

Dipartimento di Economia e finanza

Cattedra di Marketing territoriale

# Il potenziale di sviluppo del *Dark Tourism*. Un lato oscuro del viaggiare.

Prof. Matteo Caroli	Prof. Jell-Ojobor Maria	ί
RELATORE	CORRELATORE	

666891 \_\_\_\_\_\_CANDIDATO

Anno Accademico 2014/2021

### Indice

INTRODUZIONE.....

...

#### Capitolo 1. ORIGINE E SFUMATURE DEL DARK TOURISM

- 1. Dal turismo "tradizionale" al turismo della "postmodernità"
- 2. Origini e sfumature del turismo "nero"
- 3. Le diverse prospettive accademiche sul "Dark Tourism"
- 4. Dark Tourim in rete e gli effetti prodotti dalla risonanza mediatica

#### Capitolo 2. DARK TOURISM: DALL'ESPERIENZA ALLA MERCIFICAZIONE

- 1. Le diverse forme di turismo oggi
- > Dati statistici del turismo culturale in Italia
- 2. Tcompetitività territoriale e strumenti di analisi degli impatti economici del turismo
- 2.1 Domanda e offerta del Dark Tourism
- 3. Esperienza o mercificazione del "deviant lesure"?

#### Capitolo 3. Dark Tourism: da Dott. Jeckill a Mister Hide

- 1. Il lato oscuro del turismo nero
- 2. Il lato luminoso del Dark Tourism
- 3. Il turismo nero: uno strumento di resilienza emozionale
- 3.1 Il Dark Tourism come strumento di resilienza economica
- 3.2 Il *Dark Tourism* come strumento di resilienza sociale e politica
- 4. L'impatto del Dark Tourism sul tempo, sullo spazio, sulla stabilità economica

# Capitolo 4. Gli impatti del *Dark Tourism* sul territorio

- 1. I diversi *Dark suppliers* di un territorio
- 2. Le esternalità positive e negative del *Black Tourism*
- 3. Gli impatti territoriali del *Black Tourism* in Italia

CONCLUSIONI	•••••	•••••	•••••	•••••
•••				
RINGRAZIAMENTI			•••••	•••••
BIBLIOGRAFIA				
SITOGRAFIA				
•••••				

## **Abstract**

Turismo oscuro, turismo nero, turismo macabro. E' così che oggi definiamo quella forma di turismo che si allontana dalle spiagge paradisiache, dalle montagne innevate, da quei luoghi di vacanza considerati ormai tappe obbligatorie tra gli itinerari di viaggio dei turisti. Chi rinuncerebbe ad un cocktail sotto il sole cocente delle Maldive, ad una scalata sulla Tour Eiffel per godersi lo splendido panorama parigino, ad una sciata tra amici sulle piste di Cortina, ad un selfie sulla muraglia cinese o alla spettacolare fioritura dei ciliegi in Giappone. Il *Dark Tourism* parla di sofferenza, di catastrofi, di emozioni spesso negative a cui, per motivi lontani dal banale divertimento, il turista sceglie di prender parte.

Luoghi di terremoto come Sichuan in Cina, catastrofi provocate dall'uomo come Tchernobyl, sono solo due esempi che raccontano le preferenze tra le tendenze di viaggio del turista odierno. Spesso e volentieri il turista decide di imbarcarsi in una situazione di pericolo volontaria a causa, come afferma Philip Stone, Professore e ricercatore, di un inconscio desiderio di confrontarsi con la morte per sentirsi, vista la presa di distanza culturale con essa, più vivo.

## Introduzione

Dagli anni Duemila è stata rilevata una crescita esponenziale di viaggi, non solo di persone, che si spostano per dovere o per piacere, ma anche di beni, di informazioni, di attività, di idee, sfortunatamente anche di malattie. Questo ci permette di mangiare mozzarelle di Bufala in America, di spostarci da Roma in Cina in meno di ventiquattro ore, di esportare una pandemia locale in tutto il mondo. Tra le nuove forme di turismo che sono nate negli ultimi venti anni, assume grande rilevanza l'interesse verso luoghi di morte e sofferenza che appartengono al *Dark Tourism*. Molto in voga è stata la fotografia con dietro Costa Concordia, o la visita di domenica nella piccola città di Avetrana. In realtà questo tipo di comportamento ha radici molto più antiche; basti pensare ai combattimenti tra gladiatori, o alle quotidiane esecuzioni nel Medioevo, considerati i primi approcci verso il turismo del macabro che, negli ultimi decenni, ha assunto dimensioni tra le più svariate.

Tra gli studi fino ad oggi effettuati in merito al *Dark Tourism*, è emerso il forte interesse sociale per la morte, un fenomeno che attrae inspiegabilmente e inconsciamente l'essere umano, un fenomeno definito da sempre e per sempre un mistero, miscelato alla continua ricerca di stimoli nuovi, che caratterizza in gran parte la società contemporanea, la quale considera sempre pio démodée tutte quelle forme di turismo diventate ormai tradizionali.

I motivi che mi hanno spinto a studiare il *Dark Tourism* sono diversi. Innanzitutto è interessante pensare che, quando si decide di intraprendere questo tipo di viaggio, si ha una possibilità di scelta estremamente ampia, non solo riguardante la tipologia di turismo macabro

che ci interessa esplorare, ma anche in merito alla varietà di siti che abbiamo a disposizione; pensiamo all'Isola del Giglio, ai campi di sterminio, al Colosseo stesso in mezzo alle rovine romane, alle case dell'orrore, ai siti abbandonati, ai cimiteri, e molti altri. E' interessante anche capire come agire per promuovere il *Dark Tourism*, che richiede un'appropriata strategia di pianificazione, gestione, crescita, interpretazione, promozione da parte del territorio, ma non solo; necessita anche di una dettagliata analisi sociale, storica, culturale, economica e finanziaria, politica.

Il mio intento, attraverso questo lavoro, è quello di classificare questa particolare tipologia di turismo, comprendendo quali siano le motivazioni che portano il turista a ricercare questa insolita esperienza. Per fare ciò, ho deciso di dividere il mio lavoro in quattro parti.

Inizialmente mi dedicherò ad una spiegazione più teorica e dettagliata del *Dark Tourism*, per proseguire in un'analisi più concreta sugli aspetti sociali ed economici che accompagnano lo sviluppo di questa forma turistica, finendo con un'esposizione più pratica di casistiche vere e proprie che hanno dato un contributo reale alla sua diffusione a livello globale.

# Capitolo 1. Origini e sfumature del *Dark Tourism*

## 1. Dal turismo "tradizionale" al turismo della "postmodernità"

"Di una città non apprezzi le sette o settanta meraviglie, ma la risposta che dà ad una tua domanda"

(Italo Calvino, Le città invisibili, 1972)

L'esperienza turistica oggi assume una molteplicità di nuove sfumature dovute ad una profonda trasformazione della sua funzione e della sua dimensione valoriale nel tempo.

Nei secoli scorsi la figura del "turista" coincideva con la figura dei padri pellegrini e per tanto il fenomeno del turismo abbracciava una serie di pratiche dalle connotazioni tipicamente <<sacre>> e con un pubblico allora ancora ristretto.

Oggi invece a suscitare interesse nei viaggiatori non sono più solamente i luoghi ritenuti "sacri" ma anche le morti, i disastri e le atrocità, una nuova forma di turismo definito oggi come "Dark Turism".

Le sfaccettature di questa nuova forma ed esperienza turistica stanno diventando una caratteristica sempre più pervasiva all'interno del panorama turistico contemporaneo e, in quanto tale, stanno fortemente influenzando le scelte dei viaggiatori e con essi le loro relative

destinazioni; turisti sempre più interessati a guardare il "reale" sotto il filtro della "morte" e della "tragedia".

Per tali ragioni oggi l'etichetta piuttosto emotiva del "turismo oscuro" è entrata nel dibattito accademico e nel linguaggio dei media generando di conseguenza una notevole quantità di interesse per la ricerca. (Stone, P; 2006)

Le pratiche del turismo negli ultimi secoli si sono notevolmente estese diventando a tutti gli effetti appartenenti alla cultura di massa, dove "scopi" e "funzioni" sono mutati nei secoli sfociando in una dimensione dove il turismo assume non più tratti puramente "sacri" ma più ludici e ricreativi.

Ma a suscitare oggi l'interesse all'interno del dibattito accademico è la forma di turismo definito "nero" (Stone, 2006) di cui il professore della University of London Chris Rojek<sup>1</sup>, nel 1993 è stato pioniere nell'indagare queste nuove partiche definite dallo stesso autore come "oscure" o "macabre".

Questo concetto è stato in seguito sviluppato dagli autori John Lennon e Marc Foley (2000, 11) nel libro dal titolo "The Dark Tourism. The attraction on the death and disaster".

I due autori hanno per primi coniato il termine "Dark Tourism" definendo queste ultime come: "motivate da un desiderio di incontri reali o simbolici con la morte. Se visitiamo questi siti macabri, è perchè vogliamo ricordarci di una tragedia ed esserne scossi, il nostro comportamento sarà modificato e intriso di rispetto. In questo contesto, il visitatore si disciplina naturalmente e assume un'attitudine degna e reverenziale".

Inoltre Lennon e Foley oltre ad aver indigato le origini e l'evoluzione della natura delle pratiche del turismo nero, ne hanno anche ampliato la forma puramente concettuale definendo queste ultime come indizio di un turismo della "postmodernità".

-

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup>Ndr. Rojek, C. (1993), "Ways of Escape". Basingstoke: Macmillan



Fonte: https://matadornetwork.com/read/dark-

tourism-destinations-around-world/

Oggi questa forma di turismo abbraccia una dimensione esistenziale in cui il "turista" entra in contatto con temi *taboo* appartenenti alla sfera esistenziale dell'uomo; infatti visitando i luoghi legati alla "morte" e al "dolore", il turista entra in contatto con una dimensione intangibile di sofferenza e tragedia legati a questi "non-luoghi" della surmodernità (Augé, 1992), viaggiatori incuriositi e spinti all'esplorazione del <<mach proper mach proper del surmodernità (Augé, 1992).

Sebbene questa forma di turismo nero ha avuto una forte risonanza mediatica negli ultimi anni, è ancora aperto il dibattito in merito alla sua origine ed evoluzione nella modernità.

Per comprendere i processi che hanno portato il turismo "tradizionale" ad una forma di turismo definito "dark" o "oscuro", è importante fare un breve cenno storico per indagare al meglio le diverse fasi ed I processi annessi che hanno contribuito a questo cambiamento e trasformazione della destinazione e delle motivazioni dei moderni viaggiatori.

<sup>2</sup>Stone, P. (2006). "A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions", Vol. 54, No. 2/2006, pp. 145-160

Il concetto di turismo "tradizionale" o "*leasure*" nasce in concomitanza con l'evoluzione dell'industria a seguito di una brillante intuizione sull'uso dei treni.

Con la nascita dell'industria infatti si è assistito al conseguente fenomeno di «pendolarismo» di massa da parte dei contadini per raggiungere le città all'epoca industrializzate. È proprio durante questi flussi di pendolarismo crescenti che, il 5 luglio del 1841, Thomas Cook ha avuto una intuizione brillante per quei tempi e che ha lasciato una impronta indelebile che ha cambiato le sorti future del turismo.

Infatti è stato proprio negli anni a seguire tale intuizione che la funzione del turismo visto come viaggio "sacro" e accessibile ad un pubblico molto ristretto si è trasmutato in un viaggio sempre più annesso alla dimensione del *leasure*, trasformando così definitivamente la natura delle pratiche del turismo nella sua interezza e coinvolgendo un pubblico di viaggiatori più ampio. Cook osservò come il pendolarismo, allora fenomeno nuovo e crescente, incise notevolmente sulla richiesta dei servizi pubblici da parte dei contadini che, per necessità lavorative si spostavano in quel periodo nelle città in cerca di lavoro. Fu così che quest'ultimo colse questa necessità, e nuovo bisogno in crescita, dei mezzi di trasporto per sfruttarla in modo più ricreativo trasformando così la dimensione del viaggio da lavorativa a "viaggio di piacere". Sfruttando I vantaggi offerti dai mezzi di trasporto, più precisamente dei treni, Cook organizzò un viaggio di "piacere" di 11 miglia da Leicester a Loughborough: ben 600 persone vi parteciparono, al costo di uno scellino a testa.

Il successo fu tale da spingere lo stesso Cook ad organizzare pacchetti turistici sempre più articolati, dando inizio all'industria turistica modernamente intesa. Inoltre questo sostanziale cambiamento nelle ragioni e nelle motivazioni che spingono il turista a viaggiare hanno inciso da una parte sull'utenza media allargandone il pubblico e quindi la relativa domanda, dall'altro hanno contribuito ad allargare le aree da esplorare e scoprire.

A testimonianza di questo epocale cambiamento sono le parole del celebre scrittore e autore Marie-Henri Beyle, meglio conosciuto come Stendhal.

L'autore infatti nel descrivere il *Grand Tour*, un viaggio all'epoca intrapreso da giovani facoltosi che visitavano luoghi per ragioni culturali o di studio, comprendeva un'area di spostamento prima di allora assai limitata e che non si spingeva oltre la città di Napoli.

L'intuizione di Cook nella possibilità di sfruttare i mezzi di trasporto allora presi in considerazione solamente per il carico/scarico ed il trasporto di materie prime pesanti per viaggi di "piacere", ha esteso l'area degli spostamenti dei giovani viaggiatori portandoli a scoprire la bellezza e la cultura di nuove mete. Una tra queste la Sicilia da cui ne rimase affascinato lo stesso Stendhal.

Negli anni a seguire l'intuizione di Cook il turismo ha assunto forme sempre più differenti arrivando ai giorni nostri dove abbiamo differenti tipologie e forme di turismo, ne sono un esempio il turismo culturale, il turismo creativo, il turismo stagionale, turismo invernale o estivo, turismo locale, turismo nazionale o estero, turismo religioso, turismo enogastronomico, *dark turism*, etc.

## 2. Origini e sfumature del turismo "nero"

L'interesse sorto in seno al dibattito accademico in merito alla definizione del *Dark Tourism* ha inizio nei primi anni Novanta del secolo scorso fino agli anni 2000 quando, in Gran Bretagna, l'interesse di alcuni studiosi è stato intercettato dalle fascinazioni dei turisti nei confronti di luoghi in cui si sono consumate delle tragedie e dei crimini efferati.

Secondo l'autore Philip Stone (2006) per *Dark Tourism* si intende "l'atto di viaggiare e visitare siti associati alla morte, alla sofferenza o a ciò che è apparentemente macabro" (Stone 2006, 146).

Il *Dark Tourism* oggi ha molte definizioni, è infatti chiamato anche "Thanaturismo" dal greco *thanatos* che significa appunto morte, o ancora "turismo dell'orrore" o semplicemente turismo "nero".

Le motivazioni che spingono I viaggiatori appassionati del turismo nero oggi è la ricerca di luoghi inquietanti ove si è consumata una tragedia, luoghi in cui dominano un senso di morte e di dolore (Hartmann, 2014).



 $Fonte: https://www.google.com/search?q=dark+tourism\&client=firefox-b-d\&sxsrf=ACYBGNQGlHunRvCTUh1StrngU31QrxpOQ:1578399182873\&source=lnms\&tbm=isch\&sa=X\&ved=2ahUKEwi9pOUu\_HmAhUB2KQKHSlJDTEQ\_AUoAXoECBYQAw\&biw=1536\&bih=727\#imgrc=Lx4YeHvAdYQ4IM$ 

Da sempre l'uomo è stato interessato al tema della morte tanto che le origini del turismo "nero" erano già pratiche manifeste durante l'epoca del Medioevo (Seaton, 1996).

Una importante testimonianza storica in questa direzione ci è data infatti dagli spettacoli messi in atto dai gladiatori che, scontrandosi a morte nell'arena del Colosseo, offrivano uno spettacolo circense ai cittadini e all'imperatore che, attratti e incuriositi dalla morte e dal macabro, si riunivano in arena giungendo da ogni parte della città.

Per tanto il *dark tourism* può essere inteso come una serie di pratiche della "condivisione" di uno stato di ebollizione ed effervescenza collettiva che rinsalda il legame sociale, o come lo definivano i latini, il senso di "*communitas*" (Turner 1969).

Per tale ragione il turismo nero oggi può essere inteso come una sorta di derivato attuale dell'antico *panem et circenses*, ossia un'esperienza che fornisce emozioni pronte al <<consumo>>, al pari di altri stati emotivi, in una cornice di spettacolarizzazione dove si creano e si condividono delle nuove identità collettive.

Il primo accademico ad essersi interessato e ad aver studiato questo fenomeno è stato il professore Chris Rojek della University of London che nel 1993 ha fatto una distinzione, all'interno delle pratiche del turismo nero, tra "luoghi nostalgici" e i "black spot", ovvero le attrazioni nere o luoghi citati dalla cronaca nera dove si sono svolti dei crimini efferati.

Secondo l'autore i "luoghi nostalgici" descrivevano in qualche modo la storia rievocandola nelle sue rappresentazioni fisiche: cimiteri monumentali, cimiteri storici e monumenti commemorativi della storia dell'essere umano.

Per quanto riguarda invece i "black spot" Rojek fa riferimento ad un'altra dimensione legata più agli aspetti tragici e macabri di un evento o luogo che attirano orbe di curiosi. Un esempio

\_

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup>Ndr. Turner, V. (1969). "The Forest of Symbols. Aspects of Ndembu Ritual", Cornell University Press

verso questa direzione sono appunto i luoghi attraversati da tragedie o fatti di cronaca nera che attirano in maniera morbosa la curiosità dei turisti.

