

Quando il turismo arriva in periferia. Criticità e dibattiti da Scampia

Original

Quando il turismo arriva in periferia. Criticità e dibattiti da Scampia / Iandolo, S. - In: Oltre il turismo? Viaggi e viaggiatori nella società del (post)Covid[s.l.] : Franco Angeli, 2025. - ISBN 978-88-351-7591-9. - pp. 231-249

Availability:

This version is available at: 11583/3011584 since: 2026-06-02T08:17:02Z

Publisher:

Franco Angeli

Published

DOI:

Terms of use:

This article is made available under terms and conditions as specified in the corresponding bibliographic description in the repository

Publisher copyright

(Article begins on next page)

a cura di
Gabriele Manella

Oltre il turismo?

Viaggi e viaggiatori
nella società del (post)Covid

SOCIOLOGIA DEL TERRITORIO



TURISMO E LOISIR

Sociologia del territorio

Collana diretta da Marco Castrignanò

Comitato scientifico: Giandomenico Amendola, Maurizio Bergamaschi, Paola Bonora, Ada Cavazzani, Pier Luigi Cervellati, Matteo Colleoni, Alberto Gasparini, Nancy Holman, Richard Ingersoll, Jean François Laé, Alessandra Landi, Ezio Marra, Antonietta Mazzette, Alfredo Mela, Fiammetta Mignella Calvosa, Harvey L. Molotch, Giampaolo Nuvolati, Fortunata Piselli, Asterio Savelli, Mario L. Small, Simona Totaforti, Francesca Zajczyk.

Comitato editoriale: Mattia Fiore, Maria Grazia Montesano, Tommaso Rimondi.

La collana *Sociologia del territorio* (già collana *Sociologia urbana e rurale*, fondata da Paolo Guidicini nel 1976), attraverso la pubblicazione di studi e ricerche, si propone come luogo di confronto fra studiosi, operatori ed esperti interessati al rapporto che l'uomo intrattiene con il territorio.

La collana si articola in tre sezioni:

- 1) Città e territorio
- 2) Ambiente, migrazioni e sviluppo rurale
- 3) Turismo e loisir

Le trasformazioni del mondo urbano e di quello rurale, le nuove forme dello sviluppo, i fenomeni di impoverimento ed esclusione sociale, i problemi del governo urbano, i movimenti migratori su scala locale e globale, le tematiche ambientali, il turismo e il tempo libero sono solo alcuni degli ambiti di ricerca che la collana intende promuovere attraverso la pubblicazione di monografie e volumi collettanei.

La collana *Sociologia del territorio* si propone di contribuire alla riflessione intorno alle forme contemporanee del territorio su scala locale, nazionale e internazionale.

Sulla base della loro rilevanza all'interno del dibattito scientifico ed accademico, tutte le proposte di pubblicazione vengono sottoposte alla procedura del referaggio (*peer review*), fondata su una valutazione che viene espressa sempre e per ogni lavoro da parte di due referee anonimi, selezionati fra docenti universitari e/o esperti dell'argomento.

SOCIOLOGIA DEL TERRITORIO





Il presente volume è pubblicato in open access, ossia il file dell'intero lavoro è liberamente scaricabile dalla piattaforma **FrancoAngeli Open Access** (<http://bit.ly/francoangeli-oa>).

FrancoAngeli Open Access è la piattaforma per pubblicare articoli e monografie, rispettando gli standard etici e qualitativi e la messa a disposizione dei contenuti ad accesso aperto. Oltre a garantire il deposito nei maggiori archivi e repository internazionali OA, la sua integrazione con tutto il ricco catalogo di riviste e collane FrancoAngeli massimizza la visibilità, favorisce facilità di ricerca per l'utente e possibilità di impatto per l'autore.

Per saperne di più: [Pubblica con noi](#)

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page al servizio "[Informatemi](#)" per ricevere via e-mail le segnalazioni delle novità.

a cura di
Gabriele Manella

Oltre il turismo?

Viaggi e viaggiatori
nella società del (post)Covid

SOCIOLOGIA DEL TERRITORIO



TURISMO E LOISIR

FrancoAngeli

Gabriele Manella, *Oltre il turismo? Viaggi e viaggiatori nella società del (post)Covid*
Milano: FrancoAngeli, 2025
Isbn ebook: 9788835185079
Isbn cartaceo: 9788835175919

La versione digitale del volume è pubblicata in Open Access sul sito www.francoangeli.it.

Copyright © 2025 Gabriele Manella. Pubblicato da FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italia, con il contributo del Dipartimento di Sociologia e Diritto dell'economia dell'Università di Bologna.

L'opera è realizzata con licenza *Creative Commons Attribution 4.0 International license* (CC BY 4.0: <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>). Tale licenza consente di condividere ogni parte dell'opera con ogni mezzo di comunicazione, su ogni supporto e in tutti i formati esistenti e sviluppati in futuro.

Consente inoltre di modificare l'opera per qualsiasi scopo, anche commerciale, per tutta la durata della licenza concessa all'autore, purché ogni modifica apportata venga indicata e venga fornito un link alla licenza stessa.

Sono riservati i diritti per Text and Data Mining (TDM), AI training e tutte le tecnologie simili.

*L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore.
L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito*

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>

13. Quando il turismo arriva in periferia. Criticità e dibattiti da Scampia

di Sara Iandolo

Introduzione

Questo contributo esplora lo stato attuale del fenomeno turistico nel quartiere periferico di Scampia a Napoli offrendo un'analisi di una forma emergente di turismo nelle aree urbane marginalizzate. Si tratta di un tema ancora poco approfondito nel dibattito italiano, che finora si è concentrato soprattutto sugli effetti problematici dell'overtourism nei centri storici.

Scampia, costruita negli anni Sessanta nell'ambito di un vasto programma di edilizia popolare, è presto diventata sinonimo di criminalità e degrado urbano. La sua lunga sovraesposizione mediatica e il successo della serie tv *Gomorra* hanno contribuito a rafforzare questa immagine e, simultaneamente, a suscitare fascino e curiosità turistica per il quartiere. In effetti, Scampia ha visto una recente proliferazione di tour guidati organizzati da vari attori: dalle associazioni di quartiere fino alle guide turistiche ufficiali e informali. A partire dall'osservazione partecipante di diversi tour guidati, da interviste a organizzatori, turisti e abitanti raccolte durante un anno di lavoro etnografico, il capitolo offre alcune riflessioni sulle sfumature del fenomeno turistico in questa periferia urbana, esaminando le contraddizioni, le negoziazioni, le rivendicazioni e i conflitti ad esso associati.

