. Si tratta di immagini dal passato o del presente e di proiezioni verso scenari possibili; di icone che non di rado tradiscono figurazioni stereotipate; di rappresentazioni che per una parte contribuiscono – o potrebbero contribuire – positivamente alla costruzione di discorsi turistici, per altra parte e al contrario, concorrono negativamente alla definizione di fattori repulsivi. Così si passa dall'immagine di una naturalità selvaggia e originaria che affonda le sue radici nell'ideologia imperialista della seconda metà dell'Ottocento e nel discorso delle scienze coloniali (figura 6) (Calandra L.M., 1999, 2005), alla rappresentazione di un'Africa totalmente devastata e lacerata nella sua umanità da guerre, conflitti, carestie, malattie (figura 7), raffigurazione questa tanto sommaria e superficiale quanto incapace di far emergere le innumerevoli e dinamiche realtà sociali africane.

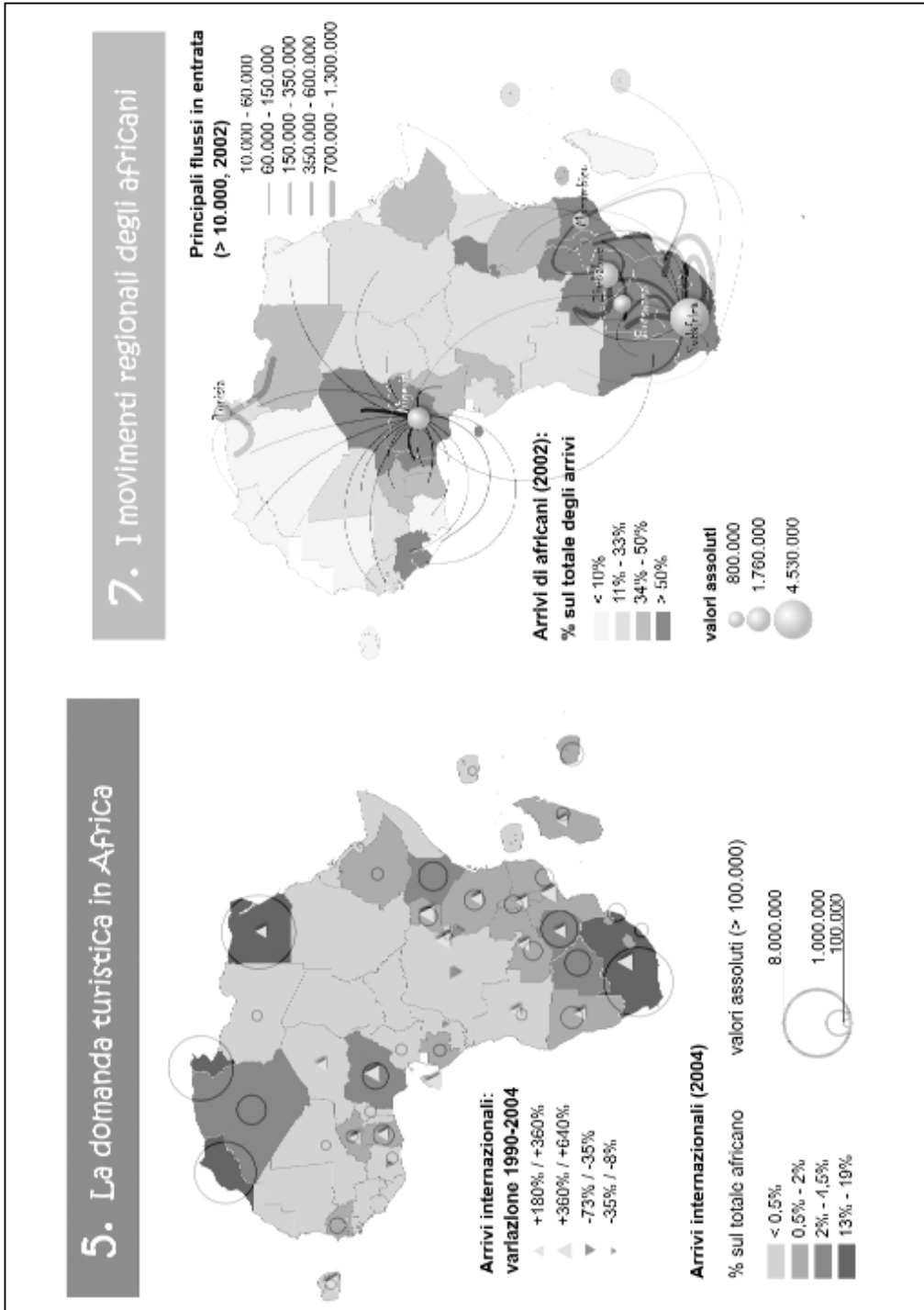


FIGURA 4 - Il mercato turistico africano: stralci delle tavole 5 e 7.

Di seguito, nel Capitolo 4, le immagini si fanno luogo dando corpo alle varie forme di fruizione turistica oggi in atto in Africa e alle varie tipologie di destinazione (tavole 20-23): da quelle più classiche e stanziali (come il turismo nelle isole tropicali o nelle stazioni balneari della Tunisia, dell'Egitto, del Senegal, ecc.), a quelle più impegnative degli itinerari culturali o più ardite ed elitarie delle grandi traversate, degli sport estremi, ecc. Destinazioni e mete che però, il più delle volte, mostrano solo una faccia della medaglia, cioè quella patinata dei cataloghi, tenendo nascosta, invece, quella delle aberrazioni che le politiche di sviluppo e di sfruttamento delle risorse – e spesso di quelle stesse risorse che potrebbero rappresentare un perno della sostenibilità turistica – contribuiscono a scatenare o ad alimentare. Quattro sono le principali direttrici di degrado oggi in atto nel continente (tavole 24-25), sulle quali si innestano numerose dinamiche sociali, politiche, economiche