Ma è importante sottolineare che l'autore all'interno della stessa categoria dei *black spot* fa una ulteriore distinzione: da una parte identifica i luoghi di memoria ove sono presenti monumenti a testimonianza di una tragedia o di una battaglia come il Lincoln Memorial a Washington o la Colonna di Nelson.

Dall'altro lato l'autore identifica i luoghi dove si sono consumate delle tragedie quali genocidi o tragedie di cronaca nera; una testimonianza è il campo di concentramento in Polonia di Auschwitz o Dealey Plaza nella città di Dallas dove è avvenuto l'assassinio di John Kennedy nel 1963.

Ma i primi a coniare il termine "Dark Tourism" furono il professore John Lennon e il professore Marc Foley nel 1996 con la pubblicazione del loro libro dal titolo "The Dark Tourism. The attraction on the death and disaster".

Secondo I due professori del corso sul turismo "macabro" alla Glasgow School, il dark tourism comprende una serie di pratiche turistiche guidate dall'attrazione verso gli avvenimenti funebri. Inoltre Lennon (2000) scrive che tali viaggi o visite sono "motivate da un desiderio di incontri reali o simbolici con la morte. Se visitiamo questi siti macabri, è perchè vogliamo ricordarci di una tragedia ed esserne scossi, il nostro comportamento sarà modificato e intriso di rispetto. In questo contesto, il visitatore si disciplina naturalmente e assume un'attitudine degna e reverenziale" (Lennon, J; 2000, 145).

Emerge una nuova visione di tali pratiche dalle parole degli autori Lennon e Foley e dagli studi di Rojek in merito alla dimensione dell'esperienza turistica.

Infatti tale dimensione "esistenziale" abbraccia una nuova profondità dell'esperienza turistica così come ad oggi conosciuta; esperienza in netta opposizione ai concetti di superficialità che, ad oggi però pongono un interrogativo, ancora irrisolto all'interno dell'attuale dibattito

accademico, in merito alla distinzione e alle diverse forme di *Dark Tourism*: dalle pratiche turistiche ritenute "degne" a quelle pratiche più "superficiali".

La distinzione più opportuna che rende più aulica questa esperienza e meno "vulgus" (del popolo) corre per tanto sui binari delle diverse modalità con il viaggiatore si approccia a questo tipo di esperienza.

Per tanto si può fare oggi una distinzione dalle pratiche del turismo nero che oppongono la «profondità» alla «leggerezza», considerando queste sfumature non tanto in relazione ai luoghi in sé ma alle esperienze che ne fanno i turisti e che spinge questi ultimi nella selezione e nell'acquisto finale (Binik, 2014).



fonte: https://trvlmrk.com/en/dark-tourism-visiting-dark-places/

Va inoltre segnalato che l'impiego del termine da parte di coloro che collocano la loro ricerca all'interno di questa categoria non è acritico.

Esistono infatti diversi tentativi di classificare le esperienze di d*ark tourism*, distinguendole anche in relazione al livello di "oscurità" che le connota.

A tal proposito Seaton (1996), tra gli altri, ha identificato quattro diverse sfumature di questa forma di turismo:

- assistere alla morte pubblica di una persona (esperienza sempre molto rara nella società contemporanea occidentale);
- 2) visitare luoghi in cui sono avvenute morti individuali o di massa (appartengono a questa categoria molto ampia numerosi luoghi in cui è avvenuto un omicidio o in tanti altri casi si fa riferimento ai genocidi avvenuti nei campi di sterminio);
- 3) recarsi presso lapidi commemorative o luoghi di reclusione, vedere rappresentazioni simboliche della morte (per esempio, assistere a una mostra che include armi impiegate per uccidere o resti di catastrofi);
- 4) essere spettatori di ricostruzioni di eventi tragici (per esempio, la rievocazione di alcune battaglie organizzate dagli stessi Tour Operator o da attori professionisti).

Emerge dalla distinzione fatta dall'autore come i codici valori dietro a queste nuove esperienze e pratiche turistiche nel corso degli anni si sono profondamente modificate ed è per tanto stato associato a quest'ultima, all'interno dell'attuale dibattito accademico, il termine "atrocità". Tali eventi atroci iniziano la loro esistenza solo a condizione in cui si verificano queste tre condizioni (*ibidem*):

- 1) affinchè l'evento possa esistere è necessario per tanto che vi sia un autore e una vittima;
- 2) l'azione dell'autore deve essere intenzionale e premeditata e le vittime devono essere persone innocenti ed inconsapevoli;

3) Infine l'evento deve sedimentarsi nella conoscenza del pubblico, cosa resa possibile oggi attraverso le sinergie che si creano all'interno di una strategia mediatica dei dispositivi di comunicazione on e off-line.

Seaton inoltre prosegue la sua analisi affermando che oggi il turismo "oscuro" o "nero" è una forma "tanatoscopica" del viaggio, dove i viaggiatori sono appunto spinti e guidati dal desiderio di incontrare la morte che sia simbolica o reale.

Si evince per tanto dal pensiero dell'autore come questa forma di turismo macabro è strettamente collegata agli "assunti comportamentali" dell'essere umano moderno spingendo quest'ultimo a prediligere più gli aspetti emotivi e "simbolici" del viaggio che la mera destinazione.

È assai pernicioso per tali giustificazioni comprendere le presunte motivazioni alla base delle scelte di questa nuova tipologia di viaggiatori, perniciosa è la comprensione tra la serietà e la leggerezza delle scelte di questi ultimi.

È importante quindi comprendere a questo scopo se questo nuovo fenomeno turistico, definito da Foley e Lennon come turismo della "postmodernità", pratiche che comprendono elementi "oscuri" che intendono interrogare e dialogare con la violenza, ponendo l'accento sulle non poche ombre degli esseri umani, siano o no separate da un limite che divide i vissuti emotivi dei viaggiatori dalle mere devianze emotive.

## 3. Le diverse prospettive accademiche sul "Dark Tourism"

Come visto nel paragrafo 1.2 l'avventura accademica del *Dark Tourism* ha inizio nei primi anni Novanta del secolo scorso fino agli anni 2000 quando, in Gran Bretagna, l'interesse di alcuni

studiosi si è rivolto alla sempre più sentita attrattiva dei turisti nei confronti di luoghi in cui si sono consumate delle tragedie e dei crimini efferati.

Già citato in precedenza, uno dei primi accademici ad essersi interessato e ad aver studiato questo fenomeno è stato il professore Chris Rojek della University of London che nel 1993 il quale ha fatto una netta distinzione, all'interno delle pratiche del turismo definito "nero" o "macabro", tra "luoghi nostalgici" e i "black spot", ovvero quei luoghi simbolici ricchi di attrazioni nere o luoghi citati dalla cronaca nera.

Proseguendo nei suoi studi, l'autore identifica quattro grandi "sfumature" di queste pratiche, sfumature che rispecchiano nella loro quasi integrità quelle analizzate in precedenza da Seaton:

- 1) pratiche turistiche che hanno per oggetto l'assistere alla morte pubblica di una persona;
- 2) pratiche che hanno come obiettivo la visita dei luoghi ove sono avvenute morti di massa o individuali;
- pratiche che hanno come scopo la visita di monumenti commemorativi o luoghi di reclusione;
- 4) vedere rappresentazioni simboliche della morte.

L'interesse di Rojek è rivolto principalmente alle azioni intraprese nel "qui ed ora" di tali pratiche, studiando per tanto le motivazioni sociali e psicologiche alla base di questo fenomeno in connessione con I cambiamenti avvenuti durante il nostro secolo e imperniati degli effetti della reificazione simbolica tipica della nostra epoca.

Tre anni più tardi la pubblicazione del professore Chris Rojek segue la pubblicazione di un articolo firmato da Tony Seaton (1996) intitolato "Guided by the dark: from thanatopsis to thanotourism" in cui, per la prima volta, l'attrazione che gli appassionati del turismo "macabro" o "nero" per i campi di guerra, per le centrali nucleari e per le scene del crimine, viene ricondotta

alla dimensione del "thanotos" e al suo potere ammaliante sul gusto del pubblico, alla sempre più riconosciuta necessità dell'essere umano di dialogare con questa dimensione ancora ignota alla sua esistenza, generalmente da sempre vista come oggetto di diniego e argomento taboo. Inoltre dalla prospettiva di Tony Seaton emerge come il fenomeno del turismo nero sia una dimensione da sempre appartenuta all'essere umano in quanto, secondo l'autore, non è possibile aggirare alcuni temi universali quale il rapporto dell'esistenza dell'essere umano con la morte. A testimonianza di questa prospettiva sono infatti le visite guidate a Waterloo o le battaglie sostenute dai gladiatori nel Colosseo le quali riunivano orbe di persone affascinata dall'efferatezza e dalla crudeltà della morta violenta, o ancora, le condanne pubbliche nel periodo del cristianesimo e paleocristianesimo che si svolgevano nelle piazze e che attiravano una densa folla di curiosi.

Il pensiero di Seaton in merito all'origine del *dark tourism* si contrappone in maniera sostanziale al pensiero di due altri autori: john Lennon e Marc Foley.

Negli anni 2000 infatti a seguito della pubblicazione di John Lennon e Marc Foley che fu coniato il termine "dark tourism", definizione resa ufficiale a seguito della pubblicazione del loro libro dal titolo "The Dark Tourism. The attraction on the death and disaster" dove si evince, in maniera trasparente, la posizione da loro sostenuta all'interno dell'attuale dibattito internazionale accademico.

I due autori ritenevano infatti che l'origine del *dark tourism* risalga ad un fenomeno tipicamente moderno, definendo appunto queste pratiche turistiche del "nero" come un indizio della postmodernità (Lennon; Foley, 2000).

La prospettiva di Lennon e Foley descrive inoltre una specifica forma di *dark tourism* composta per lo più da curiosi a caccia di emozioni forti che va distinta, in particolare, dalla posizione intellettuale sostenuta dallo studioso e accademico Seaton (1996, 1999, 2009), il cui approccio

a questo fenomeno tende a privilegiare non tanto le forme assunte dallo stesso nella contemporaneità quanto le sue radici più profonde da cui queste pratiche hanno preso origine. Inoltre nell'ultimo decennio nel ricostruire le origini del *dark tourism* la prospettiva sostenuta dall'autore Harmann (2014) chiarisce ulteriormente la comprensione di questo fenomeno. Infatti è proprio quest'ultimo a fare una distinzione del d*ark tourism* da altre due espressioni: «dissonant heritage» e «thanatourism».

Per l'autore il concetto di «dissonant heritage» si riferisce per lo più ai luoghi e ai paesaggi attraversati da memorie in conflitto tra loro spesso palesati da gruppi etnici e religiosi in disaccordo tra loro.

È proprio in questi luoghi archetipici come i campi di concentramento nazisti o luoghi in cui si è consumato un crimine che, si intrecciando le diverse prospettive delle vittime, dei perpetratori e degli spettatori.

A fare una ulteriore distinzione all'interno di tale definizione, rendendo più chiara la comprensione di queste pratiche del turismo nero, e quindi più vicina al tema del *Dark Tourism*, è, più che il «dissonant heritage», la sottocategoria dell' «atrocity heritage» introdotta dallo studioso Ashworth (Ashworth 2004). Infatti, con il termine atrocity heritage, l'autore vuole far riferimento ad una forma di turismo in luoghi le cui memorie discordanti sono particolarmente violente.

Per tanto, a seguito di queste riflessioni e risultati delle ricerche attualmente dibattute all'interno del dialogo accademico internazionale e poc'anzi esposti, è possibile sistematizzare il fenomeno del *dark tourism i*ndagando da una parte in profondità nell'«inconscio sociale» e nei bisogni che lo compongono nell'attuale epoca definita Urbanesimo, cui il *dark tourism* sembra rispondere, dall'altro facendo riferimento al processo di mercificazione del suddetto.

-

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup>Ashworth, G. J. (2004). "Tourism and the heritage of atrocity". University of Groningen, published in Eprints-book-title.

Con questo duplice approccio e attraverso la riesamina di una letteratura ad oggi ben consolidata, sebbene connaturata da quesiti a cui non è ancora stata trovata risposta, è possibile comprendere le pratiche appartenenti al *dark tourism* nella loro interezza; pratiche viste oggi come una forma di «effervescenza collettiva» da un lato e, dall'altro, pratiche dell'uomo volte ad avvicinare la sua esistenza alla dimensione "sacra" e "sublime" della morte, attraversata oggi da alcuni spazi liminali (Binik, 2014).

#### 4. Dark Tourism in rete e gli effetti prodotti dalla risonanza mediatica

In passato la diffusione di notizie avveniva per lo più in forma orale, ma oggi, grazie alla nascita dei media e dei nuovi media quali i social network, il passaparola è stato sostituito da una comunicazione più istantanea.

È proprio questa trasformazione nei dispositivi di trasmissione delle informazioni e della conoscenza che il fenomeno del *Dark Tourism* ha trovato terreno fertile per la sua ascesa e diffusione.

I dati dell'Osservatorio Europeo sulla Sicurezza riportano che in Italia nel 2010 il TG1 ha dedicato oltre 1000 notizie ai fatti criminali, il doppio rispetto al TG pubblico spagnolo, tre volte rispetto a quello inglese, quattro volte rispetto al TG francese e, infine, diciotto volte rispetto ad ARD, il TG pubblico tedesco. Sceneggiati come fiction e presentati "a puntate", i crimini notiziati dai telegiornali e dalle trasmissioni televisive danno origine a intrecci appassionanti dal grande potere attrattivo. Dal 2005 ad oggi, i 7 telegiornali nazionali, in prima serata, hanno

dedicato: 941 notizie al delitto di Meredith Kercher di Perugia, 759 a quello di Garlasco, 538

all'omicidio di Tommaso Onofri, 499 alla strage di Erba.

Inoltre oggi è possibile trovare sul web numerosi siti e tour operator che si occupano dei luoghi

"dark" da visitare offrendo numerosi pacchetti e visite guidate nei luoghi del terrore e della

morte.

Il principale strumento impiegato per «fare rete» attorno a questi temi è stato il sito "The Dark

Tourism Forum" (www.dark-tourism.org.uk) a cui sono associati altri dispositivi di trasmissione

dell'informazioni virali come Facebook e Twitter.

Il portale è stato aperto nel 2005 ed è stato pensato per la raccolta e la condivisione di alcuni

materiali per favorire lo studio del dark tourism, operazione di "branding" già attuata

dall'autore Stone. Infatti, grazie al contributo di quest'ultimo, l'espressione "dark tourism" si è

affermata all'interno dei circuiti internazionali sia mediatici che accademici (Stone, 2013c)

alimentando così il dibattito già iniziato nei primi anni 2000 dagli studiosi e accademici John

Lennon e Marc Foley.

Successivamente, presso la University of Central Lancashire è stato creato l'Institute for Dark

Tourism Research che promuove la ricerca su questi temi a livello internazionale, stimolando la

collaborazione sul tema a livello interdisciplinare.

Tuttavia è altrettanto chiaro che recentemente il fenomeno abbia assunto delle sfaccettature

peculiari la cui connotazione può dipendere anche dalla conformazione della società

contemporanea, in relazione ai processi di mercificazione e alla dilatazione della sfera mediatica.

Un esempio verso questa direzione sono i siti web internazionali: supernaught.com,

serialkillersink.com, e a murderauction.com<sup>5</sup>, siti web che si rivolgono principalmente ad un

<sup>5</sup> http://www.murderauction.com

http://www.rotten.com

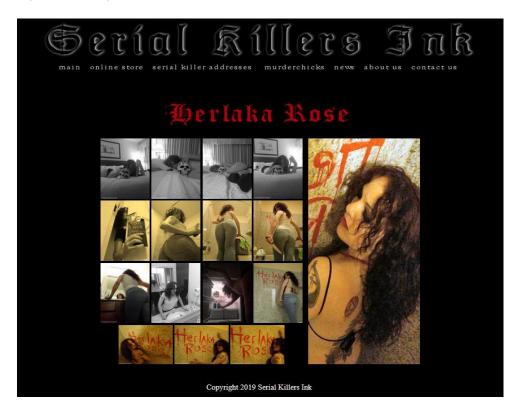
http://www.serialkillersink.net

http://www.supernaught.com

pubblico di "veri entusiasti" del crimine di tutto il mondo. Nati e diffusi capillarmente negli ultimi decenni, questi siti offrono una moltitudine di articoli appartenuti ad assassini e criminali come oggetti appartenuti alla scena del crimine, ciocche di capelli degli assassini, illustrazioni e lettere realizzate per mano degli stessi omicidi.

Ma sebbene l'affluenza verso questi siti sia notevole, non sono esulati da commenti degli utenti sconcertati per questa fredda "mercificazione" di feticci criminosi.

A rispondere a queste forti critiche e sgomento di una parte del pubblico è Eric Gain, fondatore del sito "Serialkillersink", il quale intrattiene rapporti "di amicizia" con I diversi autori dei reati. Ciò ha sollevato, come nel caso di Milwaukee, alcune rimostranze da parte delle vittime e degli oppositori a questo fenomeno. In relazione a tali critiche Gain è stato irremovibile: "Siamo sicuri che loro abbiano un'enorme sofferenza da affrontare ma non ci scusiamo per il nostro business. Non stiamo trasgredendo nessuna legge. Questa è l'America e abbiamo il diritto di guadagnarci da vivere" (Binik; 2014).