1. Il turismo oltre i centri storici

Il connubio tra città e turismo si è realizzato in modo strutturato a partire dagli anni Settanta, con l'avvio del processo di delocalizzazione della produzione industriale fordista che fino a quel momento aveva accompagnato gran parte dell'espansione urbana. Tuttavia, l'abbandono delle grandi industrie delle città occidentali non coincide con l'abbandono dell'apparato

industriale tout court. Oggi infatti, molti governi urbani, in linea con le politiche neoliberiste, hanno puntato sull'industria turistica come strategia di sviluppo per riconvertire e/o integrare l'economia urbana, per competere sul mercato globale nel tentativo di attrarre capitali e visitatori, promuovendo una rifunzionalizzazione dei centri storici. Il turismo, tuttavia, «è un'economia intrinsecamente espansiva, che costruisce e si appropria costantemente di nuove esperienze e nuovi luoghi» (D'Eramo, 2017, p. 69). Mentre l'egemonia dei musei tradizionali, dei monumenti e dei centri storici diminuisce, «piazze, bar e ristoranti diventano “scene urbane” attraenti anche al di là dei quartieri già tradizionalmente esposti al turismo» (Rabbiosi, 2016). In questo contesto, le periferie urbane, i cosiddetti “quartieri degradati” e quelli multiculturali diventano nuove attrazioni turistiche: «Questa trasformazione, chiamata *mise en tourisme*, si traduce nel passaggio da luoghi brutti a luoghi dotati di un racconto [...] e che offrono ai visitatori un'esperienza» (Boltanski, Esquerre, 2017, p. 44).

La letteratura accademica offre un ampio corpus di studi volto a classificare le numerose forme di turismo urbano che si stanno diffondendo oltre i centri storici. Tuttavia, emerge una prevalenza di ricerche focalizzate principalmente sul Sud globale, mentre lo stesso fenomeno nel Nord globale rimane relativamente poco esplorato. Di seguito vengono delineati i principali filoni di ricerca in questo ambito.

1.1. Il turismo degli slum del Sud globale

Nel rapporto *The Challenge of Slums* del 2002, le Nazioni Unite descrivono gli slum come aree urbane caratterizzate da abitazioni di bassa qualità, servizi inadeguati, sovraffollamento, insicurezza abitativa, povertà ed esclusione sociale. La proliferazione degli slum è attribuita alla globalizzazione e alle nuove forme di capitalismo, che hanno favorito una rapida migrazione dalle aree rurali verso quelle industrializzate, costringendo parte della popolazione a risiedere in baraccopoli informali per sopravvivere (United Nations, 2003). Il termine generico slum assume nomi e caratteristiche specifiche in base al contesto locale: ad esempio, *favela* in Brasile, *township* in Sudafrica, oppure, in Europa, *baraccopoli* in Italia, *bidonville* in Francia, *Elendviertel* in Germania, ecc. Oggi, oltre un miliardo di persone vive negli slum, soprattutto in Africa e Asia, e si prevede che entro il 2030 la popolazione residente in insediamenti informali raggiungerà i due miliardi (United Nations, 2020). Non solo gli slum sono aumentati, ma anche lo slum tourism è diventato più diffuso, con più di un milione di turisti registrati nel 2014 (Frenzel *et al.*, 2015). Il fenomeno è quindi divenuto di

massa in alcune destinazioni e un mercato di nicchia in un numero crescente di località.

Sebbene il turismo negli slum sia emerso relativamente di recente nel Sud globale, esso ha origine nel Nord globale, dove lo sguardo turistico sulla povertà urbana è ben consolidato. Secondo Seaton (2012) e Koven (2004), la pratica dello *slumming* – intesa come attraversamento di confini urbani e sociali da parte di individui privilegiati che frequentano e visitano gli slum – emerse a Londra già nel XVI e XVII secolo e si diffuse poi negli anni Trenta del XVIII secolo. Con l'avvento dell'industrializzazione, l'aumento della povertà e la segregazione sociale, lo *slumming* divenne uno strumento per comprendere e, in alcuni casi, alleviare il disagio sociale, spesso sostenuto da iniziative filantropiche e governative. Nella Londra vittoriana il fenomeno era infatti fortemente legato alla filantropia, oltre che all'esplorazione individuale e alla trasgressione sociale da parte delle élite (Koven, 2004). A Parigi, invece, figure come i *flâneur* e i *bohémien* esploravano gli slum senza finalità filantropiche, in cerca di esperienze estetiche e arricchenti attraverso il contatto con la povertà (Seaton, 2012). Fu negli Stati Uniti, a partire dagli anni Ottanta del XIX secolo che lo *slumming* diede origine a una vera e propria turistificazione degli slum (Steinbrink, 2012), evolvendo in un'attività più commercializzata e legata al *leisure*. I turisti inglesi, insieme a visitatori americani di diverse città, furono i primi a concettualizzare gli slum come attrazioni turistiche urbane, poiché rappresentavano la diversità interna della città, i contrasti della vita urbana e la sua ricchezza cosmopolita. Le visite guidate divennero sempre più comuni, e quartieri come Chinatown e Little Italy si affermarono come mete turistiche popolari. Questi tour contribuirono alla culturalizzazione della povertà, trasformando i quartieri poveri in attrazioni, esaltando l'“alterità” delle culture immigrate e spesso romanticizzando le difficili condizioni di vita. In tal modo, essi consolidarono stereotipi e gerarchie razziali, contribuendo a rafforzare strutture di disuguaglianza e pregiudizio.

Lo slum tourism attraversò una battuta d'arresto a partire dal 1940, grazie alle politiche di edilizia residenziale pubblica che migliorarono significativamente la qualità abitativa e ridussero le disuguaglianze nel periodo post-bellico (Frenzel, 2016, 2024). Tuttavia, il fenomeno è riemerso nel Sud globale negli anni Novanta ed è in costante crescita da allora. Questa ripresa è legata alla progressiva eradicazione degli slum nel Nord globale nel dopoguerra e alla rapida urbanizzazione nel Sud globale, che ha portato alla formazione di nuove aree di marginalità urbana. Inoltre, il declino del welfare post-fordista ha aggravato le disuguaglianze sociali, contribuendo alla riapparizione degli slum e allo sviluppo del turismo in queste aree. Dalle township sudafricane (Rogerson, 2004), alle favelas brasiliane

(Freire-Medeiros, 2013), fino agli slum in India (Dyson, 2012; Meschkank, 2012; Shang, Li, Ma, 2022), Thailandia (Wattanawanyoo, 2012) e altre parti del mondo, il fenomeno continua a espandersi, attirando crescente attenzione.

La letteratura internazionale ha ampiamente esplorato il complesso intreccio tra le realtà fisiche e immaginarie degli slum, nonché i dilemmi etici inerenti al turismo in queste aree. Gli slum, infatti, mettono in discussione i processi di progresso sociale e pianificazione pubblica, simboleggiano povertà e disuguaglianza, e rappresentano un forte monito di ciò che la società non vorrebbe sperimentare, sia nella realtà che nell'immaginario (Robinson, 2012).

Uno dei principali processi di *othering* (alterizzazione) nel contesto del turismo degli slum è rivolto verso la povertà. La curiosità nei confronti della povertà rappresenta un tentativo di confrontarsi con una forma particolare di diversità: «Per coloro che appartengono a una cultura che celebra il consumo e il materialismo, la povertà significa mancanza, fallimento e alterità» (Crosley, 2012, p. 242). Secondo Bianca Freire-Medeiros, «l'industria del turismo ha trasformato la povertà in un prodotto di consumo su scala globale [...] Consumiamo la povertà come una merce turistica il cui valore monetario è soggetto a un accordo tra il promotore e il consumatore, il che è un fatto completamente nuovo» (Freire-Medeiros, 2010, p. 16). Alcuni autori hanno anche evidenziato come i turisti tendano a idealizzare e a romanticizzare la povertà. Ad esempio, il lavoro di Emilie Crossley (2012) nelle aree rurali del Kenya evidenzia come i turisti tendessero a rappresentare le comunità materialmente povere come emotivamente e spiritualmente ricche, percependole quindi come felici. Anche quando venivano sottolineati gli aspetti negativi della povertà, non sembrava emergere un senso di urgenza nell'affrontarla. Al contrario, la povertà assumeva il ruolo di una forma di redenzione e riflessione sulla propria fortuna, trasformandosi in un oggetto autentico ed esotico da consumare.