e, non ultimo, lo stesso turismo. Si tratta dell'erosione del suolo, della deforestazione, della crisi idrica e della esponenziale crescita urbana (figura 8). Rispetto ad esse il turismo, sotto l'impulso di politiche responsabili e oculate, può davvero costituire un contrappeso importante per tentare di riequilibrare la bilancia a favore della sostenibilità. Il problema, però, è proprio questo e cioè che oggi, salvo poche eccezioni, i paesi africani non dispongono di regole e politiche chiare sul turismo o, quando ci sono, si tratta per lo più di politiche che alimentano pratiche «predatorie» che finiscono per acutizzare i sintomi del degrado o

cronicizzarne stati e dinamiche.

Ciò risulta evidente nelle tavole del Capitolo 5, nelle quali appunto si tenta di rappresentare gli ambiti delle pratiche, gli attori del turismo e il sistema di relazioni che essi riescono ad intessere. Vengono, così, passati in rassegna spesa pubblica e investimento di capitali, attori internazionali, nazionali e locali, conflitti e debolezze del sistema turistico (tavole 26-30). Complessivamente, il dato che emerge parla di un'Africa ancora lontana dalla sostenibilità turistica. Del resto, gli elementi di crisi sono tanti e perciò, fatta eccezione per pochi paesi, il quadro complessivo non è incoraggiante. Eppure, come spesso accade in questo continente, i segnali di speranza, così come le reali possibilità di sviluppo di un turismo sostenibile, ci sono, vanno solo capite e portate alla luce. E buona parte di tali possibilità è racchiusa in quella grande ricchezza dell'Africa che è la sua umanità, i suoi popoli, le sue culture: una risorsa straordinaria anche se ancora scarsamente mobilitata. Il mondo basico, infatti, costituisce una immensa riserva di saperi, istituzioni, organizzazioni, reti e relazioni (Turco A., 2002) che tengono insieme il tessuto sociale ed economico di interi territori: piccoli e grandi, noti e sconosciuti, ma in ogni caso territori che almeno una volta vale la pena di incontrare.