Un altro sito il cui afflusso supera i quindici milioni di visualizzazioni al giorno, pensato per chi non ha la possibilità di raggiungere I posti dell'orrore, è Rotten.com dove la curiosità di appassionati del macabro viene soddisfatta attraverso foto di autopsie, incidenti stradali, omicidi, perversioni sessuali e molto altro ancora.

Ulteriore soluzione offerta dal web per gli appassionati dei temi relativi al *dark tourism* è stata pensata dagli stessi operatori locali e statali, come dai dirigenti degli stessi musei della morte; un esempio in questa direzione è il tour 3D dei campi di concentramento di Auschwitz.

Ma senz'altro ad influenzare la diffusione di questo fenomeno sono gli stessi utenti I quali, in pochi secondi, possono condividere tramite I loro smartphone immagini relative ai luoghi del crimine o dove si è consumato un fatto di cronaca nera; una testimonianza tipicamente italiana a tal proposito è la tragedia accaduta all'isola del Giglio dove, in poche ore, file di turisti e curiosi si sono accalcati per scattare una foto con il relitto.

Ciò pone oggi diverse riflessioni in merito ai cambiamenti comportamentali della società che, guidata da una passione morbosa per il macabro, trascorre ore in fila per poter postare una traccia sul web della loro presenza nei luoghi del Turismo Macabro.



fonte: https://on.techprincess.it/dark-tourist-il-piacere-di-una-macabra-scoperta/

Ma la fruizione visiva della violenza e della tragedia ha trovato terreno fertile anche nel settore cinematografico: è stato osservato che dagli anni 90 sono stati girati più di 1000 film che includono un serial killer (Binik, 2014).

Ma il consumo di queste esperienze tanotopiche trova pieno sviluppo anche nelle serie televisive, la cui domande è cresciuta in maniera esponenziale tale da creare dei veri e propri canali dedicati al crimine come "Fox crime" o in Italia il recente "Giallo".

Oggi l'atto di vedere la violenza in ogni sua forma è ormai parte della quotidianità e indizio di una cultura civile in netto cambiamento, tanto che il dark tourism è stato definito dai professori Lennon e Foley (2000), come indizio di post-modernità.

Questo fenomeno è ancora oggi discusso in termini critici all'interno del dibattito accademico che si occupa dello studio e delle analisi degli effetti da esso prodotti: I cosiddetti *media effects* negativi<sup>6</sup>. Infatti sin dalla prima metà del ventesimo secolo, sono sorte delle teorie nei confronti

\_

<sup>&</sup>lt;sup>6</sup>cfr. le cosiddette teorie dell' "ago ipotermico"

del potere e delle influenze negative che i dei dispositivi di trasmissione delle informazioni e della conoscenza di massa hanno sul pubblico, ipotizzando appunto una connessione tra violenza mediatica e aggressività degli spettatori (*Ibidem*).

## Capitolo 2. Dark Tourism: dall'esperienza alla mercificazione

#### 1. Le diverse forme di turismo oggi

Come visto nel capitolo 1 a seguito dell'intuizione avuta da Thomas Cook nel 1941 è possibile cogliere come le trasformazioni che hanno modificato la natura del turismo e del viaggiare in sè, siano direttamente collegate alla trasformazione e all'evoluzione dei mezzi di trasporto che negli anni hanno portato dei significativi vantaggi per il turista.

Un primo vantaggio ne danno testimonianza le parole del celebre scrittore e autore Marie-Henri Beyle, meglio conosciuto come Stendhal. L'autore infatti nel descrivere il *Grand Tour*, un viaggio all'epoca intrapreso da giovani facoltosi che visitavano luoghi per ragioni culturali o di studio, comprendeva un'area di spostamento prima di allora assai limitata e che non si spingeva oltre la città di Napoli.

L'introduzione dei viaggi di "piacere" ha esteso l'area degli spostamenti dei giovani viaggiatori portandoli a scoprire la bellezza e la cultura di nuove mete. Una tra queste la Sicilia da cui ne rimase affascinato lo stesso Stendhal.

Infatti la trasformazione della natura e della funzione dei mezzi di trasporto da prima utilizzati solo per spostare merci e carichi pesanti a viaggi per funzioni culturali e ludiche, ha reso possibile l'incremento del pubblico di viaggiatori precedentemente solo elitario e facoltoso.

Negli ultimi decenni il fenomeno del turismo è enormemente cresciuto rientrando a far parte della cultura di massa grazie all'evoluzione e alla moltiplicazione dei mezzi di trasporto,

all'incremento dei redditi nel mondo occidentale e non da ultimo l'effetto che i nuovi <u>mass media</u> hanno avuto sulle modalità di accesso alle informazioni (es. internet, pubblicità, app).

Sono proprio l'insime di tutti questi elementi che hanno indotto nuovi bisogni di mobilità, nel corso degli ultimi decenni, nelle società industrializzate e ricche.

Ma nel corso del tempo sono cambiate anche le motivazioni del turista; oggi infatti, ciò che spinge le persone a viaggiare può riassumersi sotto diversi aspetti: vacanze, studio, <u>pellegrinaggi</u>, cure, formazione, affari, attività culturali...

Il fenomeno del turismo rientra per tanto in una dimensione sempre più crescente di anno in anno; infatti l'Organizzazione Mondiale del Turismo ha <u>stima</u>to che nel 2012, per la prima volta nella storia, si ha avuto una mobilitazione da parte dei viaggiatori per turismo di oltre un miliardo di persone.

A seguito della nascita dei viaggi di "piacere" infatti ne è conseguita una nuova e sempre più crescente domanda da parte dei viaggiatori, sostenuta da una crescente diversità dell'offerta e dei mezzi di trasporto, e con essa le motivazioni alla mobilitazione fisica.

Oggi infatti il turismo non solo ha diverse funzioni, ma anche diversi scopi; rientra così nella cultura di massa. Inoltre la diversità dei mezzi di trasporto e dei gusti del pubblico ha dato vita a differenti forme e tipologie di turismo identificabili nelle seguenti macro categorie:

- turismo religioso
- turismo culturale e artistico
- turismo estivo, invernale, stagionale o di fine settimana
- turismo di massa
- turismo montano, lacustre e di mare
- turismo nazionale o estero
- turismo "mordi e fuggi"

- turismo enogastronomico
- turismo *naturalistico*

#### Turismo culturale

All'interno del turismo culturale troviamo il turismo creativo che, nonostante i tempi odierni, è ritenuto come la forma di turismo di nuova generazione; le sue origini erano già presenti sin dalla nascita delle pratiche del turismo stesso. Una testimonianza è il Gran Tour europeo dove giovani e famiglie aristocratiche viaggiavano per scopi educativi e culturali. Inoltre questa forma di turismo prevede una piena partecipazione dell'interessato alle attività del territorio. Si deduce come l'esperienza del turismo assume diverse sfumature i cui contorni sono delineati dalla tipologia dai servizi e dalle attività locali offerte.

Altre forme di esperienza del turismo che influiscono in maniera preponderante sulla scelta della destinazione sono:

- l'enoturismo
- soggiorni linguistici
- slowtourism
- turismo congressuale

#### O Dati statistici del turismo culturale in Italia

Nel 2018 sono state stimate oltre tredici milioni di presenze estere, ovvero il 60% dei flussi turistici, sul suolo italiano per il consumo di turismo culturale. I dati sono stati presentati al Mipaaf di Roma in occasione della conferenza stampa per la XXIII edizione della Borsa del Turismo delle 100 città d'arte e dei piccoli borghi.

Dal 2010 al 2018 la domanda turistica nelle città d'arte è cresciuta del +20,8%<sup>7</sup> (pari ad un aumento di 19,5 milioni) con **un incremento medio annuo del** +2,4%. La componente principale del mercato è data dagli stranieri, che rappresentano circa il 60% circa delle presenze. Dai dati emersi dalle ricerche e dagli studi del Centro Studi Turistici di Firenze emerge come nel 2018 **la spesa degli stranieri è stata pari a 15,5miliardi**, +11% rispetto al 2017. Un turista straniero che viaggia per motivazioni culturali spende €129, +21% rispetto ai €106 della media dei turisti stranieri. Milano è al primo posto, con una spesa media pro-capite di €155,1 al giorno, seguita da Firenze (€153,7), Roma (142,7) e Venezia (138,9).

50,5%

Quota di presenze di turisti stranieri

In valore assoluto sono 216,5 milioni

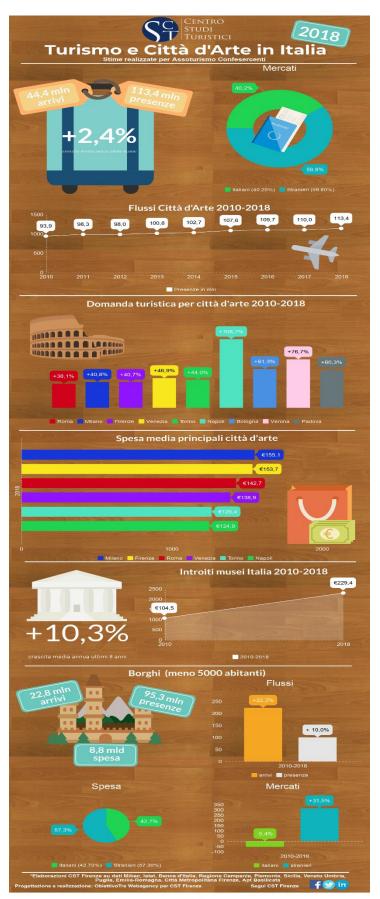
+2 mln

Crescita delle presenze a Roma rispetto al 2017 +6,5%

Aumento degli arriv esercizi ricettivi ext alberghieri: doppio rispetto agli albergh

Illustrazione 1: Fonte: Dati Istat, anno 2018.

<sup>7</sup>Fonte: Centro Studi Turistici Firenze



#### Cineturismo

Una sottocategoria del turismo culturale è il "Cineturismo" affermatosi negli ultimi anni in maniera preponderante grazie alla diffusione e differenziazione dei dispositivi di trasmissione delle informazioni e della conoscenza. Il cineturismo è definito dalla critica come un tipicamente fenomeno sociale in quanto, le motivazioni che portano il turista a mobilitarsi per raggiungere una certa meta, sono direttamente collegata ad una teledipendenza offerta dai programmi televisivi, cinematografici e musicali.

Rientra in questa categoria il "turismo dell'orrore" sostenuto dagli media locali e nazionali per attirare orbe di turisti curiosi di visitare I luoghi legati a disastri umani, delitti efferati che occupano le prime pagine della cronaca nera e cataclismi naturali . Un esempio tipicamente italiano è quanto accaduto nel 2012 sull'Isola del Giglio con il naufragio della Costa Concordia o il Delitto di Cogne, fatti di cronaca nera che hanno stimolato la crescita dei flussi turistici del "macabro".

La rilevanza economica di questo fenomeno è stata immensa in quanto ha stimolato nuove iniziative e interventi pubblici per mobilitare investimenti finanziari atti a creare documentari, film e spot pubblicitari, facendo nascere un vero e proprio settore di marketing rivolto alle sole attività territoriali.

#### Turismo responsabile

Il turismo responsabile viene oggi a contrapporsi alla forma di turismo definita "tradizionale" in quanto prende le distanze dalla figura del turista visto come poco sensibile alla storia locale e le cui motivazioni personali sono sorrette dalla voglia di concedersi del relax e dei momenti di svago.

Sebbene I principi alla base di questa forma di turismo siano sostenuti ampiamente dalla Legambiente Turismo, vi sono ancora oggi però dei conflitti rimasti irrisolti. Primo tra questi sono le azioni svolte dalle amministrazioni locali che per ottenere più competitività e attrarre un maggior numero di turisti, sacrificano le aree verdi destinate ai campeggi svendendole alle lobby di costruttori e immobiliaristi.

#### Turismo "eco"-sostenibile

Il turismo ecosostenibile nasce per far fronte al turismo di massa e all'inquinamento umano che questo comporta. Infatti negli ultimi anni il turismo è rientrato a far parte a tutti gli effetti della cultura di massa, mobilitando sia su scala locale che nazionale ed internazionale, migliaia di turisti che creano disagi ai locali; ne sono una testimonianza la città di Venezia, Assisi e Firenze I quali si mobilitano costantemente per ridurre gli impatti generati dal turismo di massa nelle proprie città creando, talvolta, dei veri e propri movimenti "anti-turismo".

Al problema del turismo responsabile si associa sempre più diffusamente, almeno in Italia, un problema di turismo sostenibile.

#### Turismo Incoming

Per turismo incoming si fa riferimento alla fase di "accoglimento del turista" in arrivo in una determinata località. A svolgere questo ruolo sono I tour operator incaricati di dare informazioni sugli eventi locali rendendosi, nel corso degli anni e a seguito dell'iper-specializzazione del fenomeno del turismo, sempre più settorializzati per determinate nicchie di pubblico: studenti, cittadini della terza età, cittadini stranieri, etc.

#### Last minute e low-cost

La domanda per questa tipologia di viaggi trova la sua piena affermazione in questi ultimi anni per merito da una parte della diversificazione dei mezzi di trasporto e dall'altra per merito della

diffusione di offerte economiche veicolate da Internet.

Viaggi individuali a forfait

I viaggi individuali o a "forfait" sono anche definiti viaggi su misura in quanto l'offerta viene

customizzata sulla base delle esigenze del richiedente e che per tanto comportano un prezzo

maggiore dell'offerta standard.

Ad oggi vi sono tre tipi di viaggi individuali a domanda e sono I seguenti:

1) Pacchetti costruiti da Tour Operator: l'agenzia di viaggi svolge attività di

intermediazione e offre consulenza nella scelta di altri servizi (escursioni, visite ecc.).

Se il viaggiatore accetta il programma, dovrà porre due firme: la prima per aver accettato

il regolamento; la seconda per aver approvato le clausole vessatorie.

2) Viaggi formati dalla somma di servizi isolati: l'agenzia di viaggi svolge attività di

intermediazione e consulenza nella scelta (trasporto+ albergo+ visita).

3) Pacchetti ex novo o a forfait: l'agenzia si comporta come un Tour Organizer, vendendo

a un prezzo tutto compreso.

I richiedenti di questo servizio appartengono ad una categoria di nicchia e sono per lo più:

1) I Professionisti ovvero le persone che viaggiano per affari: la cui domanda è anelastica

al prezzo rendendo questi ultimi molto importanti per questa tipologia di viaggi.

2) le persone amanti di servizi particolari: clienti facoltosi che desiderano viaggi particolari.

La domanda per questi servizi può essere:

1) diretta: il cliente si reca in agenzia di viaggi;

2) indiretta: la richiesta parte da una corrispondente che non ha potuto assolvere alle richieste del cliente.

Questa tipologia di turismo ad oggi è la forma più remunerativa per le agenzie di viaggio.

#### <u>Cicloturismo</u>

Il cicloturismo è una forma di turismo sostenibile scelto da chi vuole viaggiare senza creare delle ricadute negative sull'ambiente; una forma di turismo sempre più crescente negli ultimi anni che vede una figura del turista rinnovata e con una consapevolezza maggiore dell'emergenza che i cambiamenti climatici stanno generando sull'ambiente.

Si deduce da questa iper-specializzazione delle pratiche del turismo che la stessa figura del turista si è evoluta diventando più raffinato nelle sue scelte. Un turista da una parte più esperto in quanto più informato e dall'altro è diventato più attento nella fase decisionale delle offerte basando i suoi criteri di scelta sulla base delle offerte che il territorio propone; scelte che talvolta diventano più preponderanti rispetto all'interesse nei confronti della sola destinazione. Questo ha generato oggi una competitività territoriale per la quale gli operatori pianificano con cura le loro strategie al fine di attrarre un pubblico di un certo spessore e benestante.

2. Competitività territoriale e strumenti di analisi degli impatti economici del turismo

Come visto nel paragrafo 2.1 il turismo è un fenomeno che è andato lentamente modificandosi nello scorso secolo passando da una domanda principalmente elitaria ad una richiesta di consumo che rientra oggi a piena regola nella cultura di massa.

Sono numerosi gli effetti di questa trasformazione che intercettano oggi l'interesse delle politiche amministrative di ogni paese atte a creare delle offerte turistiche sempre più customizzate.

Infatti oggi I flussi turistici creano è un reale valore aggiunto all'economia di una città, regione e in generale all'economia di un paese. Negli ultimi decenni con l'affermazione della globalizzazione è rientrato sempre più in maniera preponderante nelle politiche amministrative di un paese il concetto di competitività territoriale.

La competitività territoriale può essere fatta risalire oggi a due filoni:

- Competitività territoriale micro-economica. Questo concetto fa riferimento alle
  performance e alla competitività delle imprese localizzata in un determinato territorio.
   Per tanto la competizione dei diversi territori in questo caso avviene indirettamente ed è
  strettamente collegata al concetto di "produttività".
- 2. *Competitività territoriale macro-economica*. Dal punto di vista macro-economico invece si guarda alla competitività territoriale dal punto di vista dei finanziamenti, ovvero alle capacità di un determinato territorio di attrarre in loco nuovi flussi economici.

Il concetto di competitività territoriale però non è privo di critiche in ambito accademico, difatti Krugman<sup>8</sup> (20015) definisce questo concetto come una "pericolosa ossessione".