Il concetto di sublime, legato allo sguardo romantico, è stato utilizzato da Robinson (2012) per descrivere un'estetica invertita in cui il dramma delle baraccopoli diventa uno spettacolo. Ross King e Kim Dovey impiegano anch'essi il concetto di sublime nelle loro analisi sullo slum tourism, concependolo come un piacere derivante dalla paura di fronte all'ignoto e all'opprimente: «Il sublime è una combinazione di ansia e piacere che proviamo quando ci confrontiamo con una minaccia potenzialmente opprimente mentre siamo in condizioni di sicurezza» (King, Dovey, 2012, p. 286). Pertanto, secondo gli autori, il piacere turistico risiede principalmente nella consapevolezza che il pericolo percepito è, in realtà, assente; il brivido è generato proprio dalla sicurezza che accompagna l'incontro con

ciò che appare travolgente. Inoltre, King e Dovey sostengono che visitare uno slum può suscitare una varietà di reazioni, tra cui piacere e timore legati al sublime, ma anche vergogna, senso di colpa, compassione e imbarazzo per la percepita invadenza. Queste emozioni possono portare i turisti a rifugiarsi nel proprio ego o, alternativamente, a impegnarsi in iniziative di cambiamento.

L'ambiguità fondamentale alla base del turismo negli slum rappresenta dunque una questione complessa e dibattuta. Da un lato, i turisti sono spinti dalla ricerca di sensazioni, assumendo rischi (spesso in contesti controllati), e dal desiderio di alimentare il proprio ego, cercando di sperimentare un senso di privilegio e di autenticare la propria umanità. Dall'altro lato, vi è un sincero intento di visitare gli slum come parte di un'azione politica più ampia, mirata a richiamare l'attenzione sulle loro precarie condizioni e a mettere in discussione la loro stessa esistenza (Robinson, 2012). Inoltre, questi diversi motivi che spingono i turisti a visitare gli slum non sono necessariamente mutualmente esclusivi: «Non solo il turismo può attirare l'attenzione sulle realtà delle condizioni degli slum ma può, si sostiene, e a seconda di come è organizzato, portare un beneficio finanziario diretto e necessario ai residenti degli slum o, più precisamente, ad alcuni residenti degli slum. Se nato dallo slum stesso, il turismo consente una linea di sviluppo che mostra una vera creatività e impresa, mentre altre opportunità economiche sono chiuse. Se imposto esclusivamente da un operatore esterno opportunistico, lo slum diventa sfruttato nel modo più crudele. In ogni caso, il turismo può incoraggiare una forma di oggettivazione e alterizzazione e agire per cementare la condizione dello slum come una realtà da preservare piuttosto che da cambiare» (Robinson, 2012, p. xvi).

1.2. Il turismo nelle periferie del Nord globale

Gli studi sul turismo nelle periferie urbane del Nord globale sono, al contrario di quanto appena visto per gli slum, frammentati e limitati. Questo divario è in parte dovuto al recente interesse accademico e dell'opinione pubblica per il turismo nei centri storici, dove temi come il sovrappollamento turistico, l'arrivo di Airbnb e l'aumento dei prezzi dominano il dibattito (Celata, Romano, 2022). Inoltre, se si esclude il fenomeno storico dello *slumming*, il turismo nelle periferie urbane europee è piuttosto recente. È stata invece analizzata più approfonditamente la trasformazione delle aree semi-periferiche, come dimostrano gli studi sul turismo etnico urbano nei quartieri multiculturali (Vaccari, 2011; Neilson, 2016): molti di questi, un tempo stigmatizzati, hanno vissuto una rivalutazione turistica, divenen-

do spazi di svago e consumo in diverse città (Rath, 2007). Alcuni autori hanno approfondito le dinamiche di rivalutazione simbolica nei quartieri stigmatizzati attraverso i processi di gentrificazione (Semi, 2004) o l'intersezione tra stigmatizzazione, gentrificazione e turisticizzazione (Corbillé, 2009), mentre altri hanno evidenziato il ruolo della street art come fattore di attrazione turistica nelle aree semi-periferiche e periferiche (Andron, 2018). Queste varie forme di turismo hanno generato una proliferazione di termini e concetti che riflettono una frammentazione piuttosto che una coesione del campo di studi. Tra le varie etichette emergenti, si distingue quella del “turismo fuori dai sentieri battuti”, introdotto da Maitland e Newman (2009) e ripreso da Gravari-Barbas e Delaplace (2015). All'interno di questa etichetta, Hascoët e Lefort (2015) hanno analizzato il caso dei distretti settentrionali di Marsiglia, che stanno acquisendo rilevanza nell'ambito di iniziative di conservazione del patrimonio divenendo attrazioni turistiche. Tradizionalmente marginalizzati e caratterizzati da edilizia popolare e sfide socioeconomiche, questi distretti stanno vivendo oggi una trasformazione, promossa da residenti che offrono tour guidati e alloggi, intrecciando il turismo con l'attivismo sociale e progetti politici volti a ridefinire l'immagine di queste aree e a integrarle nel contesto culturale e metropolitano. Le pratiche turistiche in questi luoghi evidenziano dunque un complesso intreccio di patrimonio, attivismo locale e interessi commerciali. Un simile processo sta attraversando alcune delle banlieue parigine, come nel caso di Saint-Denis, dove una politica turistica attiva è stata adottata già negli anni Novanta (Cousin, Djament-Tran, Gravari-Babas, 2015). Nel 2016, il progetto *Destination Paris: La Ville Augmentée*, lanciato dal governo francese mirava ad ampliare l'offerta turistica oltre le aree centrali di Parigi, già sature di flussi turistici, offrendo nuovi itinerari e spazi di visita. In termini di accessibilità, lo sviluppo di infrastrutture come la metropolitana Grand Paris Express ha reso le banlieue più raggiungibili, facilitando gli spostamenti verso quartieri periferici. La loro integrazione nell'offerta turistica, tuttavia, non è stata promossa unicamente dalle istituzioni: anche associazioni locali, artisti e residenti hanno contribuito attraverso iniziative dal basso, creando offerte turistiche alternative (Gravari-Barbas, 2017).

In Italia, la ricerca su questi temi rimane piuttosto limitata. Alcuni studi si sono concentrati sul processo di patrimonializzazione nella periferia orientale di Roma (Broccolini, 2017) e sulla creazione di un museo a Tor Bella Monaca, area periferica e stigmatizzata della capitale (Cangelli, Carpenzano, 2022). Altri hanno menzionato il caso di Librino a Catania (Privitera, 2018) o condotto indagini etnografiche sugli street art tour nelle periferie di Napoli e Milano (Iandolo, Raccaneli, 2025). Tuttavia, il dibattito su queste tematiche resta ancora poco sviluppato.