3.3. Immagini, luoghi, attori nelle cinque regioni africane

Di tale ricchezza di luoghi e mondi, l'Atlante tenta di dare conto più dettagliatamente nella terza parte, cambiando scala e strutturando la rappresentazione cartografica per ambiti regionali: i cin-

que areali in cui classicamente viene suddiviso il continente, e cioè l'Africa settentrionale, occidentale, centrale, orientale e meridionale. L'intento è quello di avvicinare, per quanto possibile, la rappresentazione alla realtà di terreno. Per tale motivo, in ogni tavola viene riservato

uno spazio per un'approfondimento o per uno studio di caso, frutto delle ricerche e delle esperienze sul campo.

In particolare, le tavole 32, 35, 38, 41 e 44 suggeriscono i «perché» della visita attraverso la rappresentazione sia del quadro fisico-naturale, che dei contesti

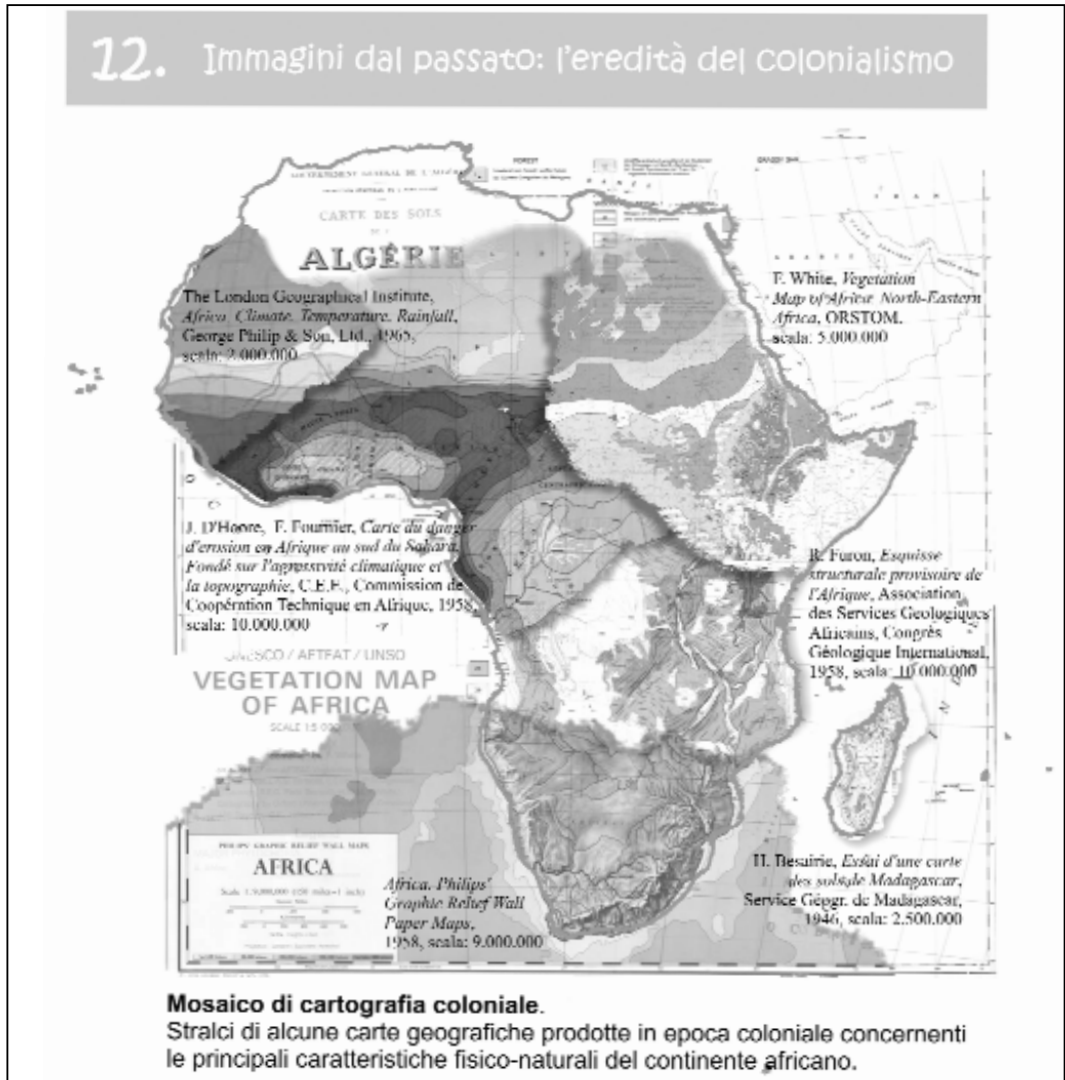
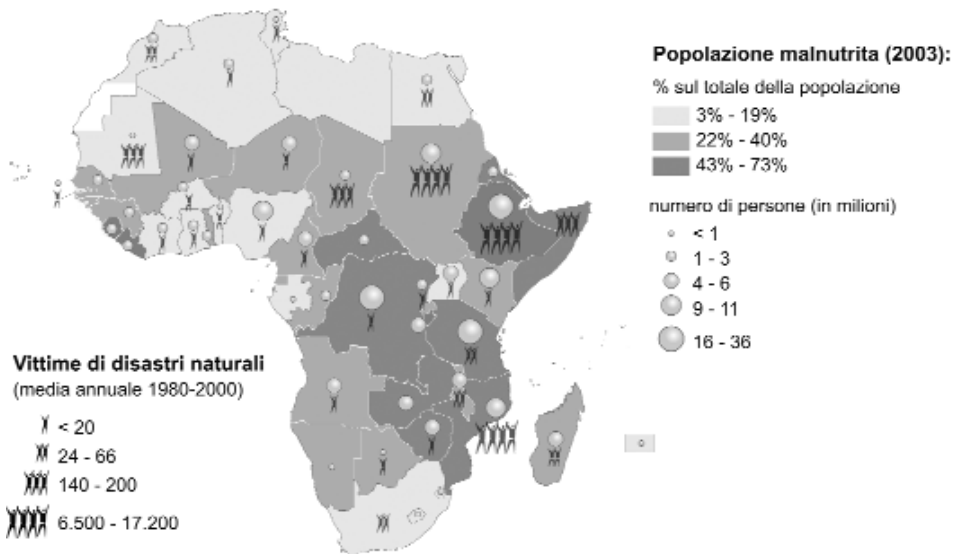