\_

<sup>&</sup>lt;sup>8</sup>Ndr. Krugman, P. traduzione Roberto Merlini, "Un paese non è un'azienda", Garzanti (2015).

L'autore partendo dal concetto di competitività tra paesi, ispirata alla competizione tra le imprese, sostiene che questa possa aver senso solo se attuata in specifici settori in quanto un calo generale di produzione non inficia in maniera significativa sulla competitività di un paese.

Se da una parte il pensiero di Krugman ci pone di fronte ad una analisi critica di questo fenomeno, dall'altro, negli anni della globalizzazione, questo concetto è andato sempre più affermandosi trovando pieno appoggio nelle politiche territoriali di ogni singolo paese.

Questa attenzione è scaturita dai numerosi vantaggi che il turismo comporta alla crescita economica dei paesi generando non solo nuovi posti di lavoro ma anche nuovi flussi economici. Infatti la presenza dei turisti in un determinato territorio comporta una varietà di entrate economiche generati dalle loro attività quali l'acquisto dei biglietti per I mezzi di trasporto locali, il pernottamento negli alberghi e B&B, le relative tasse di soggiorno locali, acquisti di biglietti per musei ed eventi territoriali.

Inoltre la competitività territoriale viene stimolata dall'iper-specializzazione del turismo stesso in quanto ogni singolo paese, nel corso degli anni, introduce offerte e servizi sempre più differenziati.

Analizzare gli impatti che il turismo ha su un singolo territorio oggi è possibile attraverso diversi strumenti economici e finanziari tra cui:

- 1. *Analisi degli impatti economici:* Sono delle analisi sulle variazioni dei flussi di spesa connessi all'attività turistica. Vengono svolte per indentificare i cambiamenti nelle vendite, nelle entrate fiscali, nel reddito e posti di lavoro in una regione.
- 2. Analisi degli impatti fiscali: questa tipologia di analisi permette di fare una relazione tra le entrate governative delle tasse e delle imposte dirette legate al turismo ed i costi

necessari al sostentamento di servizi e infrastrutture e le stime dei ricavi e dei costi degli enti locali che esplicano questi servizi.

- 3. Analisi della domanda:
- 4. Analisi dei costi benefici:
- 5. Valutazione dell'impatto ambientale:
- 6. Effetti diretti, indiretti e indotti:

L'analisi di questi sei fattori permette ai paesi oggi di analizzare:

- Come e dove I turisti spendono
- studiare gli impatti che il turismo ha sulle attività commerciali locali (acquisti/vendite)<sup>9</sup>
- gli effetti economici e reddituali del turismo sulle famiglie in una determinata area di riferimento
- misurare il numero dei posti di lavoro sostenuti dall'industria del turismo
- prevedere e calcolare l'importo fiscale generati dai flussi turistici

\_

<sup>&</sup>lt;sup>9</sup> L'analisi degli impatti che il turismo ha sulle attività commerciali e le imprese locali sono quantificabili grazie al moltiplicatore, ovvero il rapporto tra la variazione di una variabile economica, ad esempio il reddito, e la spesa turistica. Infatti moltiplicatore si basa sul concetto che un'impresa per operare e vendere i propri prodotti deve effettuare acquisti da altre imprese operanti nell'economia locale. Ciò determina delle interdipendendenze e delle sinergie economiche assai rilevanti. Per tanto una variazione della spesa turistica determinerà una variazione dei livelli di produzione di un'economia, dei redditi, dell'occupazione, delle entrate pubbliche. Ci sarà quindi un valore per cui si deve moltiplicare la variazione iniziale della spesa stimare turistica per variazione totale del livello del reddito. <sup>3</sup>Vi sono diversi **tipi** di moltiplicatore (del reddito, produzione, entrate pubbliche, vendite, occupazione) e metodologie ( modelli della teoria di base, moltiplicatore keynesiano, modelli ad hoc e analisi input/output.

Il turismo negli anni della globalizzazione è diventato una fonte preziosa per ogni nazione tanto che anche I paesi "poveri" di attrazioni turistiche ne creano delle artificiali, un esempio in questa direzione è la città di Las Vegas.

#### 2.1 Domanda e offerta del *Dark Tourism*

Oggi il turismo è diventato un settore iper-specializzato, come visto nel paragrafo 2.1, e per tanto ogni settore gode di una propria offerta e domanda. Lo stesso discorso si applica al turismo oscuro di cui però, come suggerisce il professore John Lennon (2006), non è possibile analizzare l'offerta senza aver prima fatto una attenta analisi alla domanda e ai cambiamenti comportamentali del consumatore che ne fa richiesta.

Infatti per l'autore è importante interrogare le motivazioni dei cosiddetti turisti oscuri all'interno di una varietà di contesti geografici, sociali e culturali.

A dare sostegno a questo nuovo modo di guardare al turismo oscuro è Seaton (1996) il quale ritiene che questo consumo del turismo oscuro sia totalmente riconducibile ad un fenomeno comportamentale definito dalle motivazioni del turista in contrapposizione con le caratteristiche fisiche e culturali del luogo.

Tuttavia fare riferimento all'analisi comportamentale esula dall'analisi di questo fenomeno sempre più in crescita dal punto di vista dell'offerta. Una visione più completa in questa analisi ci è data da Sharpley (2005) il quale sostiene che è importante guardare il turismo oscuro sia dal

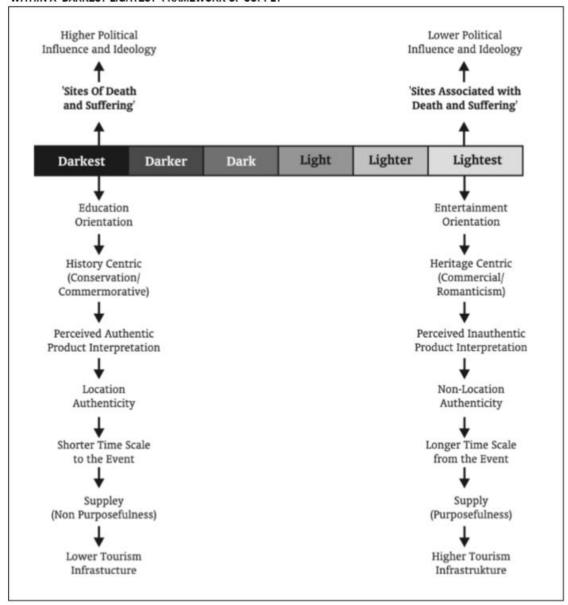
lato della domanda, sia dal lato dell'offerta, per avere un quadro completo di questo fenomeno (Lennon, 2006).

Ad oggi l'offerta di turismo nero è molto ampia e comprende forme di turismo quali visite ai cimiteri e ai siti mortuari delle celebrità, turismo degli olocausti, turismo carcerario ed il turismo della schiavitù. La diversità delle attrazioni macabre rende la domanda del turismo oscuro molto sfaccettata e complessa.

Tuttavia Dann (1998) offre un inventario di tale offerta raggruppando quest'ultima in 5 categorie di domanda oscura:

- 1. Luoghi pericolosi
- 2. Case dell'orrore
- 3. Campi di fatalità
- 4. Visite ai tormenti
- 5. Thanatos a tema

Figure 1
A DARK TOURISM SPECTRUM: PERCEIVED PRODUCT FEATURES OF DARK TOURISM WITHIN A 'DARKEST-LIGHTEST' FRAMEWORK OF SUPPLY



Fonte: Stone, P. (2006). "A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions", Vol. 54, No. 2/2006, pp. 145-160

A rendere più complesso il concetto di turismo oscuro e la sua relativa offerta e domanda sono una serie di variabili, tra cui:

- L'immediatezza e la spontaneità del turismo oscuro nelle 'sensazioni' che trasmettono i siti simbolici di morte e sofferenza contemporanea rispetto alle visite nei luoghi che rientrano nel settore del turismo "tradizionale".
- La distinzione tra siti, attrazioni o mostre appositamente allestite per I turisti. Vi è infatti una differenza sostanziale tra I luoghi che ricreano eventi o atti associati alla morte dai cosiddetti siti "accidentali" o non intenzionali. Fanno parte di questa categoria tutti quei luoghi come cimiteri, memoriali o "luoghi del disastro" divenuti "per caso" attrattivi per I turisti a causa del loro rapporto con eventi turbolenti e tragici.
- L'offerta di turismo oscuro relativa all'interesse per la morte e la sofferenza da parte dei consumatori; tra queste c'è l'interesse ad assistere alla morte di altri (fenomeno meno sviluppato nel mondo occidentale), visitare luoghi dove sono morti personaggi famosi (un esempio è il tunnel del <u>Pont de l'Alma</u> a <u>Parigi</u> dove è morta Lady D) e così via.
- I principali motivi che spingono I paesi a produrre questa offerta: motivi politici, per scopi di memoria, per l'istruzione, per l'intrattenimento o meramente per il guadagno economico.

Risulta per tanto oggi l'offerta del turismo oscuro molto ampia e diversificata, atta a soddisfare ogni tipo di curiosità morbosa degli spettatori. Da sempre l'essere umano ha avuto un rapporto di ombre con la dimensione della morte e, fin dall'antichità, ne ha ricercato una sua profonda comprensione attraverso I viaggi definiti thanatopici.

Sulla base di questa prospettiva del "viaggio" influenzato da variabili comportamentali e ideologiche umane, Seaton (1996) ha fornito 5 categorie di "viaggi oscuri":

- Viaggi oscuri intrapresi dai turisti del macabro, al fine di far parte della storia o dell'evento tragico. Un esempio sono le esecuzioni pubbliche, sebbene quest'ultima forma di viaggio oscuro oggi non sia poi così tanto sviluppata e presente in pochi paesi.
   Tuttavia il <<turismo sensazionale>> di Rojek (1997) nei luoghi dei disastri può rientrare in questa voce.
- 2. Il viaggio oscuro per andare a vedere i luoghi dove sono avvenuti decessi individuali o di massa, postumi alla loro realizzazione. Questo abbraccia un'enorme varietà di siti, dai campi di battaglia (ad esempio Gallipoli), ai campi di sterminio (ad esempio Auschwitz) e ai luoghi di genocidio (ad esempio i "Campi di sterminio" della Cambogia) ai luoghi in cui sono morte celebrità (come il luogo della morte di James Dean in un incidente d'auto sopra), i luoghi dove si è consumata una tragedia di cronaca nera, definiti da Rojek black spot, ad esempio Soham nel Regno Unito dove due giovani ragazze sono state assassinate nel 2002, o le case di famigerati assassini (ad esempio 25 Cromwell Street, Gloucester UK, dove Fred West e sua moglie hanno commesso omicidi seriali e crimini sessuali).
- 3. Viaggi verso memoriali o luoghi di internamento, tra cui cimiteri, cenotafi, cripte e memoriali di guerra. Le ragioni di tali visite sono diverse, da un interesse per la raccolta di ottoni o epitaffi (vedi Seaton 2002) ai pellegrinaggi, da un interesse storico a una mera curiosità del turista.
- 4. Viaggi o rappresentazioni simboliche della morte in luoghi in cui non è avvenuto realmente un evento tragico. Ne sono un esempio I musei contenenti armi di morte (ad esempio le Royal Armouries di Leeds, Regno Unito) o mostre che ricostruiscono eventi storici specifici. Ma la funzione di questa offerta proposta dai "musei morbosi" si

focalizza molto sull'aspetto economico e ludico, trascurando per tanto I dettagli che definiscono l'accuratezza storica dell'evento.

5. Viaggio per rievocazioni o simulazione della morte. Come suggerisce Seaton (*ibidem*) questa tipologia di viaggio oscuro originariamente ha assunto la forma di opere teatrali o festival, diventando nel corso degli anni sempre più popolari e richieste.

È possibile cogliere in questa distinzione come la domanda da parte del pubblico oscuro ha in origine diverse motivazioni interne al consumatore e che si esplicano nella fase di scelta e di acquisto, rendendo oggi l'offerta del turismo oscuro molto differenziata. Inoltre, a corroborare ulteriormente questa differenziazione della domanda, è l'influenza che I mass media hanno avuto nell'ultimo decennio, trasmettendo notizie macabre e dell'orrore e attraendo così, nei luoghi della morte, orbe di turisti incuriositi dalla ferocia degli atti criminosi.

## 3. Esperienza o mercificazione del "deviant leasure"?

Come visto nel precedente paragrafo, sia l'offerta che la domanda del turismo "nero" o "macabro" è direttamente collegata all'analisi comportamentale dei turisti che ne fanno richiesta.

I risultati delle ricerche sul mercato del *dark tourism* possono essere ricondotte a due rami: un ramo indaga I significati più profondi e I bisogni alla base di questa domanda di esperienza e che fungono da motore nelle scelte di acquisto influenzando per di più la destinazione (fenomeno opposto a quanto accade per il turismo culturale); l'altro ramo si incentra invece sui rami di mercificazione che lo attraversano (Binik, 2014).

Secondo Stone<sup>10</sup> da una parte l'intenzione del visitatore è quella di ricercare un'esperienza di «autenticità», distante dalle offerte *standard* della tipica industria culturale turistica e in linea generale guidate da una certa «influenza politica». Dall'altra parte il visitatore ricerca luoghi associati alla morte e alla sofferenza, per ricercare attività ludiche in un contesto spesso molto turistico e «inautentico», in cui gli eventi proposti riguardano un passato ormai lontano.

Due esempi sottesi a questa classificazione sono, per quanto riguarda le esperienze più autentiche, le visite nei campi di sterminio nazista e, al suo opposto, le visite *leasure* intercettate da attrattive come il «London Dungeon», una sorta di luna park in cui vengono inscenati gli eventi più macabri della storia di Londra avvalendosi di attori, effetti speciali e scenografie" (*Ibidem*, pp 150).

Basandosi su questa visione comportamentistica vengono suggerite cinque categorie di attività inerenti al *Dark Tourism*, influenzate dalla variabile motivazionale personale caratteristica di ciascun consumatore del turismo nero:

- A) Viaggi che hanno come motivazione il desiderio di testimonianza della sofferenza e del dolore altrui;
- B) Viaggi che hanno per motivazione la volontà di comprendere I luoghi "simbolici" della morte e delle devianze cognitive umane che sono stati testimoni in passato di massacri, come i campi di concentramento e di detenzione.
- C) Il terzo tipo di viaggio ha come motivazione l'interesse storico e culturale e riguarda tutti quegli spostamenti verso memoriali, tombe e cimiteri. È il caso quindi di Ground Zero oppure dei pellegrinaggi.

<sup>&</sup>lt;sup>10</sup>Stone, P. (2006). "A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions", Vol. 54, No. 2/2006, pp. 145-160.

- D) La quarta motivazione vede la voglia di osservare da vicino luoghi come musei o siti ricostruiti *ad hoc*, che testimoniano atti di guerra e massacri.
- E) L'ultima tipologia di viaggio, infine, vede come motivazione da parte dei "black tourists" quella di far parte in prima persona ad una riproposta o simulazione di morte. In questo caso, semplicemente, è necessario pensare alle case degli orrori dove, un po' per gioco e un po' per curiosità, temi come la morte e la paura vengono proposti in maniera molto più "innocente".

Stando a ciò che afferma la letteratura più recente, il fenomeno del *Dark Tourism*, o turismo del dolore, è da considerare come quel turismo la cui domanda richiede, principalmente, siti e luoghi legati in qualche modo alla morte violenta. Inoltre il concetto di *Dark Tourism* è reso ancora più ampio se valutato in relazione alla natura stessa del <<luogo>>.

Difatti una destinazione può assumere connotazione *dark* in seguito a tre possibili cause (Binik, O.; 2014):

- I. La prima causa riguarda quei luoghi, come i campi di concentramento, il World Trade Center o il Colosseo, la cui attrazione da parte dei turisti del nero è nata in maniera spontanea e naturale a seguito di eventi storici che hanno segnato le diverse epoche del passato;
- II. la seconda causa che spinge gli appassionati dell'orrore alla mobilitazione è in qualche modo collegata a motivazioni dettate dal piacere, motivazioni che assumono un carattere tipicamente d'intrattenimento e quindi appartenente alla sfera dei viaggi "leasure". Ne sono un esempio i parchi divertimenti creati ad-hoc per attrarre turisti, basti pensare in questa direzione, al reparto horror di Madame Tussauds o alle attrazioni Dungeon, molto diffuse a Londra e Amsterdam;

III. la terza è di carattere un po' più frivolo ed interconnessa con I fatti di cronaca nera. Infatti, soprattutto nell'ultimo decennio, i mass media (*teoria del lago ipodermico<sup>11</sup>*) e i *social network* sono diventati dei veri e propri canali di diffusione di notizie delittuose che attirano un'attenzione morbosa da parte di curiosi del crimine. Infatti è proprio per merito di questi ultimi che I luoghi in cui si è consumato un crimine efferato o che sono stati testimoni della morte di persone famose, rientrano oggi tra le mete più richieste. Tuttavia, questa forma di turismo nero ha poco a che fare con le motivazioni turistiche vere e proprie; un esempio riguarda i sempre più crescenti flussi di turisti che si recano a Parigi per visitare il tunnel del <u>Pont de l'Alma</u> dove è avvenuto lo schianto dell'auto che trasportava Diana Spencer; oppure I turisti che si recano ogni anno in Valle d'Aosta per visitare la villetta di Cogne o in provincia di Taranto per visitare I luoghi in cui si è consumato il delitto di Avetrana.