2. Obiettivi e metodologia

Dall'esplorazione della letteratura, sono emerse delle lacune nel dibattito italiano sul turismo, in particolare riguardo a ciò che accade nelle periferie nazionali. Il principale obiettivo di questo contributo è esplorare un caso italiano, quello di Scampia, un quartiere periferico della città di Napoli. Nelle prossime pagine sarà analizzato il ruolo degli attori coinvolti nell'organizzazione di tour turistici nel quartiere, le impressioni dei turisti prima e dopo i tour, e i dibattiti degli abitanti riguardo al fenomeno.

La metodologia adottata è l'approccio etnografico, concepito come una immersione profonda nella vita del contesto turistico napoletano e, in particolare, di Scampia. Tra novembre 2022 e luglio 2023, l'autrice ha risieduto nel centro di Napoli e ha partecipato come "turista" a vari tour di Scampia, interagendo con circa 90 turisti e utilizzando l'osservazione partecipante e il metodo *go-along*, un ibrido tra intervista e osservazione partecipante (Kusenbach, 2003) per raccogliere le impressioni dei visitatori nel momento stesso in cui passeggiavano in quartiere. In questo periodo sono state inoltre condotte 20 interviste approfondite, 3 focus-group e 15 questionari ai turisti dopo i tour, mentre 10 interviste sono state realizzate con gli organizzatori dei tour. Da settembre a novembre 2023, trasferendosi a Scampia per raccogliere le percezioni del quartiere sul fenomeno turistico, l'autrice ha condotto 15 interviste e somministrato 84 questionari ad abitanti. A questo si è aggiunta l'analisi qualitativa di un vasto numero di prodotti culturali, come articoli di giornale, film, videoclip musicali, testi di canzoni, romanzi e libri, utile per esaminare la rilevanza della sovraesposizione mediatica sia nel contribuire al processo di stigmatizzazione, sia nel costruire intorno al quartiere un interesse turistico.

3. Il contesto: il quartiere di Scampia

La città di Napoli, dopo aver affrontato diverse crisi locali legate alla gestione dei rifiuti e all'intensificazione delle lotte tra bande camorristiche, sta ora vivendo un boom turistico senza precedenti. Considerando solo gli arrivi all'aeroporto internazionale, questi sono cresciuti da poco più di 5 milioni nel 2014 a quasi 11 milioni nel 2019 (Rossi, 2023), mentre le inserzioni su Airbnb sono aumentate del 553% tra il 2015 e il 2019, raggiungendo circa 9.000 unità nel 2023 concentrate nel centro storico (Esposito, 2023b). Tuttavia, l'industria turistica napoletana si sta espandendo in alcune aree stigmatizzate della città, come nel caso del quartiere settentrionale di Scampia. Il quartiere è stato costruito a partire dagli anni (con una mas-

siccia espansione edilizia proseguita fino agli anni Novanta) come parte di un programma di edilizia popolare nell'ambito della Legge 167/62, creato con l'intento di incoraggiare l'acquisizione di aree edificabili per l'edilizia economica e sociale. Scampia aveva infatti la funzione di alleviare il sovrappollamento del centro cittadino, fornendo alloggi popolari realizzati da diverse agenzie pubbliche e incoraggiando la costruzione di alcuni parchi residenziali del settore privato per le classi medie (Amato, 2021).

Il 23 novembre 1980 segnò una svolta cruciale nella storia del quartiere. In quella data, Napoli e gran parte della regione Campania furono colpite da un devastante terremoto che danneggiò gravemente numerosi edifici storici e residenziali, sfollando circa il 10% della popolazione cittadina – pari a 111.997 abitanti (Marelli, 2019). Le case popolari di Scampia, in gran parte incompiute e ancora non assegnate, divennero rapidamente rifugio per molti sfollati, in un quartiere che non aveva servizi e trasporti che lo collegassero con la città. In questo contesto, le condizioni abitative più gravi si riscontravano all'interno delle cosiddette Vele di Scampia. Originariamente composte da sette strutture a forma triangolare – che ricordano la forma di vele – e progettate dall'architetto Franz Di Salvo, le Vele di Scampia furono concepite con l'ambiziosa idea di incarnare i principi urbanistici fordisti europei e le utopie post-belliche, ispirate all'*Unité d'habitation* di Le Corbusier. Tuttavia, queste megastrutture furono occupate illegalmente da sfollati e senz'altro mentre i lavori di costruzione erano ancora in corso, con un conseguente drammatico aumento della popolazione residente, che passò dal 4% all'86% in pochi mesi (Marelli, 2012). Le condizioni abitative precarie, la carenza di manutenzione, l'infiltrazione della criminalità organizzata e la scarsa qualità dei materiali di costruzione trasformarono le Vele in un simbolo di fallimento urbanistico e degrado sociale, nonché in un emblema e del quartiere stesso. Esse divennero inoltre il simbolo dell'intero quartiere, nonché tra gli edifici italiani più rappresentati nella cultura popolare. Infatti, appaiono in opere come il film *Gomorra* di Matteo Garrone e sono protagoniste nella serie televisiva omonima (Brodasco, Mattiucci, 2017). Quest'ultima produzione televisiva (cinque stagioni, cinquantotto episodi trasmessi dal 2014 al 2021), racconta le vicende di una famiglia legata alla camorra, ed è lontanamente ispirata alle lotte tra bande camorristiche avvenute a Napoli e Scampia tra il 2002-2004 e il 2012-2014. Il successo internazionale di questa serie ha avuto un impatto significativo sulla diffusione e l'aggravamento dello stigma territoriale (Wacquant, 2007) associato alle Vele e all'intero quartiere. Come sottolinea Marelli nell'analisi della narrazione mediatica, «Scampia è soprattutto le Vele, che sono soprattutto crimine, che in questo luogo è soprattutto Camorra; dunque, Scampia è sinonimo di Camorra. In questa

rappresentazione, è chiaramente in atto una logica metonimica, in cui un fenomeno presente in un quartiere viene a rappresentare tutto» (Marelli, 2012, p. 251). Attualmente, rimangono in piedi solo tre Vele, poiché quattro sono state demolite tra il 1997 e il 2020 sulla spinta della lotta del comitato degli abitanti.

Negli ultimi trent'anni, sono stati intrapresi diversi interventi per migliorare le condizioni di Scampia, come l'apertura della stazione della metropolitana nel 1995, il nodo ferroviario nel 2018, il rinnovamento della piazza antistante la stazione con murales del noto street artist Jorit nel 2019, e l'inaugurazione di un nuovo campus dell'Università Federico II nel 2022. Inoltre, il quartiere ha visto la nascita di numerose organizzazioni del terzo settore, con un totale di circa 120 entità attive.

Tuttavia, il tragico evento del 22 luglio 2024, in cui il crollo di un passaggio pedonale di una delle Vele ha causato la morte di tre persone, ha profondamente scosso il quartiere e sollevato interrogativi sul suo futuro. L'edificio coinvolto nell'incidente è stato prontamente sgomberato. Esso, secondo il progetto di riqualificazione *Restart Scampia*, sarà l'unico che rimarrà in piedi come simbolo del processo di rigenerazione del quartiere e sarà destinato a ospitare uffici comunali e/o uno spazio museale con aree per le associazioni locali. Nel gennaio 2025 anche le altre due strutture sono state completamente svuotate e sono destinate ad essere abbattute¹.

