

operativi fondamentali per affrontare le sfide analitiche poste da un mondo sempre più data-driven. La trasformazione dei dati in informazione geografica non è soltanto un passaggio tecnico, ma un processo di acquisizione intellettuale che richiede consapevolezza metodologica, capacità critica e competenza interdisciplinare. In questo senso, il volume non solo informa, ma forma: si rivolge a studenti, dottorandi e ricercatori, offrendo un riferimento utile per chiunque voglia comprendere – e interpretare – i fenomeni spaziali attraverso l'uso consapevole delle tecnologie geografiche e dei metodi quantitativi. Ma oltre alla sua funzione formativa e alla chiarezza espositiva, il volume ha il merito di inserirsi all'interno di un dibattito scientifico contemporaneo che riguarda il ruolo sempre più strategico della geografia nella comprensione di un mondo complesso, interconnesso e fortemente digitalizzato. L'attenzione rivolta all'IA, ai Big Data e alla network analysis rappresenta infatti un'apertura verso le nuove frontiere della geografia computazionale, segnando un punto di contatto tra la tradizione disciplinare e le innovazioni emergenti. La trattazione dei temi più attuali, come l'apprendimento automatico e le reti neurali, suggerisce una geografia che non teme il cambiamento, ma che anzi lo interpreta e lo guida, dotandosi degli strumenti concettuali e tecnici per farlo. In ultima analisi, *Metodi quantitativi e di ricerca in geografia* non è soltanto un manuale di tecniche e metodi, ma anche un invito a riflettere sul senso della ricerca geografica nell'epoca dell'automazione, della modellazione algoritmica e delle decisioni data-informed.

Antonello Romano
Università di Pisa

[DOI: 10.13133/2784-9643/19155]

Geografie della gentrification. Viaggio nell'Italia dell'iperturismo

Irene Ranaldi

Roma, Tab edizioni, 2024, pp. 114

Irene Ranaldi guida i lettori in un viaggio lucido e provocatorio tra città, borghi e valli italiane, alla scoperta di fenomeni che hanno trasformato radicalmente i nostri spazi urbani e sociali: gentrification ed iperturismo. L'autrice argomenta come l'aumento del turismo di massa e i processi di gentrificazione urbana – derivanti da riqualificazione e rinnovamento di quartieri, per lo più popolari, con conseguente aumento dei valori immobiliari e degli affitti – stiano determinando l'espulsione e lo spopolamento dei residenti da città e borghi italiani con conseguente trasformazione dell'identità locale e scomparsa del tessuto sociale e commerciale originario.

Il testo discute le cause, le conseguenze e le possibili contromisure a questi processi, sottolineando la tensione tra lo sviluppo economico legato al turismo e la necessità di preservare l'autenticità e la vivibilità dei luoghi per i loro abitanti.

Centrale nelle argomentazioni dell'autrice è la generale e diffusa assenza di politiche che si (pre)occupino di garantire il diritto all'abitare di chi lo sta perdendo, e la salute di chi in qualche misura resiste e resta. Nel nostro paese, afferma l'autrice, il turismo è nelle mani di grandi gruppi economici stranieri e il paradigma della decrescita turistica non è neppure considerato come opzione.

In apertura, l'autrice usa il rito dell'aperitivo "Aperol o Campari? Hugo o Cynar?" per introdurci, in modo ironico, alla gentrification come deriva del neoliberismo e della globalizzazione. Dietro il cocktail si nasconde una riflessione consapevole sulla trasformazione delle nostre città, dal mercato di Testaccio a Roma (ormai convertito in food court per turisti) ai

quartieri operai ormai svuotati. È anche il punto in cui la gentrificazione si intreccia con la turistificazione, nuova musa delle città globali.

Nel capitolo successivo, “Trolley nei cortili. Come cambiano le relazioni ai tempi dell’iperturismo” l’autrice problematizza una serie di temi e racconta le mutazioni sociali provocate dall’overtourism, mettendo in discussione la narrazione edulcorata del turismo come risorsa economica universale. I cortili, un tempo luoghi di socialità e vita comunitaria, sono oggi spazi di passaggio per viaggiatori occasionali. La gentrificazione, definita come “l’espulsione dei non desiderati”, viene qui descritta e approfondita ripercorrendo esempi di città globali come New York e Londra, fino al suo ingresso prorompente nel dibattito italiano. Con una serie di fotografie istantanee e “Selfie da città, borghi e valli”, l’autrice inizia un gran tour attraverso nove realtà italiane dove la deriva della turistificazione si presenta maggiormente e che rappresentano paradigmi esemplari della gentrificazione, e della resistenza ad essa.

#milano (p. 63) convertitasi, nell’immaginario turistico italiano, da meta grigia di viaggi d’affari a meta turistica a tutti gli effetti, questa rappresenta oggi la città europea per eccellenza. Milano è il paradigma italiano della trasformazione urbana sotto il segno del rebranding e del marketing territoriale urbano. Le riqualificazioni delle stazioni di Milano Centrale e Milano Garibaldi, insieme al progetto “Porta Nuova”, con grattacieli e architetture di prestigio (Bosco Verticale, Torre Unicredit, ecc.), hanno segnato nei primissimi anni Duemila l’inizio del rebranding della città in chiave turistica e finanziaria. L’edificazione smisurata, che continua a ridisegnare lo skyline urbano, sommata alla gentrificazione, hanno portato all’esplosione di appartamenti Airbnb, hotel e locali trendy, mentre botteghe, mercati e servizi per residenti sono scomparsi. L’Isola, un tempo quartiere popolare, è diventato simbolo della gentrificazione.