Per tanto ad oggi sono numerose le motivazioni che spingono I turisti del macabro a mobilitarsi per raggiungere ogni parte del mondo e, a causa di una sempre più crescente domanda vi è di conseguenza un aumento dell'offerta di tali esperienze e visite guidate nei luoghi simbolici del *thanatos*.

A tal proposito, l'autrice Oriana Binik (2014) accosta questi luoghi al concetto di <<li>ovvero:

"La liminalità si definisce come ogni situazione o oggetto che si colloca «betwixt and between», dunque in una fase di transizione o in una zona interstiziale che designa dei momenti di discontinuità nel tessuto sociale, negli spazi sociali e nella storia. Con la sua partenza, il

11

pellegrino si separa dal punto di vista sociale e fisico dai luoghi attorno a cui gravita abitualmente la sua vita, accede a una zona «liminale», ossia a un'antistruttura, fuori dallo spazio e dal tempo, in cui le convenzioni sono sospese ed è possibile fare un'esperienza del sacro, per poi ritornare al luogo di provenienza con una sensazione di «accrescimento». Nel caso del dark tourism, più ricercatori hanno impiegato la categoria del «liminale» per descrivere le caratteristiche dello sguardo del turista" (Binik, p. 555).

Tuttavia è difficile stabilire oggi se la sempre più crescente domanda e offerta per visitare i luoghi liminali legati alla dimensione del *dark tourism* non abbiano come mera finalità quella di rendere il thanatos un feticcio per implementare le entrate di una località, regione o paese. Un esempio di mercificazione del *"deviant leasure"* è quanto è accaduto in seguito al naufragio della Costa Concordia sull'Isola del Giglio il 13 gennaio 2012 dove si è appunto registrata, nell'anno, una forte affluenza di visitatori "di breve durata" volti principalmente a scattare fotografie nel luogo dell'incidente.

Ad evidenziare gli effetti di questa tragedia è Philip Stone<sup>13</sup> che ha evidenziato gli aspetti di mercificazione di questa tragedia visibili anche nella vendita, sia negli store locali che non, di dove è possibile acquistare una T-shirt con la scritta «Vada a bordo, c\*\*\*o!», frase divenuta virale pronunciata dal capitano De Falco rivolgendosi al capitano della Costa Concordia Francesco Schettino.

Questa forma di *dark tourism*, tra le più socialmente criticate, permette ai turisti di vivere una visione più sicura della trasgressione. A tal proposito Mike Presdee, nel suo testo The carnival of crime (2003) ha sottolineato come l'avvicinamento alla dimensione della morte e della

-

<sup>&</sup>lt;sup>12</sup> cfr. per esempio http://www.intoscana.it/site/it/articolo/Quando-lamorte-diventa-attrazione-Turismo-dellorrore-al-Giglio/ (18/5/2016)

<sup>&</sup>lt;sup>13</sup>ttp://www.huffingtonpost.com/dr-philip-stone/ will-costa-concordia-go-f b 1219659.html (18/5/2016)

tragedia danno la possibilità ai turisti del "nero" di vivere delle emozioni represse e di avvicinarsi ai temi della sfera «profana» dell'esistenza.

Emerge come il crimine violento si stia trasformando in un elemento di centrale importanza nell'industria del divertimento, in grado di attrarre e soddisfare nuovi bisogni di chi lo consuma e di chi lo vende (Binik, 2014); televisione, cinema, selfie, e siti di shopping relativi all'industria del crimine sono in netta espansione creando in molti casi dei disagi ai locali residenti nei luoghi apparsi sulla cronaca nera.

Si pensi per esempio al caso del turismo ad Avetrana<sup>14</sup>, nei pressi dell'abitazione in cui avvenne un omicidio molto mediatico nel 2010. In quell'occasione, per fermare il dark tourism, fu necessario l'intervento del sindaco che, con un'ordinanza comunale, vietò l'accesso ad alcune strade; questa decisione è stata presa dopo la notizia del previsto arrivo di pullman carichi di dark tourists provenienti dalla Calabria e dalla Basilicata. (Ibid.)

Oggi l'interesse per I luoghi della tragedia è in notevole aumento tanto che Groupon ha offerto per un certo periodo al prezzo scontato di 25 dollari un tour organizzato per due nella città di Milwaukee per poter visitare tutti i locali gay in cui Jeffrey Dahmer incontrò le sue vittime.

Difatti Amanda Morden, agente della società promotrice BAM Marketing and Media, ha riferito a un giornale locale che questa iniziativa ha attratto e continua ad attrare migliaia di turisti al giorno.

L'imprenditorialità del turismo oscuro inoltre si trova in casi analoghi nei d*ark tour* organizzati a Londra, dove è infatti possibile ripercorrere le tracce di Jack lo Squartatore; a Los Angeles è possibile vedere gli scatti al cadavere si Sharon Tate assassinata per mano di Charles Manson, a Boston per lo Strangolatore di Boston e anche in Sicilia per conoscere i luoghi della mafia.

\_

<sup>&</sup>lt;sup>14</sup>Notizia apparsa su «la Repubblica», 23 ottobre 2010

Per quanto questa commercializzazione del d*eviant leasure* susciti non poche critiche, sono ormai indiscutibili gli effetti sui flussi economici da esso generati per le imprese turistiche e per le economie dei paesi.

-

<sup>&</sup>lt;sup>8</sup>Notizia apparsa su «la Repubblica», 23 ottobre 2010

# Capitolo 3. Dark Tourism, da Dottor Jekyll a Mister Hide

Essendo il *Dark Tourism*, come abbiamo detto più volte in precedenza, un fenomeno antico, solo recentemente che diventato argomento esplicito nell'ambiente turistico. Sebbene la sua popolarità continui a crescere, come l'interesse che vi dedicano diversi ricercatori, il fenomeno e lo studio che lo riguardano resta tuttora profondamente controverso.

Da un lato, il dominio e la terminologia impiegata per descriverlo -*Dark Tourism*- sono considerati imprecisi e vaghi. Dall'altro lato, si mette fortemente in dubbio l'etica e l'utilità di alcune pratiche che vi sono associate (Foley e Lennon, 1996; Wight e Lennon, 2007; Hartnell, 2009).

Da un primo approccio, vero è che la pratica potrebbe sembrare sordida e poco etica. Molti però sono i ricercatori che sottolineano che, nonostante il suo appellativo negativo, questa forma di turismo non è così morboso come sembra. Infatti, come sottolineato nei precedenti capitoli, il turismo nero racchiude pratiche di natura diversa: dal pellegrinaggio commemorativo al viaggio di avventura, alle visite di musei e quant'altro. Se il termine in sé pare sensazionalistico, la pratica che lo accompagna può essere una vera e propria esperienza sensoriale. Da un certo punto di vista, il turismo e i turisti "morbosi" si avvicinano ai personaggi di Robert Louis Stevenson in *Lo strano Caso di Dr Jekyll e Mr Hyde*; non solo il *Dark Tourism* è allo stesso tempo bene e male, ma questa stessa dicotomia ci spinge a fare un passo indietro al fine di interrogarci in merito alle nostre motivazioni turistiche e al loro impatto positivo e negativo.

#### 1. Il lato oscuro del turismo nero

Tenendo conto della sua crescente popolarità, questa questione dei benefici e delle conseguenze del *Dark Tourism* sembra particolarmente rilevante. In un primo tempo, è importante notare che, nonostante la sua recente notorietà, il turismo nero è generalmente percepito in maniera negativa da parte dei Mass Media e delle istituzioni turistiche ufficiali. Sono oltretutto i Media che ne parlano in maniera più approfondita, dando al *Dark Tourism* un sapore più che altro "sensazionalista". In questo contesto, si presenta come una forma di turismo sordida e immorale; in particolar modo, i giornalisti fanno opposizione in merito alla sua diffusione, criticando ogni forma di "voyeurismo", così come la mercificazione della morte.

Secondo Stone, questa concezione negativa del turismo nero sarebbe largamente legata al suo appellativo, *Dark Tourism:* 

« although not wish to enter into a philosophical debate over the term 'dark,' but rather to accept a common-sense meaning, it is fair to suggest that the term 'dark," as applied here, alludes to a sense of apparent disturbing practices and morbid products (and experiences) within the tourism domain » (Lennon e Foley, 2006: 146)

Michael S. Bowman e Phaedra C. Pezzullo (2010), contestando gli autori sopra citati, dichiarano semplicemente: << What is so 'dark' about dark tourism? >>. Sebbene ci offrano una riflessione interessante sul potenziale significato di questo aggettivo (*dark*), mettono in dubbio l'utilizzo di un termine così negativo per descrivere una pratica che, nei fatti, può aiutare ad illuminare dei cupi ricordi:

<< However, the negative valence of the term is unmistakable in western cultures: "dark" is understood as a place devoid of light. In tourist studies, we might assume the label serves as a contrast to the trifecta of Sun, Surf, and Sex that many narrowly associate with a holiday vacation. "Dark" also could allude to the "dark deeds" (e.g. genocide, assassination, murder, war) that animate such sites and the "dark mood" or morose tones such events might invite [...] In contrast, we suggest that remembering and attending to the performances at sites associated with death might undo or at least help trouble the troubling nomenclature of "dark tourism" to reclaim space for different approaches. >> (Bowman et Pezzullo, 2010 : 188) Così, l'appellativo stesso del turismo nero porta in sé un profondo dibattito morale. Come abbiamo già menzionato in precedenza, questa nicchia turistica è legata a molti settori turistici, più tradizionali, percepiti in maniera positiva; pensiamo, ad esempio, al turismo commemorativo. In una delle sue prime pubblicazioni sull'argomento, Stone (2006) tenta di chiarire il concetto, proponendo diversi 'livelli' di morbilità. Ricorda quindi che le diverse forme di turismo nero non sono tutte così morbose. Con il suo scritto Dark Tourism Spectrum, si oppone ai siti macabri più leggeri (*light*) e ai siti più cupi (*dark*). Afferma, ad esempio, che un turista più 'dark' sarà generalmente attratto da un'esperienza commemorativa; al contrario, un turista più 'light' si focalizzerà maggiormente su un'esperienza di divertimento. Il turismo più oscuro sarà quindi incentrato su un aspetto più storico, legato al patrimonio e alla cultura. Per questo motivo è anche percepito come più autentico. Anche le l'analisi di Stone non è una scienza esatta, ci permette comunque di costatare e capire una variazione rilevante e ricca all'interno della percezione di questo tipo di turismo.

L'aspetto etico del turismo nero è probabilmente il più insidioso. La nozione stessa di *Dark Tourism*, così come la pratica e il prodotto turistico che lo accompagna, sembrano essere fonte di malessere. In effetti, sia la pratica che il prodotto disturbano apparentemente quasi come gli

eventi ai quali si riferiscono. Da un certo punto di vista, si può dire che una forma di turismo diventa *Dark* quando si riferisce ad eventi giudicati come tali. Così, è proprio quando gli eventi, i siti e le motivazioni dei turisti sono moralmente discutibili che il turismo del patrimonio diventa *Dark*. La moralità è pertanto un fattore estremo soggettivo e, come lo sottolineano Bowman e Pezzullo, l'uso di una terminologia negativa per parlare di certi avvenimenti storici partecipa nella marginalizzazione degli eredi o delle vittime di questa stessa storia (2010:190). In uno studio sulle motivazioni dei turisti che visitano Aushwitz-Birkenau, Avital Biran, Yaniv Poria e Gila Oren (2011) contestano ugualmente la legittimità di questa terminologia, affermando che la maggior parte dei turisti che visitano siti 'oscuri' lo fanno per ragioni puramente etiche. Nel contesto della loro analisi, fanno emergere quattro categorie di motivazioni per le quali i turisti si recano ad Aushwitz-Birkenau:

- 1. Vedere per credere
- 2. L'informazione e la comprensione
- 3. L'attrazione nei confronti di morti famore
- 4. L'esperienza emotiva patrimoniale

Gli autori concludono che la maggior parte dei turisti scelgono di vivere questa esperienza turistica per ragioni educative e commemorative, e non per soddisfare una qualunque curiosità morbosa. Benchè le loro conclusioni siano tra le più interessanti tra quelle analizzate fino ad oggi, bisogna tener conto che, anche in forma anonima, pochi turisti sarebbero pronti ad ammettere certe macabre motivazioni.

Il lato oscuro del turismo nero non si riferisce solamente al suo appellativo negativo o alla sua percezione morale ed etica del macabro. Esistono molte altre critiche di questa nicchia turistica. I ricercatori, così come i media, disapprovano più di tutto il 'voyeurismo' (Lennon e Foley, 2000; Luong, 2010; Pedroletti, 2012; Bosman-Delzons, 2013; De Greef, 2013).

Come sottolinea Debbie Lisle, « the claim here is that those who derive pleasure, satisfaction or comfort from gazing at sites of recent violence and conflict somehow deviate from 'proper' and 'respectable' tourist practice » (2007a: 355).

La ricercatrice precisa inoltre che il 'voyeurismo' nasce da un interesse, spesso anche da un'eccitazione, che raramente possiamo riscontrare nei turisti che intraprendono un viaggio in luoghi dark. Secondo il suo parere, la critica al 'voyeurismo' è troppo spesso lanciata alla leggera; significa mettere in dubbio anche la semplice curiosità, spesso portatrice di benefici. Da un punto di vista opposto, i ricercatori osservano che il turismo nero può incoraggiare una certa mancanza di rispetto nei confronti della comunità locale (Hernandez, 2008; Pezzullo, 2009b). Ad esempio, Hamzah Muzaini, Peggy Teo e Brenda S.A. Yeoh che questa forma di turismo potrebbe eventualmente causare « the dilution of local specificity so as to render the site universally appealing » (2013 : 29). Il pericolo sarebbe più imminente nel caso di morti e di traumi recenti, allorchè le comunità locali sono ancora in lutto. Parallelamente, è anche riconosciuto che il turismo nero può divenire il motore di conflitti tra le istituzioni turistiche e le comunità locali, così come tra diversi gruppi o comunità (Lennon e Foley, 2000; Lisle, 2007b; Pezzullo, 2009b). In effetti, come è spesso il caso nell'ambiente turistico, il turismo nero è generalmente portatore di narrazioni, che siano storiche o fittizie, ufficiali o informali. Quindi, questi racconti possono essere contestati dalla popolazione locale e divenire motivo di conflitto. Questi conflitti, spesso, possono causare un aggravamento di problemi già presenti sul territorio.

Così come l'autrice ha osservato l'impatto del *Dark Tourism* in New Orleans, focalizzandosi principalmente sui suoi cittadini l'indomani dell'uragano Katrina, Julie Hernandez constata che questo genere di turismo può dividere la città in segmenti *Dark* o *light*, provocando in questo modo una marginalizzazione tra quartieri. Nella stessa maniera, se i visitatori sono

assidui frequentatori di luoghi macabri, rischiano di costruire una memoria selettiva del luogo interessato, o addirittura dell'intero paese. Così facendo, il turismo nero apporterebbe un impatto negativo sull'immagine e la stigmatizzazione del luogo, della villa o dello stesso paese. Secondo Hernandez, la mercificazione delle comunità in situazione di angoscia può contribuire a trasformare uno specifico luogo distrutto in museo. Visto che, generalmente, questo tipo di luoghi non è preparato ad accogliere un flusso turistico ingente, l'arrivo di tali strutture potrebbe rivelarsi dannoso per la comunità locale.

In generale, alcuni ricercatori riconoscono che l'istituzionalizzazione della morte può dare agli organismi e ad altri produttori turistici un potere politico e decisionale su quello che sarà poi presentato (l'immagine e il messaggio) al mondo, e sul futuro di un luogo considerato *Dark*. Questo ci porta in seguito a porgere l'interesse sul potenziale di queste situazioni, e quindi fare un'analisi su ciò che riguarda la parte "luminosa" del turismo nero.

#### 2.1 Il lato luminoso del Dark Tourism

Da qualche anno, come per soffocare questa cupa reputazione, molti ricercatori hanno tentato di mettere alla luce gli aspetti positivi del *Dark Tourism*. Vista la sua popolarità crescente e l'aumento dei prodotti che vi sono associati, ma anche le risposte positive del target di riferimento, è interessante analizzare il potenziale di questa offerta turistica. Un'osservazione attenta permette di comprendere che, nonostante la percezione negativa che si ha a primo in primo luogo, quest'ultimo ha probabilmente più impatti positivi che negativi. Si potrebbe anche affermare che, per ogni aspetto negativo, nascano una o due qualità. Lisle (2007) si

afferma a favore dei turisti estremi che visitano le zone di guerra alla ricerca di un'esperienza reale. A parer suo, questi turisti non cercano solamente un'esperienza di commemorazione, ma desiderano sperimentare il "reale" in un mondo in cui l'autenticità scarseggia:

« dark tourists visiting conflict zones are important precisely because they transgress and therefore call into question the spatial and moral distinctions of the tourist gaze » (Lisle 2007a: 335)

Nella stessa maniera, se diversi residenti di New Orleans si sono lamentati dei tours offerti l'indomani del disastro Katrina, accusando le compagnie turistiche di speculare su una disgrazia a loro spese, Phaedra C. Pezzullo (2009b) e Julie Hernandez (2008) condividono con i loro lettori delle testimonianze nelle quali i residenti ringraziano i turisti per il loro aiuto finanziario e il loro supporto morale. Le ricerche mettono così in risalto una moltitudine di aspetti positivi. Tra i più riconosciuti troviamo i vantaggi pedagogici, gli impatti catartici, l'apporto memoriale, l'esperienza del "vero", lo sviluppo economico. Vi sono molti altri aspetti, altrettanto rilevanti ma meno riconosciuti. Riassumendo quindi aspetti positivi e negative, possiamo osservare che il *Dark Tourism* è spesso utile come strumento di resilienza per le comunità locali.