4. Il turismo a Scampia

Il processo che ha portato il quartiere di Scampia a diventare una destinazione turistica, sebbene non di massa, è complesso e multidimensionale, influenzato da una combinazione di fattori mediatici, culturali, economici e sociali. Fin dalla sua nascita e, in particolare, dopo il terremoto del 1980, Scampia ha attratto un'ampia varietà di *slummers* – accademici, celebrità, politici di alto livello, fino ai presidenti della Repubblica e a due papi – che hanno attraversato le sue strade chiedendo interventi per migliorare le condizioni del quartiere e attirando così una notevole attenzione mediatica. A partire dal 2000, il quartiere ha visto un incremento di giornalisti, ricercatori e urbanisti, attratti dalle faide di camorra e dalla demolizione delle Vele. La rappresentazione di Scampia nei media popolari, in particolare attraverso il libro, il film e la serie tv *Gomorra*, ha svolto un ruolo cruciale in questa trasformazione. Iniziando con il giornalismo investigativo e

¹ I dati etnografici presentati in questo contributo sono stati raccolti prima del crollo dell'edificio, quando le tre strutture erano ancora abitate.

le critiche sociali sui problemi legati alla camorra, portati alla ribalta dal celebre libro di Roberto Saviano, la successiva cessione dei diritti a grandi produzioni cinematografiche ha ulteriormente amplificato l'esposizione del quartiere, sfruttando la sua immagine stigmatizzata per creare contenuti accattivanti e commerciabili. Anche l'industria musicale ha abbracciato questa narrativa: le Vele, simbolo emblematico di difficoltà sociali ed economiche, criminalità e degrado architettonico, sono state utilizzate come set per innumerevoli videoclip di artisti provenienti da tutto il mondo, acquisendo un valore simbolico ed economico, in particolare nel contesto della musica rap. A partire dal 2022, sono inoltre diventate lo sfondo di eventi significativi, come il mega concerto organizzato dalla multinazionale *Red Bull*, che per tre edizioni di seguito ha capitalizzato l'immagine di Scampia per conferire al festival un'atmosfera più underground. Parallelamente, numerosi *travel bloggers* e creatori di contenuti digitali hanno colto l'opportunità di monetizzare la loro esplorazione di Scampia e delle Vele, pubblicando video sui social media che enfatizzano il "degrado" e gli aspetti più controversi del quartiere. Pertanto, lo stigma associato al quartiere e la presenza delle Vele hanno ricevuto una notevole risonanza mediatica, contribuendo a trasformarle in un'attrazione per i turisti.

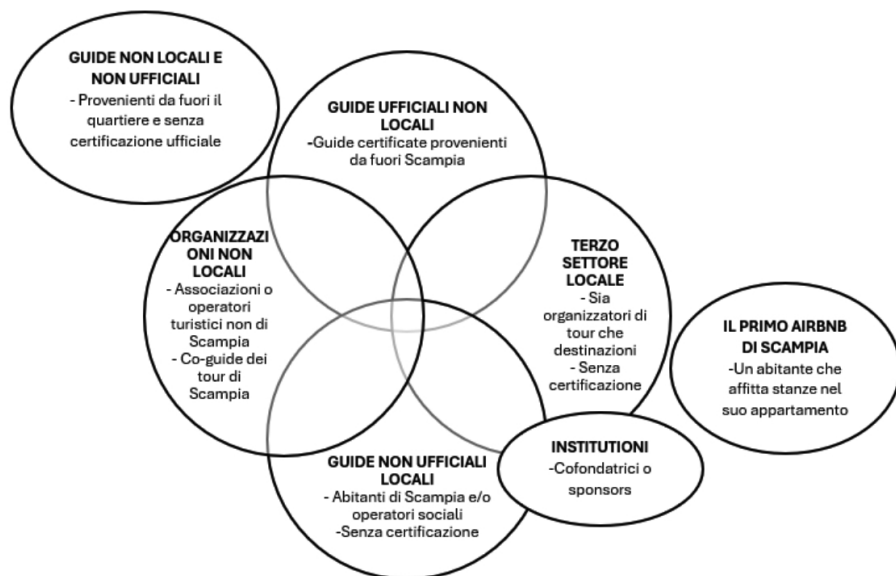
4.1. *Gli organizzatori dei tour*

L'enorme visibilità mediatica ha contribuito alla proliferazione di visite guidate del quartiere organizzate da vari attori, che vanno dalle associazioni locali motivate a proporre una contro-narrazione del luogo, fino alle guide turistiche, sia ufficiali che informali. Lo schema seguente (Fig. 1), illustra la complessa rete di attori, relazioni e ruoli che definiscono le dinamiche del turismo a Scampia emerse dal lavoro sul campo, divise per località (se sono o no del quartiere) e ufficialità (se hanno o no una certificazione ufficiale per esercitare il lavoro di guide turistiche, come previsto dalla legge italiana).

Partendo dall'angolo in alto a sinistra, troviamo le guide non locali e non ufficiali. Questi attori non sono del quartiere, non hanno partenariati formali con altre entità e mancano di certificazioni professionali ufficiali. Il dibattito e i conflitti attorno a queste figure sono emersi principalmente tra il 2016 e il 2017 quando alcuni tour, tra cui i cosiddetti "Gomorra tour", sono stati accusati non solo dai locali di promuovere un'immagine sensazionalistica del quartiere, ma hanno anche attirato critiche da parte di professionisti del settore turistico che denunciavano la mancanza di certificazioni ufficiali. Nonostante le critiche, vi è ancora qualcuno che organizza

tour improvvisandosi guida turistica. Ciò mette in luce l'informalità del settore e la difficoltà di controllare il fenomeno.

Fig. 1 - Interazioni tra attori locali e non locali, guide ufficiali e non ufficiali, e l'influenza del sostegno istituzionale



Fonte: elaborazione dell'Autrice

Continuando a leggere lo schema in senso orario, troviamo le guide ufficiali non locali, come operatori turistici e guide certificate che non sono residenti di Scampia. Esse hanno un legame più formale con il settore e spesso vivono grazie ai tour del centro storico, organizzando occasionalmente tour nelle periferie napoletane, tra cui Scampia. Quando si recano in quartiere però si avvalgono spesso della collaborazione di attori locali per arricchire le visite guidate ma soprattutto per acquisire legittimità. Infatti, come mi ha spiegato una guida durante un'intervista, anche questo tipo di attori sono stati contestati:

Il nostro tour non era ben accolto o compreso dai locali. È stato meglio recepito dagli estranei. Quello che proponevamo non era un tour basato su Gommorra, ma a Scampia c'è la tendenza a volere un turismo guidato dai residenti locali. Le guide turistiche non sono ben accolte perché pensano che le stiamo sfruttando. Ci è stato detto, in modo sottile, di smettere, tanto che abbiamo

interrotto anche le relazioni con alcune associazioni locali con cui stavamo collaborando. Ci chiamano “i privilegiati di Napoli” e credono che i residenti locali debbano avere opportunità di lavoro. Non siamo stati capiti (Guida turistica ufficiale, 27.02.2023, Intervista).