#venezia (p. 66) brevissimo selfie della città italiana emblema dell’overtourism. A Venezia nel 2023 i posti letto in alloggi turistici (49.639) hanno superato il numero dei residenti (49.304). La vita di quartiere è ridotta all’osso e la città è oggi al servizio del turista. L’identità urbana è strangolata e Venezia è ormai ridotta a “bancomat” per investitori. Residenti e associazioni locali resistono (o almeno ci provano) e installano nel 2008 un contatore dei residenti per rendere pubblica questa emorragia. Il collettivo OCIO denuncia la crisi abitativa e propone limiti agli affitti brevi. Le risposte però tardano ad arrivare e l’introduzione del biglietto d’ingresso giornaliero nella città risulta essere una misura del tutto simbolica e inefficace.

#firenze (p. 69) ha esiliato nei suoi quartieri più periferici tanta parte della sua popolazione, e se nelle strade cittadine “non c’è nemmeno l’ombra del popolo” fiorentino, il centro è diventato un luna park turistico. L’area UNESCO è dominio degli Aribnb. A Firenze il turismo genera una ricchezza sproporzionata, stimata in 3,5 miliardi di euro nel 2022; ma qui come altrove la rendita non si redistribuisce. I lavoratori del settore, per lo più precari, sono sottopagati. Anche a Firenze la turistificazione espelle la comunità locale (e gli studenti) nonostante le tante case popolari vuote, e genera sfruttamento sociale. Le proteste non mancano. Si attendono risposte politiche. *(Arriveranno successivamente all’edizione di questo libro).*

val d’orcia (p. 73) meta internazionale del turismo eno-gastronomico, costellazione di borghi patrimonio UNESCO e luoghi da cartolina. La Val d’Orcia ha subito la “disneyficazione” rurale laddove borghi come Pienza e Montalcino sono diventati resort diffusi per turisti e investitori stranieri privi di alcun legame con i luoghi e con le loro tradizioni. Le aziende agricole chiudono, le aie vengono coltivate oggi all’inglese, i casali diventano SPA. Qui più che mai, il paesaggio rurale rischia di perdere la sua autenticità per di-

ventare un background scenico per selfie, Instagram e TikTok.

#roma (p. 77) nel 2023 con 21 milioni di turisti è la città più visitata d'Italia con numeri ancora in crescita. A Roma, nei quartieri storici l'overtourism ha provocato un "urbanicidio": botteghe, artigiani e residenti spariti a favore di affitti brevi e minimarket. Le trasformazioni architettoniche ed urbanistiche, così come quelle sociali ed economiche sono dovute e guidate dal turismo, con evidenti ripercussioni sul territorio più vasto della capitale. Movimenti e associazioni locali chiedono al Comune di agire (diceva l'autrice... *specialmente in vista del Giubileo 2025*). Il gruppo Mappa Roma, studiosi e studiose spiegano dati alla mano cosa accade nella città. Le risposte politiche non arrivano e i numeri degli host multiproprietari su Airbnb crescono.

#Napoli (p. 82) è sicuramente un caso peculiare di gentrificazione veloce e feroce. Nel giro di qualche anno l'aumento del turismo e degli affitti brevi ha espulso migliaia di abitanti dal centro storico. Se negli anni precedenti la pandemia Napoli e i napoletani si lamentavano nei flebili numeri di turisti, oggi tra Spaccanapoli, Forcella e Sanità occorre farsi largo tra la folla. Sta accadendo a Napoli ciò che abbiamo già visto a Roma, Venezia e Firenze. Nonostante ciò, Napoli mantiene una forte resistenza sociale e una rete di attivismo urbano che chiede regole e un freno agli affitti brevi.

#Matera (p. 87) dopo essere stata "vergogna d'Italia", la città è diventata Capitale Europea della Cultura nel 2019. Questo salto ha attratto investimenti e turismo, ma anche qui si è verificata una forte spinta alla gentrificazione, con gli antichi Sassi trasformati in B&B e boutique hotel. La narrazione turistica ha oscurato la vita quotidiana dei residenti.

#il salento (mica la Puglia!) (p. 91) è esemplare per la costruzione mediatica della sua immagine. La distinzione "mica la Puglia!" rivela la trasformazione del territorio in brand. Qui il turismo ha coloniz-

zato anche i piccoli borghi, modificando economie, paesaggi e linguaggi. La narrazione da cartolina si sovrappone alla realtà complessa e frammentata del territorio.

#civita di bagnoregio (o della fuga verso il borgo autentico (p. 97). Civita è passata da paese spopolato (11 abitanti) a "borgo" meta turistica internazionale con un milione di visitatori l'anno. Situata su una rupe tufacea, a rischio di scivolamento imminente, Civita è ormai oggetto del desiderio turistico "mordi e fuggi", trasformata in attrazione spettacolare grazie a campagne social e marketing emozionali. Un caso emblematico di turismo performativo e commerciale, dove l'identità locale è sacrificata sull'altare della visibilità.

Geografie della gentrification non è solo un libro accademico. È una narrazione malinconica e a tratti arrabbiata, che attraverso ogni istantanea da città, borghi e valli trasmette una certa nostalgia per quei luoghi "vivi", fatti di relazioni stabili, artigiani, mercati veri. L'autrice non offre soluzioni semplici a gentrification ed iperturismo, ma ci invita a guardare meglio: dietro l'insegna di un bistrot "carino" potrebbe esserci la storia di una famiglia sfrattata; dietro una piazza instagrammabile, un'intera comunità dispersa.

Venere Stefania Sanna

Università degli Studi di Siena

[DOI: 10.13133/2784-9643/19156]