#### 3. Il turismo nero: uno strumento di resilienza emozionale

Quando si parla di luoghi che hanno vissuto eventi tragici, si parla spesso di lutto e di commemorazione. Molti ricercatori si focalizzano principalmente sul valore commemorativo del turismo oscuro, e il suo potenziale come strumento di lutto Lennon et Foley, 2000; Sharpley, 2009; Stone, 2012). Se la commemorazione è spesso vista come la motivazione più

rilevante che spinge un turista a intraprendere questo tipo di esperienza, è anche uno degli strumenti più importanti per le comunità locali. Si potrebbe anche dire che la commemorazione e il rispetto dei morti ha il potere di legare turisti e popolazione locale. Tony Walter osserva come il *Dark Tourism* permette di dar vita ad una sperimentazione e ad un impossessamento della memoria collettiva:

<< Remembrance is not memory>> (King, 1998).

<< Remembrance entails a commemoration of those whose suffering and death one may not have personally witnessed, but is not yet history. The veteran "remembers" all who died in his war, not just those he personally knew [...] At Arg's memorial in Belgium, I can "remember" an uncle who died 30 years before I was born.>> (Walter, 2009 : 47)

Al di là della mera commemorazione, il turiso nero permette una connessione emozionale con la morte e la sofferenza. Walter, che principalmente si è interessato alla relazione che intrattengono le società contemporanee con la morte, riconosce che la società occidentale coltiva oggi una relazione assai distante con quest'ultima:

« It is often argued that modern societies cut the living off the dead. Death, along with madness and suffering, is in modern society sequestered (Giddens, 1991), hidden (Ariès, 1974), forbidden (Gorer, 1965) or denied (Becker, 1973) » (Walter, 2009 : 39).

In questo contesto, egli afferma che il *Dark Tiurism* sarebbe una delle rare forme di mediazione tra la vita e la morte:

<<However, there are many channels through which even in modern societies the living encounters the dead. Harrison (2003 : x) includes among these channels, "graves, homes, laws, words, images, dreams, rituals, monuments, and the archives of literature" [...] As well as Harrison's list, the many ways in which, institutionally, death has been, and is, indirectly</p>

looked at include history, archaeology, religion, medicine, the mass media, and dark tourism.>> (Ibid.: 39)

Come la religione, il *Dark Tourism* può dunque servire da mediatore. Walter aggiunge inoltre che queste istituzioni di mediazione permettono di agire su più fronti: possono aiutare alla diffusione di informazioni sulla vita e la morte dei defunti, incoraggiare l'intercezione e la preghiera per questi ultimi, offrire un luogo di condivisione e di conforto, o di appropriazione, nel caso di coloro che desiderano 'prendersi cura' dei loro morti. Inoltre, il turismo oscuro può servire da *memento mori*, preparandoci in un certo senso alla propria morte. Può quindi essere percepito come strumento di resilienza emotiva.

#### 3.1 Il Dark Tourism come strumento di resilienza economica

Come ogni forma di turismo, il *Dark Tourism* ha un grande potenziale di sviluppo economico. In alcuni casi, la popolazione locale può non beneficiarne, ma gli studi dimostrano che esistono sempre più esempi di sviluppo territoriale e di organizzazione turistica guidata. In effetti, molte organizzazioni si assicurano di assumere personale locale e di ridistribuire parte dei loro profitti alla popolazione oggetto di visita, oltre ad investire nella costruzione di infrastrutture nel luogo di interesse.

Vi sono anche un buon numero di organizzazioni che si impegnano ad offrire prodotti turistici coerenti con lo stile di vita della popolazione locale, rispettando i loro desideri, le loro credenze, la loro cultura, le loro abitudini. I ricercatori parlano in questo caso di gestione turistica responsabile (Baran, 2012; Stokes, 2013). Il solo fatto di visitare un luogo recentemente vittima di una catastrofe può contribuire al rilancio dell'economia locale.

Ricercatori e giornalisti informano inoltre che diversi governi hanno espresso l'importanza e incoraggiato il turismo locale già all'indomani di una catastrofe rilevante. Ad esempio, Pezzullo (2009) ricorda che dopo l'11 dicembre 2001, l'amministrazione di George W. Bush a fortemente incoraggiato gli Americani a spendere localmente per rilanciare l'economia reale. O ancora, l'indomani del terribile terremoto di Tohoku, i Giapponesi hanno sentito il bisogno di viaggiare all'interno del paese di appartenenza.

Come osserva tuttavia Charles Gordon, (2005), la nostra economia non porta sempre benefici alla cultura locale:

« while it is good that western tourists pump money into the economy, it is also true that the money perpetuates an economic system that may not be the best for the people involved ». A tal proposito, alcuni studi suggeriscono che sarebbe più facile e forse più sostenibile istaurare o incoraggiare il Dark Tourism in territori che hanno già una forte industria turistica (Rivera, 2008). In effetti, non solo la comunità è abituata a flussi turistici consistenti ed è preparata dal punto di vista infrastrutturale, ma il turismo nero rappresenta solo un piccolo segmento nel settore, e quindi si integrerebbe più facilmente in una località già sviluppata. Infatti, benchè il turismo nero sia conveniente in termini di impiego e profitti economici immediati, uno sviluppo turistico incentrato sono su questa nicchia potrebbe rivelarsi emozionalmente difficile da gestire, e meno stimolante per le comunità locali nel lungo periodo. Ad esempio, prendendo il museo di Aushwitz-Birkenau; nonostante sia una delle attrazioni più importanti e redditizie della regione di Oswiecim in Polonia, la comunità locale afferma che quest'ultimo abbia un impatto negativo sulla stigmatizzazione del territorio, e impedisce alla città di emanciparsi da un pesante passato (Grueber, 2011; O'Neil, 2011). In questo caso infatti, l'industria turistica si concentra sullo sviluppo di un sito specifico, che beneficia sull'economia locale solo nella creazione di posti di lavoro.

Di contro, certe istituzioni turistiche mirano allo sviluppo di progetti locali o di centri di accoglienza, soddisfando in questo modo sia la popolazione locale, sia i turisti. E' quindi, e soprattutto, nello sviluppo di economie di connessione che, secondo Lazlo Buhasz (2008), il turismo nero può rivelarsi utile allo sviluppo del territorio che lo accoglie.

In due articoli sul turismo a New Orleans, Katrina Pezzullo (2008) si interessa particolarmente alle visite guidate nella regione dove è avvenuto il disastro, i cosiddetti *disaster tours*, mettendo in risalto i benefici fuori dal comune. Secondo l'autrice, quando si analizzano i tours guidati, bisogna pensare al di là del contesto meramente commerciale; ricorda infatti che sono necessari anche per un fine in termini di aiuto in situazioni di emergenza. Osserva inoltre che tutti i giornalisti e altri intermediari mediatici, come gli urbanisti, i rappresentati governativi, i musei, i ricercatori e altri agenti pubblici potrebbero difficilmente fare un bilancio, una diagnostica o un rapporto in merito al disastro in mancanza di tour guidati.

A New Orleans, questi tours guidati sono risultati utili ai rappresentanti locali, agli ingegneri ed urbanisti, ma anche a settori quali polizia, forze armate, medici. Gli strumenti e i dipendenti di molte compagnie sono stati coinvolti in operazioni di salvataggio ed assicurato la distribuzione di razioni alimentari ed acqua. Inoltre, vista la necessità di fondi e supporto politico, le visite guidate sono state usate anche come strumento di lobbying. Pezzullo afferma che questa strategia si è rivelata vitale il giorno dopo l'arrivo di Katrina:

« touring as a lobbying tool, therefore, becomes a vital mode of interaction between political leaders making decisions about resources for disaster recovery » (2009a: 30)

In questo contesto, partendo dall'esempio in New Orleans, l'autrice mette in risalto fino a che punto le visite guidate sono necessarie, non solo per scopi culturali ed economici, ma anche pubblicitari. In effetti, le visite post-Katrina hanno permesso ai turisti di venire a conoscenza

di quartieri di nicchia, non turistici, che altrimenti non avrebbero preso in considerazione prima della catastrofe.

#### 3.2 Il Dark Tourism come strumento di resilienza sociale e politica

Come accennato con l'esempio della catastrofe Katrina a New Orleans, le diverse ricerche nel settore esprimono l'importanza e la potenza del *Dark tourism* come strumento di resilienza sociale e politica. Ogni forma di turismo è portatrice racconti: dalla vacanza tranquilla, all'avventura straordinaria, fino all'esperienza fuori dal comune. Nel caso di un turismo che si definisce storico o di memoria, questi racconti sono considerati più autentici, spesso anche singolari o unanimi. Non sempre però ci si trova d'accordo con la storia rappresentata o semplicemente il modo di rappresentarla. In particolare è il caso dei luoghi di conflitto. In questo contesto, il turismo nero può condurre a dibattiti e conflitti di rappresentazione della storia, ma anche delle popolazioni coinvolte da una specifica tranche della storia. Detto ciò, offrendo una piattaforma di dibattito e permettendo alle comunità locali di partecipare alla creazione di questi racconti, le istituzioni turistiche possono offrire una rivalutazione critica della rappresentazione storica, permettendo quindi un loro coinvolgimento nell'esperienza turistica.

Molti autori sono d'accordo nell'affermare che il *dark tourism* può essere motivo di riconciliazione (Braithwaite e Lok Lee, 2006; Lisle, 2007 b; Causevic et Lynch, 2007). Lisle, opponendosi ferocemente alla critica morale di questa pratica, afferma che il turismo nero può contribuire a creare un ponte tra nemici. In un suo capitolo sull'isola di Cipro, la ricercatrice racconta che molti turisti, interessati alla guerra civile del territorio, sono stati spinti dalle

istituzioni ad una rivalutazione critica; viaggiando da una parte all'altra di quest'isola divisa, hanno inoltre partecipato alla costruzione di collegamenti delle due coste.

Le osservazioni di Senija Causevic e Paul Lynch (2008) sul caso di Belfast viaggiano nella stessa direzione. In questo caso, gli autori raccontano come. L'indomani della crisi, il *dark tourism* è servito come piattaforma contenente discussioni e proposte di compromessi tra religione cattolica e protestante. Cercando di evitare il senso negativo della terminologia *dark tourism*, gli autori hanno preferito coniare il termine *phænix tourism*. Nel suo articolo su New Orleans, Hernandez (2008) osserva come i turisti possano allo stesso tempo fare da testimoni nelle narrazioni delle comunità locali. Difatti, dopo Katrina, I residenti di alcuni quartieri lasciarono tracce scritte in merito all'accaduto; in questo modo, i turisti diventarono anche parte attiva nella propagazione delle voci di coloro che furono considerati marginalizzati. L'autore sottolinea fino a che punto la popolazione locale, considerata la migliore fonte storica, ha necessità di raccontare la propria storia, e di assicurarsi che quest'ultima sia correttamente tramandata.

## 4. L'impatto del Dark tourism sul tempo, sullo spazio, sulla stabilità economica

Un'analisi della ricerca sul *dark tourism* ci permette di osservare tre elementi che impattano fortemente sull'interesse e l'apprezzamento di questa nicchia turistica: il tempo, lo spazio e la stabilità economica.

Innanzitutto, come abbiamo già precedentemente menzionato, quando gli eventi considerati sono meno recenti, le comunità locali tendono generalmente ad allontanarsi dalla storia rappresentata, considerata come realtà distorta. E' il caso per esempio del turismo a Salem, in

Massachusetts, alimentato da diversi miti che lo circondano; in questo caso, la popolazione stessa partecipa spesso ad alimentare questi ultimi, al fine di attrarre turismo e far conoscere la vera storia della città. Proprio a causa del loro distacco emozionale, le comunità locali accettano più facilmente di far parte del paesaggio turistico. In questo modo, il tempo aiuta a creare un muro che separa la quotidianità dei cittadini e la storia dei territori visitati.

In secondo luogo, la maggior parte delle comunità locali accettano con più facilità lo sviluppo del turismo macabro quando le infrastrutture di quest'ultimo si svolge fuori dai limiti della loro vita quotidiana; si osserva al contrario un malessere profondo qualora i luoghi oggetto di visita appartengano ad essa. Infatti, prendendo ancora ad esempio il caso dei Katrina Tours, i cittadini si lamentavano davanti al disinteresse dei turisti nei confronti di tutto ciò che non riguardava direttamente la catastrofe in questione, ignorando quindi potenziali testimonianze di chi ha avuto la sfortuna di viverla in prima persona. E' proprio contro questa tendenza che, nel 1999, una guida di Khayelitsha, un quartiere di Cape Town in Africa, ha deciso di offrire un tour turistico alla scoperta della cultura locale, creando delle interazioni con i cittadini, ed evitando quindi che i residenti vengano percepiti come rapido prodotto di consumo.

Il turismo nero è fondamentale quindi per diffondere una più accurata conoscenza di un luogo, di una storia e di uno stile di vita. Una tipologia di turismo che disincentiva l'organizzazione in gruppi allargati, per lasciare tempo e spazio a quella nicchia di appassionati di riflettere ad un contesto ed a circostanze che circondano il luogo di interesse, ed entrare nel vivo nella cultura locale. Un'esperienza spesso personalizzata e fortemente emozionale, che permette lo sviluppo di un attaccamento con il luogo e la comunità oggetto di interesse.

Inoltre, la situazione socio economica della comunità locale godrebbe di un impatto positivo nell'accogliere il dark tourism, in quanto questa pratica, e le infrastrutture che l'accompagnano, permetterebbero alle comunità locali di sviluppare altre forme di turismo o

di economie parallele. Al contrario, il turismo nero è meno apprezzato dal territorio che lo ospita quando questo monopolizza l'industria e stigmatizza la popolazione. E' il caso della comunità di Oswiecim, in Polonia; da un lato, la piccola cittadina è visitata unicamente per la presenza del campo di concentramento Aushwitz-Birkenau. Dall'altro lato, la presenza del museo di Aushwitz-Birkenau, e dell'Organizzazione delle Nazioni Unite per l'educazione, la scienza e la cultura (UNESCO) hanno posto delle barriere a sfavore dello sviluppo di promettenti progetti che non rispettassero la visione e l'etica del sito patrimoniale. In un simile contesto di stigmatizzazione, le istituzioni turistiche tendono ad ignorare opportunità di crescita territoriale, focalizzandosi unicamente sul passato, senza una visone di sviluppo futuro.

Nonostante le difficoltà nel definire e nel classificare il *Dark Tourism*, non c'è alcun dubbio che si tratti di una forma di turismo che circonda tragedie, morte, sofferenza. Come ammette Stone, anche se il genere è fragile e il termine troppo generico, si può facilmente riconoscere un crescente peso del turismo oscuro. Ci si può certamente interrogare sull'etica di tale pratica, ma non tutti i luoghi possono permettersi di rifiutare le enormi conseguenze benefiche di tale forma di turismo. New Orleans, Sarajevo, Berlino sono solo pochi esempi di tale realtà. Se è quindi necessario interrogarsi sulla moralità e l'etica di un tale turismo, e le motivazioni dei turisti che li spingono a fare una tale scelta, è ugualmente fondamentale riconoscere i suoi valori e i benefici che da esso derivano. Nel prossimo capitolo andremo infatti ad analizzare questi benefici da un punto di vista più concreto, focalizzandoci su alcuni importanti casi italiani.

# Capitolo 4. Gli impatti economici del *Dark Tourism* sul territorio

### 1 I diversi Dark Suppliers di un territorio

Oggi è indiscutibile il valore economico generato dalle attrative appartenenti al Dark Tourism e dell'importanza che queste assumono all'interno delle pianificazioni turistiche all'interno di ciascun territorio.

Difatti, negli ultimi decenni, la domanda da parte dei black tourists è cresciuta in maniera esponenziale; questo dipende anche dall'effetto che i mezzi di comunicazione di massa ed i Social Network hanno avuto negli anni.

È sempre più morbosa l'attenzione rivolta ai luoghi della atrocità oggetto della cronoca nera, luoghi catalizzatori di turisti e curiosi che intendo entrare in contatto con la tragedia ed il dolore. Secondo gli autori Marc Foley e John Lennon (2006) queste attività appartenenti al Dark Tourism assumono diversi connotati "oscuri" a seconda della funzione dell'offerta territoriale e del suo scopo ultimo. Per tanto i due autori hanno individuato sette categorie appartenenti allo "spettro del Black Tourism" e sono le seguenti (Lennon, J; Foley, M; 2006, pp. 152-157):

- 1. Dark Fun Factory
- 2. Dark Exhibitions
- 3. Dark Dungeons
- 4. Dark Resting Places
- 5. Dark Shrines
- 6. Dark Conflict Sites
- 7. Dark Camps of Genocide

# Dark Fun Factory



Le attività offerte da questa tipologia di servizio turistico del "nero" occupano le sfumature più leggere e periferiche del fenomeno del *Dark Tourism*.

I fornitori della Dark Fun Factory offrono infatti ai turisti un'esperienza a contatto con la dimensione del *Thanos* attraverso rappresentazioni e percorsi guidati, rendendo così quest'ultima una esperienza con la morte per il turista più leggera e per certi versi meno autentuica e protetta.