In questo panorama, le entità locali del terzo settore svolgono un ruolo cruciale, diventando sia organizzatori che tappe dei tour. Alcune di queste organizzazioni, oltre a fornire servizi e altre attività nel quartiere, agiscono come tour operator locali pur non essendo ufficialmente certificate. Tra queste spicca il neonato ecomuseo di Scampia, un tentativo ufficiale di gestire il fenomeno turistico dall'interno del quartiere. L'ecomuseo, inaugurato a maggio 2023, si presenta come uno spazio che racconta la storia di Scampia dal punto di vista dei suoi abitanti, valorizzando le esperienze virtuose e utilizzando diversi linguaggi espressivi e artistici, con l'obiettivo di attrarre cittadini e turisti, rompendo con le narrazioni stereotipate sul quartiere. Questi attori collaborano spesso con altre guide locali non ufficiali, ossia abitanti di Scampia privi di certificazioni ufficiali da guida (in basso al centro).

Continuando a leggere lo schema, troviamo le organizzazioni non locali (sia operatori turistici che associazioni del terzo settore). Si tratta di organizzazioni provenienti da altri contesti urbani – nazionali e non – che sono solite organizzare tour fotografici o passeggiate urbane nelle periferie di altre città e che occasionalmente estendono le loro attività anche a Scampia, collaborando con diversi attori locali e co-guidando i tour.

In basso a destra troviamo le istituzioni, che al momento sembrano avere un ruolo marginale, avendo contribuito principalmente come co-finanziatori o sponsor di alcune iniziative turistiche legate al terzo settore o alla organizzazione di alcuni progetti interni al quartiere.

Infine, un elemento interessante è la presenza del primo Airbnb a Scampia. Questo è gestito da un residente locale che affitta due stanze nel suo appartamento, mantenendo una posizione più indipendente rispetto alle altre iniziative turistiche nel quartiere e non partecipando attivamente a collaborazioni con altri attori locali.

Il costo dei tour varia generalmente tra i 20 e i 30 euro, con alcune eccezioni che arrivano fino a 100 euro, anche se meno frequenti. Ogni tour e ogni guida ha un approccio diverso: alcuni si concentrano sugli aspetti positivi del quartiere, altri offrono una panoramica completa del quartiere, mentre c'è chi permette di vedere le Vele solo dall'esterno e chi, invece, accompagna i turisti proprio all'interno delle strutture.

4.2. I turisti

I turisti di Scampia² costituiscono un gruppo variegato, proveniente da diversi paesi europei e background professionali. In generale, appartengono alla classe media e tendono a essere orientati politicamente a sinistra. Molti sono viaggiatori esperti, spinti dal desiderio di conoscere meglio Napoli e di esplorarla oltre il centro storico. Alcuni di loro hanno precedentemente partecipato a *slum tour* o visite guidate in altre periferie urbane italiane ed europee. Tra i partecipanti ai tour guidati di Scampia vi sono anche molti studenti universitari, principalmente di architettura, sociologia urbana e geografia, che visitano il quartiere come parte di attività accademiche. Oltre a motivazioni più esplicitamente educative, i principali motivi per visitare Scampia sono la volontà di confrontarsi con la rappresentazione offerta da Gomorra e vedere le Vele con i propri occhi.

Molti turisti, arrivati aspettandosi di vedere scene da film criminale o un quartiere in condizioni di degrado estremo, una volta sul posto si scontrano con un'esperienza che ridimensiona le loro fantasie. La "normalità" delle persone incontrate diventa una parola ricorrente nelle narrazioni post-visita dei turisti. Termini come "rinascita" e "desiderio di cambiamento" vengono spesso utilizzati per descrivere gli abitanti, soprattutto da coloro che durante i tour hanno interagito di più con i membri del terzo settore. Tuttavia, per molti, le Vele continuano a incarnare lo stereotipo di degrado e criminalità. Anche quando esse non vengono mostrate durante i tour, i turisti riferiscono che avrebbero voluto vederle. Quando vengono mostrate, suscitano profonde emozioni nei visitatori e soprattutto, rafforzano nel turista la consapevolezza della propria posizione privilegiata. Osservando le Vele, i turisti sperimentano l'effimerità della vita umana e rafforzano il senso di privilegio di non essere nati poveri.

La sensazione è precisamente quella di soffocare. È una sensazione di disperazione e poi l'idea che si è nati per caso. Essere nati in questo posto significa non avere speranza. Sarà bello tornare a casa nostra stasera (Turista, 14.05.2023).

Mentre il quartiere nel suo complesso viene percepito come più dignitoso e tranquillo di quanto atteso, la visione delle Vele rimane generalmente negativa.

² Per turisti di Scampia si intendono qui coloro hanno partecipato a tour guidati a pagamento da me intervistati. Non si tratta dunque di un campione rappresentativo di tutti i turisti in quanto, come notato durante la ricerca e dall'analisi di alcune recensioni di Trip Advisor, molti visitatori visitano autonomamente il quartiere, e soprattutto le Vele, senza prendere parte a un tour organizzato.

Il quartiere era... totalmente inaspettato... positivo. C'era una forza di riscatto che si poteva sentire. La si sentiva nelle persone, nei luoghi. Le Vele in realtà rimangono brutte. Secondo me è davvero un territorio perso, è un luogo che deve essere distrutto. Perché è l'unico modo per rinascere. [...] Qualcosa che viene distrutto per rinascere (Turista, 14.05.2023).

In sintesi, nonostante gli sforzi per presentare Scampia "oltre le Vele", queste rimangono il punto di riferimento simbolico per la valutazione del quartiere.

4.3. Gli abitanti

Nelle pagine precedenti si è accennato che alcuni organizzatori dei tour sono stati contestati, più o meno velatamente. Dibattiti e conflitti in quartiere intorno al turismo si concentrano principalmente sullo sfruttamento dello stigma di Scampia a fini commerciali. Alcuni residenti e attori locali si oppongono fermamente alla mercificazione dell'immagine negativa del quartiere che avviene tramite il turismo, sostenendo che tale pratica è irrispettosa nei confronti degli abitanti, in particolare quelli delle Vele. Il turismo, secondo loro, non solo perpetua lo stigma, ma è inutile per il miglioramento della zona, in quanto apporta benefici economici solo a pochi eletti, mentre la maggior parte dei residenti rimane emarginata. La metafora dello zoo è spesso usata da chi è contrario:

Portare 50, 60, 100 persone a scopi economici e, soprattutto, senza considerare la dignità di quelle donne e uomini che ci abitano, secondo me, è spregevole. Non possiamo fare un tour delle Vele come se si stesse visitando uno zoo (Attivista e abitante di Scampia, 14.02.2024).

Le guide che decidono di non far visitare direttamente le Vele ai turisti spesso si limitano a mostrarle dall'esterno o a farle vedere brevemente durante il tragitto in auto. Nonostante ciò, queste mega strutture rimangono il simbolo iconico di Scampia e vengono utilizzate nei materiali promozionali e nei loghi di qualsiasi iniziativa legata al quartiere, persino in quei progetti turistici che mirano a liberarlo dalla sua immagine negativa. Tuttavia, sebbene alcuni residenti considerino il turismo un'opportunità per attenuare lo stigma territoriale e normalizzare la presenza di visitatori in una zona a lungo percepita come pericolosa, la posizione predominante è che il turismo sia accettabile solo se contribuisce effettivamente alla rivalutazione dell'immagine di Scampia.