FIGURA 6 - Stralcio della tavola 12.

14. Fattori repulsivi: ambiente e salute



15. Fattori repulsivi: politica e povertà

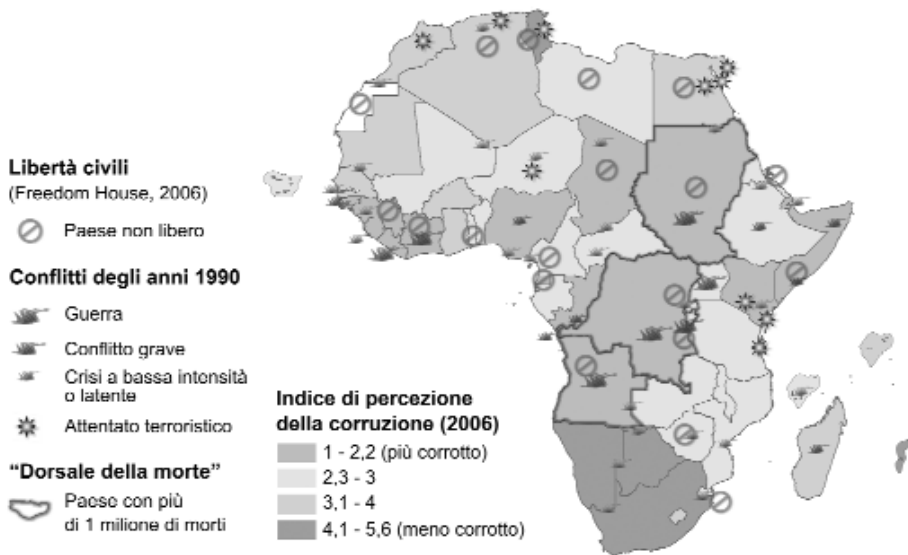


FIGURA 7 - Immagini dell'Africa: stralci delle tavole 14 e 15.