Questi tipi di prodotti hanno un elevato livello di infrastruttura turistica in quanto risultano dei veri e propri catalizzatori di investimenti sia privati che da parte dei dark tourists di tutto il mondo; per tale ragione risultano delle vere e proprie opportunità di crescita economica e di sviluppo di un territorio.

Ne sono un esempio i Dungeon lanciati dall'azienda produttrice del *dark fun* Merlin Entertainments Ltd a Berlino, Amburgo, York, Amsterdam, Edimburgo, Londra, etc. sviluppandosi negli anni capillarmente in quasi tutti i territori europei. Il London Dungeon è tra questi il più famoso e attira numerosi flussi turisti tutto l'anno attraverso l'offerta di rappresentazioni de la Morte Nera o della storia di Jack lo Squartatore.

Qui grazie ad un cast di attori teatrali, effetti speciali e le meticolose ricostruzioni delle storie macabre e spaventose, reali o immaginarie che siano, che hanno segnato per mille anni la storia di Londra, i fan del turismo oscuro possono essere loro stessi i protagonisti, per un'ora e mezza, di tali eventi.

A seguire l'esempio inglese è stata la Romania la quale ha fatto del Conte Dracula un suo brand territoriale distintivo. Un'opportunità che si è rivelata decisiva per l'incrementato delle entrate economiche del paese durante gli anni della fine del regime comunista.

La leggenda intorno agli eventi in Transilvania infatti ha risollevato lo sviluppo del turismo locale attraverso i Dracula Tour che attirano numerosi turisti in ogni stagione dell'anno.

Le Dark Fun Factory si mostrano così delle opportunità di investimento attrattive sia per il territorio quanto per le imprese che offrono servizi privati; offrendo dei contesti in cui la morte assume dei connotati accettabili per l'uomo, offre la possibilità da una parte ai territori di implementare i propri flussi turistici, dall'altra concede agli appassionati dei temi *dark* di rivivere attraverso le mille rappresentazioni offerte gli eventi più macabri appartenenti al passato o alle leggende oscure.

#### Le Dark Exhibitions

I suppliers che offrono le Dark Exhibitions differiscono dalle prime poc'anzi esposte non tanto nella forma quanto nello scopo di cui si rendono testimoni. Le Dark Exhibitions infatti risultano essere un'offerta territoriale che unisce al prodotto macabro l'opportunità di apprendimento a scopo educativo. Per tanto si distinguono come un'offerta turistica "più seria" all'interno dei prodotti turistici oscuri.

Le opportunità economiche delle Dark Exhibition risultano per il territorio una fonte di investimento economico capace di distaccarsi dalla narrazione della tragedia usando un registro più provocatorio in grado di intercettare l'attenzione dei dark tourists.

Un esempio verso questa direzione è il "Museo di antropologia criminale Cesare Lombroso" a Torino; qui è possibile osservare gli strumenti utilizzati da Lombroso per le sue analisi forensi e i crani ed i cervelli su cui ha condotto le sue torie. Senz'altro l'obiettivo provocatorio di questa offerta ha trovato terreno fertile in quanto è oggi ancora oggetto di contestazione da parte del "Comitato No Lombroso" nonostante gli investitori abbiano dichiarato che tale Museo è stato concepito con <<funzione educativa intesa a mostrare come la costruzione della conoscenza scientifica sia un processo che avanza grazie alla dimostrazione non tanto di verità, quanto della "falsificabilità" di dati e teorie che non resistono a una critica>>.

Tuttavia sebbene questa tipologia di offerta dark sia abbastanza controversa è sostenuta in maniera attiva da molte inizizative territoriali locali. Infatti tra i sostenitori di questo Museo troviamo l'ex-assessore al commercio del comune di Torino della giunta Fassino: Domenico Mangone il quale, nel 2016, ha rinnovato la convenzione triennale fra Comune, Regione e Università per la gestione del museo.

Sulla scia delle provocazioni si colloca anche la Dark Exhibitions più rinomate al mondo la mostra "Body Worlds", evento accolto con entusiasmo da ogni territorio e che ha accolto più di diciasette milioni visitatori di tutto il mondo. Gli obiettivi della mostra sono l'educazione alla fisiologia e all'anatonomia dell'uomo raggiunti attraverso l'esposizione di cadaveri preservati attraverso la tecnica della "plastination".

Sono proprio i territori ad essere attori attivi per il loro sviluppo turistico, scegliendo di inserire le Dark Exhibitions all'interno delle proprie spianificazioni territoriali trategiche, scgliendo anche l'orizzonte temporale di tali eventi.

Dark Dungeons



All'interno di questa tipologia di prodotti del Dark Tourism si inseriscono tutti quei luoghi legati ai codici penali e giudiziari evolutesi nel corso dei secoli e che attraverso delle rappresentazioni portano il turista spettatore a vivere un'esperienza all'interno di prigioni e tribunali che hanno segnato la storia di un dato territorio

È un esempio l'isola di Gorèe, nota come la prigione degli schiavi, in Senegal dove sono stati istituiti dei tour attraverso cui è possibile partecipare in prima persona alla macabra esperienza dei prigionieri africani durante la tratta degli schiavi. Va da se che l'obiettivo di questi dark products intendono perseguire scopi educativi ed informativi.

Un altro esempio di Dark Dungeons tipicamamente italiano è l'isola d'Elba dove ogni anno si recano fiumi di turisti per vedere il luogo dove nel 1814 fu esiliato l'imperatore Napoleone che, dopo la rovinosa battaglia persa a Lipsia e a seguito del trattato di Fontainbleau, fu costretto ad abdicare al trono di Francia e trascorrere l'ultima parte della sua vita.

Il nome di Napoleone ha dato l'opportunità di arricchire le strategie turistiche locali per attirare ogni anno, nel periodo tra febbraio e luglio (periodo dell'esilio dell'ex-imperatore), orde di turisti del nero interessati a rivivere attraverso percorsi guidati delle residenze napoleoniche, la prigionia e l'agonia provata da quest'ultimo.

Un altro esempio di Dark Dungeon legato a luoghi dell'esilio e dei prigionieri politici è Robben Island, l'ex prigione di Nelson Mandela al largo delle coste di Cape Town in Sudafrica. Qui ogni anno si recano decine di migliaia di turisti definita appunto da Shackley (2001) come isola in parte "parco a tema", in parte "santuario" e in parte "museo", infine ma non da ultimo un luogo col potenziale "to make a great deal of money" (*ibidem*, p. 359).

Emerge come i dark dungeons risultano dei prodotti appartenti all'industria del dark tourism in grado di offrire buone opportunità economiche per un territorio da una parte e dall'altra offrire una esperienza più seria ed educativa rispetto ai prodotti turistici della Dark Fun Factory.

#### Dark Resting Places

Le caratteristiche chiave del Dark Resting Places ruotano attorno ad un'etica centrata sulla storia conservativa e commemorativa. Questo tipo di offerta turistica prende vita all'interno dei luoghi di riposo come i cimiteri ed i cimiteri monumentali.

Questa tipologia di turismo nero si inserisce all'interno del turismo sostenibile in quanto non vi è una urbanizzazione dei luoghi moderna ma il paesaggio resta immutato nel tempo. Ogni territorio ha costruito la propria offerta intorno a questi luoghi resi "main stream" grazie all'uso di internet, tour guidati e non da ultimo, la pubblicità offerta dalle associazioni locali e nazionali che si occupano della gestione dei Dark Resting Places.

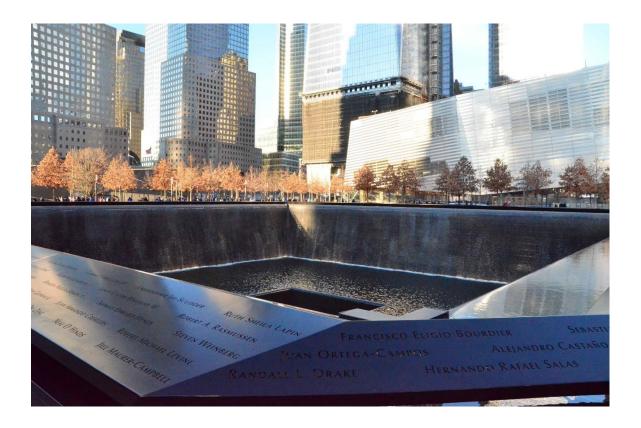
Per tanto i cimiteri rientrano a pieni canoni all'interno del patrimonio culturale di un territorio il cui significato storico ed artistico va preservato nel tempo secondo quanto riportato in un rapporto delll'ASCE (Associazione dei cimiteri significativi) nel 2005.

In questo rapporto infatti emerge come la cura delle tombe, delle lapidi e dei mausolei risultano essere oggetto di conservazione della tradizione e della cultura radicate in un dato territorio e di cui l'aspetto ecologico risulta essere primario per i tourists planner e i pianificatori della rigenerazione urbana.

Un esempio di Dark Resting Places è il cimitero Père-Lachaise a Parigi che attira oltre due milioni di turisti all'anno o in scala più piccola il cimitero di Weaste largamente sostenuto dal consiglio comunale di Salford.

Ma sebbene l'intento nobile sia quello di preservare un pezzo di storia e cultura di un paese, è discutibile oggi all'interno del dibattito accademico se questo prodotto del turismo nero sia o no da ritenersi un prodotto che rinetra nella categoria dei Dark Fun Factory. A far muovere questa obizione è il tour "Dearly Departed" dove i turisti possono guardare e fotografare le tombe delle celebrità di Hollywood e che lascia numerose domande aperte sulle sue finalità educative e commemorative.

Dark Shrines



Appartengono a questa tipologia di offerta tutti quei luoghi o siti dove si è consumata una tragedia di morte di recente. A sostenere l'interesse verso questi luoghi sono i mezzi di comunicazione appartenente ai mass media, sia attraverso i canali on-line che off-line.

A distinguerli dal resto delle offerte oscure è la loro temporalità che avvicina i turisti, curiosi del macabro e attirati dai significati mortuari, ai luoghi che per un determinato periodo dell'anno occupano le prime pagine della cronaca nera.

Gli elementi che attirano le orde di curiosi sono molto diversi e vanno dalla volontà di voler identificare in un luogo un significato simbolico per ultimo saluto ai defunti fino ad arrivare alla mera curiosità di guardare i luoghi dell'orrore.

Un esempio è quanto è avvenuto al Teatro Bataclan nell'attentato a Parigi del 13 novebre 2015. In quei giorni difatti quell'area fu ricoperta di fiori dai passanti che si sono recati in quel luogo per condere un'ultimo saluto in forma simbolica alle 130 vittime dell'attacco terroristico. Allo

stesso modo ogni anno viene celebrata a Barcellona un rito commemorativo delle vittime che hanno perso la vita lungo le Rambla nel 17 agosto del 2017.

I Dark Shrines diventano per tanto dei luoghi di custiodia fisica della memoria e luoghi aperti dove è possibile entrare in contatto con le vittime delle tragedie per vie del tutto simboliche. È il bisogno di rivivere il "lutto" da parte dei dark tourists al centro delle Dark Shrines come nel caso della morte della Principessa Diana dove fù allestito un santuario alle porte di Kensington Palace nel 1977 e successivamente trasferito ad Althorp House che attraverso eventi commemorativi ancora oggi risulta essere una delle attività più remunerative per il territorio. Questa evoluzione nell'infrastruttura turistica è testimoniata ulteriormente dalla costruzione del Ground Zero a seguito dell'attentato alle Torri Gemelle dell'11 settembre 2001. Qui Blair (2002) sosteneva:

'Remember when it was just hallowed ground? Ground Zero is now one of the most popular tourism attractions in the city. It is a place where tour guides charge \$15 a head to point out the spot where the firefighters raised the flag. The proud can buy twintower T-shirts, the angry can buy toilet paper bearing the face of Osama bin Laden, and the curious can climb up the fence to take the perfect picture of what is now just a big hole. The hustle of commence hawking to the crush of sightseers has prompted some to call it September 11 World'. (Ibidem, 2002: p. 1). Per tanto lo scopo dei luoghi dei "sepolcri sacri" oggi assumono infiniti significati simbolici che lasciano intravedere questa offerta più simile ai prodotti del turismo nero offerte dalle Dark Fun Factory che viaggi dedicati alla memoria commemorativa e per tanto di scopo pedagogico.

#### Dark Conflict Sites

Questa categoria di offerta turistica risulta essere oggi molto profittevole per un paese che vuole sviluppare l'industria turistica. Oggetto di tale offerta sono i campi di battaglia e i luoghi dove

si è scatenata una guerra, facendo rientrare per tale ragioni questa offerta all'interno di un più ampio mercato delle attrazione turistiche.

Sebbene il focus di queste attività abbia scopi commemorativi e fini educativi, ancora oggi è aperta la discussione in merito alle sue finalità. Infatti è ancora aperta la questione sulla discordanza tra memoriale, commemorativo e la natura dell'interpretazione politica dei Dark Conflict Sites.

La domanda da parte dei dark tourists negli anni ha visto una crescita significativa rendendo questi prodotti molto profittevoli per i tour operator locali facendo crescere conseguentemente la sua infrastruttura turistica all'interno dei diversi terriori.

### Dark Camps of Genocide



I *Dark Camps of Genocide* si riferiscono a tutti queli siti e luoghi che hanno come tema thanatanologico i genocidi e le catastrofi. Differiscono dalle *Dark Exhibitions* in quanto viene chiesta ai black tourists un'azione di movimento necessario per raggiungere questi luoghi definiti come le "dimore della morte".

Un esempio molto significativo dei Dark Camps of Genocide è il campo di concentramento di Auschwitz-Birkenau in Polonia testimone oggi della tragedia dell'Olocausto e delle atrocità commesse dai nazisti che non devono essere dimenticate. Lo scopo dei Dark Camps of Genocide è per tanto commemorativo e assume delle forme monumentali e di testimonianza storica per l'intera umanità.

### 2 Le esternalità positive e negative del Black Tourism

"Dark Tourism: Phenomenon which encompasses the presentation and consumption (by visitors) of real and commodified death and disastersites".

(Foley, M.; Lennon, J.; 1996)

Dalla definizione del *Dark Tourism* coniata nel 2000 dagli autori John Lennon e Marc Foley emerge una nuova tendenza di consumo turistico che vede sviluppare l'interesse da parte dei turisti intorno a temi legati alla dimensione del *thanatos* e delle catastrofi.

Oggi il fenomeno turistico moderno infatti abbraccia una serie di territori divenuti destinazioni di massa a seguito di fatti esposti in maniera morbosa dalla cronaca nera relativa ad eventi macabri e omicidi efferati.

L'impatto che il turismo "nero" ha generato sul territorio è assai controverso in quanto se da una parte ha dato la possibilità a piccole cittadine sconosciute al pubblico di avere delle nuove entrate generate dai flussi turistici alla ricerca delle esperienze macabre e dei luoghi ove sono accaduti i fatti di cronaca nera, dall'altro ha generato anche delle esternalità negative che si sono abbattute sui residenti locali e sul terriotrio stesso.

Un esempio tipicamente italiano è quanto accaduto il 30 gennaio 2002 in una villetta di Montroz, frazione di Cogne un paese della Valle d'Aosta, dove un bambino di 3 anni Samuele Lorenzi ha perso brutalmente la vita.

Le ripercussioni di questo accaduto hanno registrato un aumento dei flussi turistici amanti degli elementi mortiferi dei "luoghi della strage" generando un cambiamento nel paradigma della domanda di consumo turisto di quel territorio.

Basta fare un analisi tramite Google Score per rilevare immediatamente come nei mesi e negli anni successivi all'infaticidio di Cogne la richiesta e l'attenzione da parte dei turisti e dei curiosi si è spostata dalle bellezze offerte dal Parco nazionale del Gran Paradiso ad una domanda sempre più crescente da parte dei black tourists interessati ad acquistare unicamente, presso i black tour operator locali, delle visite guidate per rivivere in prima persona i luoghi dell'orrore oggetto persistente all'interno della comunicazione di massa.

Ma se in questa occasione la strategia territoriale è stata pensata per incrementare i flussi turistici e le relative entrate economiche sfruttando le esternalità positive sorte per effetto di tale fenomeno, dall'altro lato vi sono casi in cui questi esternalità hanno assunto connotati del tutto negativi per il terriotrio e per le vite dei suoi residenti.

In questa direzione segue l'esempio di quanto accaduto ai processi turistici ad Avetrana nel 2010, un piccolo paese in provincia di Taranto, a danno di una giovane ragazza, Sara Scazzi.

Qui nello specifico la domanda di consumo di black tourism si è intesificata in maniera insostenibile per il terriotrio e nello specifico intorno all'area nei pressi dell'abitazione in cui è avvenuto l'omicidio, questo per effetto di un'attenzione morbosa da parte dei mass media e dei programmi televisivi.

Il caso attirò, per mesi, l'interesse di gran parte dell'opinione pubblica italiana, sollecitata in ciò dall'attenzione persistente dei mezzi di counicazione di massa e, in particolare, della televisione. In quell'occasione, per fermare il *dark tourism* fu necessario l'intervento del sindaco che, con un'ordinanza comunale, vietò l'accesso ad alcune strade, decisione presa dopo la notizia del previsto arrivo di pullman carichi di dark tourists provenienti dalla Calabria e dalla Basilicata. (Binik, O. 2014).