Se la guida turistica conosce la vera storia di Scampia, allora è giusto che venga pagata per un tour guidato. Ma se si limita a raccontare ciò che vede nei film, sono completamente in disaccordo (abitante di Scampia, questionario, 26.04.2024).

I dati riscontrano inoltre una diffusa mancanza di informazione tra gli abitanti riguardo chi siano gli organizzatori di questi tour e questo alimenta un clima di incertezza e sospetto: molti temono che tali operatori siano esterni alla comunità, interessati unicamente a capitalizzare sulla fama di Scampia legata alla serie *Gomorra*, senza una reale comprensione della storia locale e delle dinamiche sociali del quartiere. In questo contesto, gli abitanti delle Vele sono esposti ad una doppia sfida: devono quotidianamente far fronte alle difficoltà di vivere in strutture inabitabili e, al contempo, gestire gli sguardi intrusivi e oggettivanti di turisti e fotografi. Tuttavia, i residenti non restano passivi di fronte a tali sguardi; al contrario, reagiscono in modo diverso, oscillando tra la cooperazione, la resistenza aperta o più velata. Alcuni si mostrano disponibili, aprendo le porte delle loro case o posando per le fotografie, mentre altri criticano apertamente l'invasione di estranei, come accaduto in vari episodi durante la ricerca sul campo, uno dei quali ha coinvolto gruppi di studenti universitari durante un tour organizzato.

Riflessioni conclusive

Il turismo a Scampia resta un fenomeno dibattuto e controverso. Questo evidenzia come, dietro l'apparente omogeneità di un quartiere percepito dall'esterno sia come simbolo di povertà e criminalità, sia come esempio di resistenza e virtuosismo, esista in realtà una Scampia contesa. Secondo Bruner (1993), le destinazioni turistiche sono inevitabilmente luoghi di conflitto, caratterizzati da interpretazioni multiple e spesso contrastanti, modellate dagli interessi e dai valori di attori diversi.

A Scampia, il turismo non è stato lasciato interamente alle dinamiche commerciali esterne. Alcune associazioni del terzo settore hanno cercato di gestire il fenomeno dall'interno, coinvolgendo gli abitanti come guide e promuovendo narrazioni positive. Questo, insieme alle varie proteste di alcuni abitanti, ha arginato l'ondata turistica successiva al successo internazionale di *Gomorra*, limitandone lo sviluppo rispetto ad altre aree marginalizzate del Nord e del Sud globale. Se questo da un lato ha comportato una diminuzione dei conflitti locali, dall'altro ha aperto un dibattito sulla regolamentazione delle professioni turistiche, specialmente tra i lavoratori e le lavoratrici del settore. Nel caso di Scampia, l'essere locali sembra ave-

re maggiore rilevanza rispetto al possesso di una certificazione ufficiale, legittimando alcuni abitanti a trarre profitto dal guidare i turisti. Tuttavia, anche questi ultimi non sono immuni all'accusa di sfruttare le difficoltà del quartiere a scopo di lucro, una critica che continua a emergere sia tra alcuni residenti, alimentando il dibattito e i conflitti.

In conclusione, come evidenziato dalle interviste ai turisti, i tour sembrano contribuire a migliorare l'immagine complessiva di Scampia mentre rafforzano quella negativa legata alle Vele. Alcune guide ne enfatizzano i tratti più spettacolari mentre altre, non riescono del tutto a modificare la percezione stigmatizzante di questi edifici, poiché la narrazione trascende il controllo individuale di chi conduce i tour. Paradossalmente, evitare di mostrare le Vele può aumentarne il fascino, spingendo i turisti a visitarle autonomamente. I residenti a loro volta, si trovano a gestire la doppia difficoltà di vivere in strutture inabitabili e di gestire lo sguardo intrusivo dei turisti, a volte compiacendolo e a volte criticandolo duramente. La morte di tre persone a seguito del crollo di una passerella in una delle Vele ha reso ancora più evidenti tali difficoltà, amplificando negli abitanti la sensazione di essere costantemente osservati, persino nei momenti di maggiore sofferenza.

Ora resta da capire quale sarà il destino dell'ultima Vela rimasta in piedi e in che modo questa trasformazione influenzerà il turismo a Scampia. Come reagiranno gli organizzatori dei tour, gli abitanti e i turisti di fronte a questa nuova fase del quartiere?

Bibliografia

- Altamirano M.E. (2023), *Legitimizing discourses within favela tourism*, «Tourism Geographies», 23, pp. 1712-1729.
- Amato F. (2021), *Periferie Plurali: il Caso di Scampia (Napoli) Oltre gli Stigmi*, «Geography Notebooks», 4 (2), pp. 143-153.
- Andron S. (2018), *Selling streetness as experience: The role of street art tours in branding the creative city*, «The Sociological Review», 66 (5), pp. 1036-1057.
- Broccolini A., Padiglione V. (2017), *Ripensare i margini: l'Ecomuseo Casilino per la periferia di Roma*, Aracne, Roma.
- Brodesco A., Mattiucci C. (2017), *Being There: Le Vele as Characters in Gomorrah*, «Journal of Italian Cinema & Media Studies», 5 (3), pp. 321-332.
- Bruner E.M. (1993), *Lincoln's New Salem as a Contested Site*, «Museum Anthropology», 17 (3), pp. 14-25.
- Boltanski L., Esquerre A. (2017), *Enrichissement*, Gallimard, Paris.
- Cangelli E., Carpenzano O. (2022), *Un museo oltre il GRA*, Rif_Lezioni, Roma.
- Celata F., Romano A. (2022), *Overtourism and online short-term rental platforms in Italian cities*, «Journal Of Sustainable Tourism», 1 (21), pp. 1020-1039.

