

Indice

IX Premessa alla quarta edizione

- 3 CAPITOLO 1 – Turismo e geografia
- 3 1.1 Geografia del turismo: una branca della geografia
- 4 1.2 La tradizione disciplinare in Italia
- 7 1.3 Qualche definizione
 - 1.3.1 Il turismo, p. 7 – 1.3.2 La geografia, p. 8
- 11 1.4 Riflessioni «postmoderne»
 - 1.4.1 «Il luogo» e le nuove accezioni di «paesaggio» e «territorio», p. 11 –
 - 1.4.2 L'inconsistenza della regione turistica, p. 14
- 17 1.5 Brevi cenni di storia del turismo
- 22 Domande di verifica e approfondimento del Capitolo 1

- 23 CAPITOLO 2 – Turismo e geografia economica
- 23 2.1 Matera 2019: «open future»
- 25 2.2 La domanda e l'offerta turistica
 - 2.2.1 La domanda turistica, p. 26 – 2.2.2 L'offerta turistica, p. 31 – 2.2.3 Indicatori statistici sulla domanda e sull'offerta turistica, p. 34 – 2.2.4 L'evoluzione della domanda e dell'offerta turistica, p. 35
- 39 2.3 Il turismo e il commercio
- 43 2.4 La circolazione e la distribuzione dei capitali
- 45 2.5 Migrazioni, occupazione e formazione professionale
- 48 2.6 Distanze, trasporti e vie di comunicazione
- 53 2.7 Dalla coesione territoriale alla cooperazione internazionale
- 57 Domande di verifica e approfondimento del Capitolo 2

- 59 CAPITOLO 3 – Turismo e geografia politica
- 59 3.1 Plovdiv 2019: «together»

- 60 3.2 La geografia politica, la geopolitica e il turismo
 3.2.1 Geografia politica e turismo, p. 61 – 3.2.2 Geopolitica classica e turismo, p. 62 – 3.2.3 Geopolitica critica e turismo, p. 65
- 68 3.3 Il turismo sociale tra geografia politica e geografia economica
- 70 3.4 Politiche europee e nazionali per il turismo
 3.4.1 I Sistemi Turistici Locali, p. 71 – 3.4.2 Il Piano Strategico di Sviluppo del Turismo, p. 73
- 75 3.5 Lo sguardo «diverso»: «gender» e «post-colonial studies»
 3.5.1 Turismo e studi di genere, p. 76 – 3.5.2 Turismo e studi postcoloniali, p. 79
- 81 3.6 Il turismo del volontariato
- 83 Domande di verifica e approfondimento del Capitolo 3
-
- 85 CAPITOLO 4 – Turismo e geografia umana
- 85 4.1 Identità e motivazioni del turista
- 88 4.2 Il turismo naturalistico (e la tutela ambientale)
- 92 4.3 Il turismo etnologico (e l'«autenticità» delle culture)
- 95 4.4 Il turismo balneare (e la «deterritorializzazione» del fenomeno turistico)
- 97 4.5 Il turismo rurale (e l'autocoscienza del turista)
- 101 4.6 Il turismo religioso (e le esperienze «virtuali» del turista)
- 105 4.7 Il turismo terapeutico, il turismo culturale (e gli altri «alibi» del turista)
- 109 4.8 Il turismo «della memoria» (e gli stereotipi turistici)
- 112 4.9 Il turismo enogastronomico (e i «processi identitari» legati al turismo)
- 117 4.10 Il turismo «di esperienze» (e il «*dépaysement*»)
- 120 Domande di verifica e approfondimento del Capitolo 4
-
- 123 CAPITOLO 5 – Turismo e geografia ambientale
- 123 5.1 L'evoluzione del pensiero geografico
 5.1.1 Determinismo, possibilismo, volontarismo e sviluppo sostenibile, p. 123 – 5.1.2 Critiche al concetto di sostenibilità, p. 126
- 128 5.2 Spazio «visitato», «organizzato», «consumato» e «gestito»
- 131 5.3 L'impatto ambientale del turismo sulle regioni di «*incoming*», di transito e di «*outgoing*»
- 135 5.4 Il «ciclo di vita» della regione turistica
- 139 5.5 Gli indici di misura dell'impatto ambientale
- 141 5.6 Strumenti di tutela ambientale e di valorizzazione turistica
 5.6.1 Parchi e aree naturalistiche, p. 142 – 5.6.2 Politiche turistiche urbane, p. 144 – 5.6.3 Parchi letterari e culturali, p. 146 – 5.6.4 Musei all'aria aperta ed ecomusei, p. 148 – 5.6.5 I marchi di qualità, p. 150

- 154 Domande di verifica e approfondimento del Capitolo 5
- 155 CAPITOLO 6 – Turismo e immagine
- 155 6.1 Dai videogiochi al turismo videoludico
6.1.1 *Assassin's Creed* e Monteriggioni, p. 159 – 6.1.2 *Father and Son* e il Museo Archeologico di Napoli, p. 160
- 162 6.2 La costruzione dell'immagine turistica
6.2.1 Immagine e neotoponimi turistici, p. 164 – 6.2.2 Immagine e VIP, p. 167 – 6.2.3 Immagine e letteratura, p. 169 – 6.2.4 Immagine e guide turistiche, p. 171 – 6.2.5 Immagine e massmedia, p. 176 – 6.2.6 Immagine e cartoline, pieghevoli, manifesti, souvenir, slogan..., p. 180 – 6.2.7 Immagine e cartografia, p. 183 – 6.2.8 Immagine ed etica, p. 186
- 190 6.3 La costruzione «letteraria» dell'immaginario turistico alpino
- 198 Domande di verifica e approfondimento del Capitolo 6
- 199 *Appendice*
- 215 *Bibliografia*
- 237 *Indice analitico*