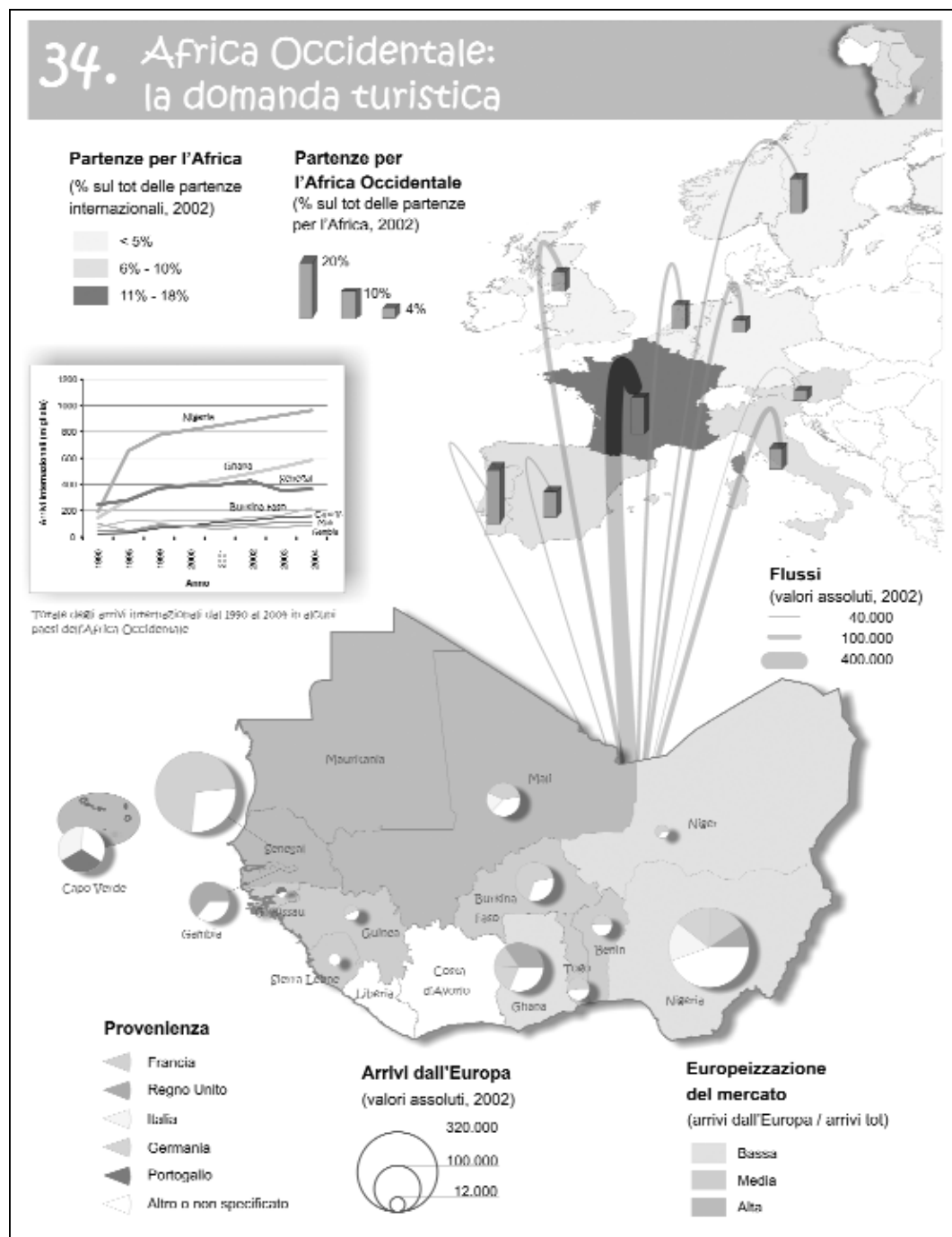


FIGURA 10 - Stralcio tavola 34.

tracce sono ancora visibili. Ed è in particolare nelle forme e nei luoghi dell'abitare, dal villaggio alla singola dimora, che tale fervore culturale continua a vivere, tra pulsioni artistiche ed esigenze funzionali, rendendosi perciò turisticamente fruibili.