- Corbillé S. (2009), *Tourisme, diversité enchantée et rapports symboliques dans les quartiers gentrifiés du nord-est de Paris*, «Genèses», 76, pp. 30-51.
- Cousin S., Djament-Tran G., Gravari-Barbas M. (2015), *Contre la métropole créative... tout contre. Les politiques patrimoniales et touristiques de Plaine Commune, Seine-Saint-Denis*, «Métropoles», 17, testo disponibile al sito: <https://journals.openedition.org/metropoles/5171>, data di consultazione: 10/10/2024.
- Crossley E. (2012), *Poor but Happy: Volunteer Tourists' Encounters with Poverty*, «Tourism Geographies», 14 (2), pp. 235-253.
- D'Eramo M. (2017), *Il selfie del mondo. Indagine sull'età del turismo*, Feltrinelli, Milano.
- Dyson P. (2012), *Slum tourism: Representing and interpreting "reality" in Dharavi, Mumbai*, «Tourism Geographies», 14 (2), pp. 254-274.
- Esposito A. (2023a), *Tourism-driven displacement in Naples, Italy*, «Land Use Policy», 134, testo disponibile al sito: www.sciencedirect.com/science/article/pii/S026483772300385X, data di consultazione: 11/10/2024.
- Esposito A. (2023b), *Le case degli altri. La turistificazione del centro di Napoli e le politiche pubbliche al tempo di Airbnb*, Editpress, Firenze.
- Freire-Medeiros B. (2010), *Le tourisme de la pauvreté: étude du cas d'une favela (Rio de Janeiro, Brésil)*, «Mosella 2008», 33 (1-4), pp. 15-26.
- Freire-Medeiros B. (2013), *Touring Poverty*, Routledge, London.
- Frenzel F. (2016), *Slumming it: the Tourist Valorization of Urban Poverty*, Zed, London.
- Frenzel F. (2023), "How Slumming Makes the Slum", in Mayne A. (ed.), *The Oxford Handbook Of the modern slum*, Oxford University Press, New York,, pp. 224-243.
- Frenzel F., Koens K., Steinbrink M., Rogerson C. (2015), *Slum Tourism: state of the art*, «Tourism Review International», 18, pp. 237-252.
- Gravari-Barbas M. (2017), *Tourisme de marges, marges du tourisme. Lieux ordinaires et «no-go zones» à l'épreuve du tourisme*, «Bulletin de l'association de géographes français», 94 (3), pp. 400-418.
- Gravari-Barbas M., Delaplace M. (2015), *Le tourisme urbain «hors des sentiers battus»*, «Teoros. Revue de recherche on tourism», 34, pp. 1-2.
- Hascoët Y., Lefort I. (2015), *Au détour des barres et des tours*, «Téoros», 34, pp. 1-2.
- Iandolo S. (2021), *Esperire l'alterità. Migrantour tra turismo e riqualificazione. Riflessioni a partire da un'etnografia delle passeggiate interculturali di Porta Palazzo a Torino*, «Antropologia Pubblica», 7 (1), pp. 203-214.
- Iandolo S., Raccanelli L. (2025), "Sopra i muri di periferia. Rigenerazione artistica e turismo della street art a Ponticelli (Napoli) e Corvetto (Milano)", in Cocco E., Montanari F. (a cura di), *Le immagini della città*, Il Sileno, Cosenza.
- King R., Dovey K. (2012), "Reading the Bangkok Slum", in Frenzel F., Koens K., Steinbrink M. (eds.), *Slum tourism: Poverty, power and ethics*, Routledge, New York, pp. 159-172.
- Koven S. (2004), *Slumming: Sexual and social politics in Victorian London*, Princeton University Press, Princeton.

- Kusenbach M. (2003), *The go-along as ethnographic research tool*, «Ethnography», 4 (3), pp. 455-485.
- Maitland R., Newman P. (2009), *World Tourism Cities, Developing Tourism Off the Beaten Track*, Routledge, New York.
- Marelli C.M. (2012), *Lo Spazio dei Problemi. Processi Di Spazializzazione dei Problemi Sociali: il Caso di Scampia*, Università degli Studi di Sassari (tesi di dottorato).
- Marelli C.M. (2019), *The commodification of territorial stigma: How local actors can cope with their stigma*, «Urban Research & Practice», 4 (3), pp. 243-263.
- Meschkank J. (2012), “Negotiating Poverty. The interplay between Dharavi’s production and consumption as a tourist destination”, in Frenzel F., Koens K. (eds.), *Slum Tourism. Poverty, Power and Ethics*, Routledge, New York.
- Neilson J. (2016), *Urban Ethnic Tourism: an overview of current research and framework for Application*, «E.polis», 8, pp. 43-63.
- Privitera D. (2018), *Investigations Into Slum Tourism: Exploring a Case Study*, «International Journal of Tourism and Hospitality Management in the Digital Age», 2 (2), pp. 17-36.
- Rabbiosi C. (2016), *Il turismo partecipativo a Milano. Un’analisi critica di due iniziative*, «Tourism Review», 9, testo disponibile al sito: <https://journals.openedition.org/viatourism/300>, data di consultazione: 10/10/2025.
- Raposo O.R. (2022), *Street Art Commodification and (An)aesthetic Policies on the Outskirts of Lisbon*, «Journal of Contemporary Ethnography», 52 (2), pp. 163-191.
- Rath J. (2007), *The transformation of Ethnic Neighborhoods into Places of Leisure and Consumption*, «Working paper, Center for Comparative Immigration Studies», 144, testo disponibile al sito: https://ccis.ucsd.edu/_files/wp144.pdf, data di consultazione: 10/10/2025.
- Robinson M. (2012), “Preface”, in Frenzel F., Koen K. (eds.), *Slum tourism: Poverty, Power and Ethics*, Routledge, New York.
- Rogerson C.M. (2004), *Urban tourism and small tourism enterprise development in Johannesburg: the case of township tourism*, «GeoJournal», 60 (1), pp. 249-257.
- Rolfes M. (2010), *Poverty tourism: theoretical reflections and empirical findings regarding an extraordinary form of tourism*, «GeoJournal», 75 (5), pp. 421-442.
- Rossi U. (2023), “Il centro storico di Napoli e il valore urbano conteso: turisticazione, beni comuni, imprenditorialità urbana”, in Varotto M., Rabbiosi C., Cisani M. (a cura di), *Oggetti, meri, beni. L'impronta materiale del movimento nello spazio. XXXIII Congresso Geografico Italiano*, Libreria Editrice Università di Padova, Padova, pp. 49-54.
- Rossi U., Vanolo A. (2010), *Geografia politica urbana*, Laterza, Roma-Bari.
- Russo A., Salerno G. (2020), *Venice as a short-term city. Between global trends and local lock-ins*, «Journal of Sustainable Tourism», 30 (5), pp. 1040-1059.
- Seaton T. (2012), “Waiting to live with common people...? The literary evolution of slumming”, in Frenzel F., Koens K. (eds.), *Slum Tourism. Poverty, Power And Ethics*, Routledge, New York.

- Semi G. (2004), *Il quartiere che (si) distingue: un caso di gentrificazione a Torino*, «Studi Culturali», 1 (1), pp. 83-107.
- Shang Y., Li F.S., Ma J. (2022), *Tourist gaze upon a slum tourism destination: A case study of Dharavi, India*, «Journal of Hospitality and Tourism Management», 52, pp. 478-486.
- Steinbrink M. (2012), *We did the slum! Urban poverty tourism in historical perspective*, «Tourism Geography», 12 (2), pp. 19-40.
- United Nations (2003), *The challenge of slums. Global report on human settlements*, United Nations, Sterling and Earthscan Publications, London.
- United Nations (2020), *World Cities Report 2020. The Value of Sustainable Urbanization*, Sterling and Earthscan Publications, London.
- Vaccari F. (2011), “Quartieri etnici e turismo urbano”, in Marra E., Ruspini E. (a cura di), *Altri turismi crescono. In Turismi aoutdoor e turismi urbani*, FrancoAngeli, Milano.
- Wacquant L. (2007), *Territorial Stigmatization in The Age of Advanced Marginality*, «Thesis Eleven», 91, pp. 66-77.
- Wattanawanyoo K. (2012), “Povert tourism as advocacy: a case in Bangkok”, in Frenzel F., Koens K., Steinbrink M. (eds.), *Slum tourism: Poverty, Power and Ethics*, Routledge, New York.