Gli impatti che il *Black Tourism* ha avuto sul territorio in questo frangente sono risultati negativi per il territorio differentemente è quanto accaduto a Cogne dove, la funzione mediatica sull'infanticidio ha aperto nuove frontiere per i turisti del macabro con veri e propri tour offerte dalle agenzie di viaggio e rese disponibili da numerosi tour operatori locali.

Ma le esternalità sorte per effetto dei crescenti flussi turistici del black tourism si sviluppano oltre che intorno agli omicidi anche su un altro evento, quello delle catastrofi.

Un esempio in questa direzione è quanto è accaduto a Chernobyl dove lo stesso Governo ha modificato l'immaginnario collettivo associati ai luoghi della morte destinandogli un significato diverso ed offredo dei tour organizzati nel luogo e nella stessa centrale previe misure di sicurezza e diffusione di opuscoli informativi.

In questo caso il Governo è stato in grado di cogliere le esternalità positive da un evento tragico riuscendo a filtrare la tragedia attraverso un'offerta commemorativa capace di implementare le entrate turistiche territoriali divenute funeste a causa della stessa.

Questa evoluzione nell'infrastruttura turistica del "nero" trova testimonianza anche in America. Difatti un caso simile lo si trova anche a New York con il Ground Zero, altra destinazione prediletta dei black tourists i quali vogliono rivivere in prima persona il luogo della strage ed essere testimoni in prima persona nel luogo dove è avvenuto dell'attacco terroristico in cui hanno perso la vita all'incirca mille persone.

Una strategia territoriale in grado di sovvertire l'orrore e l'efferatezza di questo evento in ritorni economici per ciascun paese sfruttando le esternalità positive dei nuovi memoriali.

Entrambe queste attrattive hanno infatti generato delle esternalità positive per il territorio rimpinguando in maniera considerevole gli incassi economici del territorio mediante la sempre più crescente domanda di consumo dei prodotti appartenenti alla categoria delle attrazioni del Dark Tourism.

Difatti negli ultimi decenni l'infrastruttura del turismo nero è andata sempre più affermandosi nelle strategie di pianificazione turistica di un territorio, sviluppando al suo interno diverse categorie e sfumature di offerte dei prodotti *dark* le quali risultano delle grossi fonti di investimento e di entrate per l'economia di un Paese, come visto nel paragrafo 3.1.

Infatti i diversi prodotti del *dark tourism* vengono percepiti in modo diverso all'interno dei gruppi di dark tourists nelle diverse parti del mondo e come osservato da Seaton (1999) i cambiamenti che influenzano gli ambienti sia micro che macro, così come la manipolazione da parte di un territorio del "patrimonio oscuro" per fini politici o l'interpretazione dei singoli eventi tragici oggetti della cronoca nera, possono cambiare la percezione del prodotto nell'immaginario del consumatore.

#### 3. Gli impatti territoriali del Black Tourism in Italia

All'interno del quadro globale presentato nei precedenti paragrafi è utile fare una considerazione a parte per l'Italia, teatro negli ultimi decenni di numerosi eventi e fatti di cronaca nera che hanno sconquassato l'equilibrio di numerose piccole cittadine, prima dei delitti sconosciute agli italiani, e delle vite dei suoi residenti.

Come vestito nel paragrafo 3.2 l'offerta del black tourism si sviluppa intorno a due eventi:

- disastri o catastrofi;
- delitti.

L'italia nell'ultimo decennio ha ospitato migliaia di amanti del turismo nero a causa di entrambi gli eventi, rendendo note piccole realtà locali per effetto dell'attenzione insistente della televisione e dei giornali sia locali quanto nazionali.

Da una ricerca del JFC Tourism & Management emergono le principali motivazioni che hanno guidato i dark tourists italiani e sono le seguenti:

- a) il fattore esperienziale;
- b) l'aspetto della celebrazione;
- c) il fattore partecipativo;
- d) il fattore del racconto.

Tra gli eventi più macabri che hanno segnato l'immaginario collettivo italiano però negli ultimi anni ve ne sono tre particolarmente significativi dal punto di vista dell'analisi dell'infrastruttura turistica del dark tourism e degli impatti territoriali da essi generati.

Tra questi troviamo: il caso di Avetrana, il caso dell'Isola del Giglio, il caso di Bembrate di Sopra.

Il caso di Avetrana (omicidio di Sarah Scazzi – 26 agosto 2010)



Ad Avetrana in provincia di Taranto, Puglia, a seguito dell'efferato omicidio della giovana Sarah Scazzi, i residenti e gli operatori commerciali sono stati sottoposti ad una pressante invasione mediatica che ha reso tristemente celebre questa cittadina prima allora sconosciuta.

Ciò difatti è testimoniato, dal punto di vista turistico, dall'aumento delle escursioni e dei soggiorni che hanno seguito i successivi quattro mesi post-evento. Infatti secondo i dati emersi

dalle elaborazioni effettuate dal JFC <sup>15</sup> sulla base delle rilevazioni effettuate con i commercianti,

ristoratori, albergatori, gestori di B&B e case vacanza e commercianti è emerso che, nei mesi

successivi al tragico evento:

• i flussi escursionistici sono aumentati del 160%;

• bar, ristoranti ed altre tipologie di attività commerciali site nell'area dell'ebemto hanno

aumentato i prori incassi dell'incerca 80% - 122% contro il 15% delle are circostanti;

• il numero di soggiorni in alberghi e B&B è aumentato del 36%;

Si può notare da queste stime come le attività commerciali e turistiche di Avetrana si siano

notevolemte incrementate a seguito del tragico evento. Ma nei successivi mesi e anni a seguire,

tale incremento si è ridotto lasciando comunque intravedere nuove entrate economiche per

Avetrana sostenute dai black tourists domenicali.

Si può per tanto definire il black tourism che ha attraversato Avetrana come un fenomeno di

voyeurismo dell'orrore dove appunto gli aumenti di fatturato e della clientela considerevoli si

hanno avute intorno alla casa dove si è svolto l'omicidio.

Il caso dell'Isola del Giglio (naufragio della Costa Concordia – 13 gennaio 2012)

<sup>15</sup>Fonte: banca dati JFC (2012)

-



Nel 13 gennaio del 2012 ai acontra contro lo scoglio delle Scole la nave da crociera Costa Concordia si incaglia a Punta Gabbianara. L'ondata mediatica di tale evento è stata di grandissima portata spingendo orbe di curiosi e fan dal dark tourism a recarsi presso questa isola per testimoniare attraverso scatti da pubblicare sui Social Network la propria presenza di fronte a questo tragico evento.

Emerge infatti dai dati raccolti dalla ricerca fatta da JFC come nei sei mesi succesivi al naufragio:

- i flussi escursionistici sono aumentati del 48% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente; difatti il servizio trasporti tra l'Argentario ed il Giglio ha staccato il sabato successivo all'evento 1.080 biglietti contro i 135 del sabato precedente;
- le attività commerciali con "vista" sul porto hanno incrementato le proprie entrate economiche di circa il 45% totale;
- le strutture alberghiere nei pressi del porto hanno avuto un incremento nelle prenotazioni

Da questi dati emerge come il territorio ha avuto una agevolazione delle entrate dei propri flussi turistici per mezzo dei dark tourists, incuriositi di vedere il relitto al largo della costa. Difatti è proprio grazie alle motivazioni di questi ultimi che l'isola ha visto crescere in maniera esponenziale le proprie entrate economiche territoriali.

Il caso di Bembrate di Sopra (omicidio di Yara Gambirasio – 26 novembre 2016)



Il 26 novembre del 2016 Bembrate di Sopra viene sommersa dall'attenzione dei media a causa della scomparsa di una ragazzina, Yara Gambirasio. Da quel tragico evento l'equilibrio della piccola cittadina ed i suoi residenti sono state invase dai black tourists, infatti:

- i flussi escursionistici sono aumentati del 55%;
- le attività commerciali nei pressi dell'area della residenza hanno visto incrementare i propri fatturati dell'80% - 122%;
- i soggiorni sono aumentati del 36%. <sup>16</sup>

Nei messi successivi al tragico evento il paesino ritrova la sua normalità ma lasciando un'immagine dietro di sè e agli occhi dei dark tourist, come luogo di orrore e crimine.

Il territorio locale è stato investito pertanto da numerose esternalità negative dovute a questa rappresentazione mentale sostenuta dalla televisione e dai programmi televisivi.

Emerge dalla ricerca condotta da JFC come i flussi turistici che rientrano nel *dark tourism* siano strettamente collegate con la pubblicità messa in atto dalla comunicazione da parte dei mass media e che, terminato il dialogo mediatico, termina anche l'afflusso nei luoghi del crimine da parte dei dark tourists i quali restano poco fedeli alla destinazione e maggiormente "one spot" (*ibidem*).

\_

<sup>&</sup>lt;sup>16</sup> Fonte: ricerca JFC (2012).

### Conclusioni

La motivazione che mi ha spinto ad interessarmi al tema del *Dark Tourism* è nata fondamentalmente da un'esperienza personale. I viaggi che mi hanno trasmesso di più in termini di emozioni e curiosità sono stati proprio quelli che mi hanno lasciata con più domande che risposte.

Avendo vissuto in maniera indiretta la vicenda di Costa Concordia, essendo l'isola del Giglio una delle mete che ho sempre frequentato durante le vacanze estive, ho assistito con piacere ad un boom turistico che ha permesso al territorio di rinascere.

In seguito mi sono interessata a capire i motivi che hanno permesso a questo meraviglioso sito turistico un tale sviluppo nel breve periodo e, dopo aver portato a termine qualche lettura, mi è sembrato incredibile quanto l'essere umano sia effettivamente attratto da tragedie e disastri. La

componente psicologica e sociale ha in questo caso un ruolo fondamentale, ed è effettivamente il driver principale su cui iniziare a poggiare i primi mattoni. Componente psicologica che ha in realtà radici molto più profonde poiché, se prendiamo in esempio i campi di sterminio, le battaglie, i pellegrinaggi, Ground Zero, Pompei, parliamo effettivamente di avvenimenti che hanno lasciato un'impronta importante nella storia umana.

La curiosità di provare sulla propria pelle ciò che normalmente leggiamo nei libri o ascoltiamo in televisione da un valore aggiunto non banale rispetto al classico viaggio culturale o di divertimento. Io stessa posso confermare ciò che hanno fatto emergere gli studi dei vari ricercatori del settore; per fare qualche esempio dei miei viaggi più emozionanti, posso citare la mia esperienza a Berlino, dove sono stata travolta dalla storia e, avendo pochi giorni a disposizione, ho preferito accantonare la parte artistica che caratterizza fortemente quel territorio e focalizzarmi appieno sulla sua storica tragedia. Ancora sento i brividi lungo la schiena quando ricordo la mia visita al museo dell'Apartheid, in Sud Africa. Mi emozionerebbe l'idea di tornare in visita in Egitto, per approfondire le mie conoscenze sulle loro antiche tradizioni e credenze sull'esistenza di una vita nell'aldilà.

Ovviamente bisogna avere anche la capacità di sfruttare questi tesori, che dovrebbero valorizzare il territorio senza però trasformarli in un banale pretesto puramente commerciale e speculativo, oggetto di forte critica e, al contrario, di svalorizzazione. Importante è anche la capacità di ancorare questa valorizzazione nel tempo, cercando di non farla diventare una moda temporanea nel breve periodo. In questo modo, il settore del *Dark Tourism* diventerebbe immune a quei rischi sistemici che il mercato non può controllare, con la capacità di ripartire immediatamente dopo un periodo tempestoso, come quello che stiamo vivendo oggigiorno. Molti settori turistici infatti non sono riusciti a sopravvivere. Spesso hanno dovuto reinventarsi e riadattarsi ad un modo del futuro, un mondo virtuale, che lascia spazio solo a quella fetta del turismo che ha saputo radicarsi. Il Colosseo rimane il Colosseo, come Groud Zero, come

Costa Concordia, e molti altri. Territori che offrono esperienze ed emozioni uniche, che si possono trasmettere solamente se vissuti in prima persona e fisicamente.

Definirei il turismo oscuro un settore che soddisfa questa perenne ricerca di nuovi stimoli insita nella società post-moderna, un settore in continua crescita, piena di opportunità e, soprattutto, un settore immortale.

# Ringraziamenti

I miei ringraziamenti vogliono essere brevi e concisi. Li dedico fondamentalmente ai miei genitori che, con enorme pazienza, hanno saputo appoggiarmi e sostenermi, senza mai mollare, anche nei periodi più bui di questo mio burrascoso percorso accademico. Senza i valori che hanno saputo trasmettermi non avrei mai portato a termine questa laurea.

## Bibliografia

Ashworth, G. J. (2004). "Tourism and the heritage of atrocity". University of Groningen, published in Eprints-book-title.

Augé, M. (1992). "Non-lieux", edizione del Seuil, Parigi.

Bauman, Z. (2002). "Modernità liquida", Laterza.

Bauman, Z. (2014). "La solitudine del cittadino globale", Feltrinelli.

Beney, A; Massy, A; Loeffel, B; Gass, C. (2014). "Le Tourisme Macabre", Haute Ecole de Gestion & Tourisme.

Binik, O. (2016). "Il fenomeno del dark tourism nella società contemporanea: una rassegna critica alla letteratura". Rassegna italiana di Sociologia, Fasciocolo 3.

Binik, O. (2017). "L'Arte del crimine tra liminale e liminoide. Il caso di Making a Murder". Comunicazioni sociali, Vita e Pensiero/Pubblicazioni dell'Università Cattolica del Sacro Cuore.

Binik, O. (2014). "When the crime is sublime". Rassegna italiana di Criminologia, No 4.

Biran, A., Liu, W., Li, G., & Eichhorn, V. (2014). Consuming post-disaster destinations: The case of Sichuan, China. Annals of Tourism Research, 47, 1-17.

Cassone, B; Idone V; Surace, M; Thibault, M. (2018) "I discorsi della fine: Catastrofi, disastri, apocalissi", Aracne Editrice.

Capuzzo, E. (2016). "Turismo sui campi di battaglia in Italia e Spagna. Due esperienze a confronto (1919-1939)". Eunomia. Rivista semestrale di Storia e Politica Internazionali Eunomia VII n.s., n. 1, pp. 3-14.

Foley, M.; Lennon, J. (2000). "Dark Tourism: The Attraction od Death and Disaster". London, Continuum.

Lennon, J. (2017). "Dark Tourism". Oxford Research Encyclopedia of Criminology and Criminal Justice.

Foley, M.; Lennon, J. (1996a). "JFK and Dark Tourism: A Fascination with Assassination. International Journal of Heritage Studies, pp. 2:198-211.

Lennon, J. (2005). "Journeys in understanding: what is dark tourism?". The Sunday Observer. Mowatt, R.A; Chancellor, C.H. (2011). "Visiting Deadth and Life, Dark Tourism and Slave Castle". Annals of Tourism Research, Vol. 38, No. 4, pp. 1410–1434, 2011 0160-7383/\$ - see front matter # 2011 Elsevier Ltd. All rights reserved. Printed in Great Britain.

Powell, Raymond and Kennell, James and Barton, Christopher (2018) Dark Cities: A dark tourism index for Europe's tourism cities, based on the analysis of DMO websites. International Journal of Tourism Cities, 4 (1), pp. 4-21.

Privitera, D. (2016). "Cemeteries and Tourism. Potential and enhancement of a growing phenomenon". Progetti e Ricerche per il territorio, la città e l'archittetura, pp. 226-273.

Roberts, C., Stone, P. (2014). "Dark Tourism and Darj Heritage: Emrgent Themes, Issues and Consequences, University of Central Lancashire, Bpress.

Sevket Yirik Faruk Seyitoğlu Kadir Çakar , (2016),"From the white darkness to dark tourism: the case of Sarikamish",International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research, Vol. 10 Iss 3 pp. 245 – 260.

Seaton, A. V. (1996). "Guided by the dark: From Thanatopist to Thanatourism. International Journal of Heritage Studies, pp. 2:234-244.

Seaton, A. V.; Lennon, J. (2004). "Moral Panics, Ulterior Motives and Alterior Desires: Thanatourism in the Early 21<sup>st</sup> Century". In New Horizons in Tourism: Strange Experiences and Stranger Practices, T. V. Sings, pp. 63-82. Walligford: CABI.

Sharpley, R. (2005). "Travels to the Edge of Darkness: Towards a Typology of Dark Tourism. In C. Rayan, S. Page and M. Aitken. Taking Tourism to the Limits: Issues, Concepts and Managerial Prospective, pp. 217-228. Oxford: Elsevier.

Soro, E; Lucini, B. (2017). "Crisi Management e strategie comunicative nel dopo attentato terroristico: il caso della Tunisia", International Journal, pp- 39-52.

Spagna, M. (2015). "Il discorso turistico e le emozioni. Analisi argomentativa e traduttologica di una brochure del Club Med, Ese Publications.

Seaton,

Stone, P. (2006). "A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions", Vol. 54, No. 2/2006, pp. 145-160.

Wadbled, N. (2017). "Les fonctions du tourismeobscur", Hal Archives Ouvertes.

# Sitografia

http://www.dark-tourism.com

http://www.dark-tourism.org.uk

http://www.huffingtonpost.com/

www.ilgazzettino.it

https://www.ilpost.it

http://www.intoscana.it/

https://www.repubblica.it

http://www.murderauction.com

http://www.rotten.com

http://www.serialkillersink.com

http://www.supernaught.com