Per ciascun ambito regionale, inoltre, in questa parte dell'Atlante si approfondiscono alcune caratteristiche della domanda (tavole 31, 34, 37, 40 e 43) fornendo, per esempio, il dettaglio dei flussi in entrata dai diversi paesi europei, l'andamento dal 1990 degli arrivi internazionali, ecc. (figura 10). Le tavole 33, 36, 39, 42 e 45, invece, scandagliano più dettagliatamente alcuni aspetti della dimensione organizzativa focalizzando la rappresentazione sui luoghi, sulle mete reali e potenziali, sugli attori e sulle strategie del turismo alla scala delle cinque regioni.

4. Conclusioni

Per concludere, dunque, l'*Atlante del turismo sostenibile in Africa* va pensato come un «discorso» che assume il turismo in termini problematici. Ciò significa, innanzitutto, che l'Atlante nel suo complesso tenta di tradurre un approccio geografico al turismo sostenibile prendendo in carico il territorio e la dimensione politica della sostenibilità. In secondo luogo, significa che l'Atlante pone la questione della rappresentabilità cartografica delle valenze iconiche del territorio e dei processi di iconizzazione territoriale come quelli prodotti dal turismo. In effetti, in un supporto come

quello cartografico che, tra l'altro, è esso stesso il luogo di un processo di iconizzazione territoriale, non è poi così evidente che trovino adeguata ed efficace visualizzazione elementi quali le motivazioni e i valori dell'agire, o le regole dell'agire, tanto quelle codificate in testi normativi, quanto quelle rintracciabili solo nei comportamenti soggettivi e collettivi. Infine, partire da una problematica geografica del turismo sostenibile nell'Atlante significa anche porre le basi per tentare una rappresentazione dei luoghi del turismo a partire dagli stessi luoghi. In altre parole, l'Atlante per rappresentare l'Africa non si limita ad assumere solo il punto di vista di chi cerca nel continente la possibilità di una fruizione o di una valorizzazione turistica; esso orienta lo sguardo per cogliere anche altre prospettive come quelle di chi cerca nel turismo l'occasione per intrecciare nuove alleanze, creare risorse e, in definitiva, «continuare ad inventare la propria esistenza».

Bibliografia

- BERDOULAY V., SOUBEYRAN O. (eds.), *Milieu, colonisation e développement durable*, L'Harmattan, Paris, 2000.
- CALANDRA L.M., *Politiche ambientali e colonialismo: l'Africa Occidentale Francese*, «Terra d'Africa 1999», Unicopli, Milano, 1999, pp. 39-89.
- CALANDRA L.M., *Politiche ambientali e colonialismo: l'esperienza italiana in Africa orientale*, «Terra d'Africa 2005», Unicopli, Milano, 2005, pp. 41-113.

- CALANDRA L.M., *Per un Atlante del turismo sostenibile in Africa*, «Terra d'Africa 2006», Unicopli, Milano, 2006, pp. 19-49.
- CASTI E., *L'ordine del mondo e la sua rappresentazione*, Unicopli, Milano, 1998.
- STOCK M. (coord.), *Le tourisme. Acteurs, lieux et enjeux*, Belin, Paris, 2003.
- TURCO A., *Verso una teoria geografica della complessità*, Unicopli, Milano, 1988.
- TURCO A., *Africa subsahariana. Cultura, società, territorio*, Unicopli, Milano, 2002.
- TURCO A., *Turismo e sostenibilità in Africa*, «Terra d'Africa 2006», Unicopli, Milano, 2006, pp. 9-18.
- TURCO A., CASTI E. (a cura), *Culture dell'alterità: il territorio africano e le sue rappresentazioni*, Unicopli, Milano, 1998.
- URRY J., *Globalising the Tourist Gaze*, Department of Sociology, Lancaster University, 2001, pp. 1-9 (http://www.comp.lancs.ac.uk/sociology/papers/Urry-Globalising-The-Tourist_Gaze.pdf).
- WTO, *Tourism: a catalyst for sustainable development in Africa*, Madrid, 2002.
- WTO, *Tourism Market Trends*, 2005 Edition.