

**Lonely Planet.** Il fondatore delle guide più famose del mondo ha venduto la sua azienda e ora affida alle stampe una raccolta di riflessioni e aneddoti

# Tony Wheeler, il viaggio della mia vita

Claudio Vicentin

**T**ony Wheeler è stato il più importante viaggiatore di questo nostro tempo. La sua avventura umana e professionale iniziò nel 1972, quando insieme alla moglie Maureen intraprese un lungo viaggio di un anno da Londra all'Australia per la via di terra attraverso l'Asia, lungo la celebre «Rotta hippy» (Turchia, Iran, Afghanistan, Pakistan, India e Nepal). Da quell'esperienza nacque la prima guida Lonely Planet, *Across Asia on the Cheap* (1973). Oggi Lonely Planet è la più importante casa editrice di guide al mondo (ma il settore sta cambiando molto rapidamente per effetto delle nuove tecnologie), con sede in Australia, a Melbourne. Nel frattempo il viaggio indipendente, zaino in spalla (*backpacker*), un tempo prerogativa di pochi ribelli, è diventato una parte essenziale dell'economia globale del turismo.

Da qualche anno Tony Wheeler ha venduto la sua azienda ma ha continuato a viaggiare per larga parte dell'anno, privilegiando Paesi regolarmente migliori della loro cattiva reputazione (*Bad Lands, Dark Lands*). Inevitabilmente è giunto al tempo dei bilanci. Il suo ultimo libro

«*Perché viaggiamo*» ricerca il senso del cammino compiuto, per sé stesso prima ancora che per gli altri.

È diviso in brevi capitoli raccolti intorno a una parola. I primi (bellezza, perdersi, compagni di viaggio, avventura...) sono tutto sommato occasioni per piacevoli aneddoti raccolti in anni di viaggio da chi è stato dappertutto. Un esempio? Sul confine tra le due Coree sorge una baracca con due porte, distanti tra loro non più di una decina di metri. Se però si esce dalla porta nord e si vuol rientrare dalla porta sud bisogna percorrere 120 chilometri via terra fino a Pyongyang, poi altri 800 chilometri in treno fino a Pechino, quindi altri 950 chilometri in aereo fino a Seul, infine 60 chilometri in autobus fino alla porta sud... Quasi 2000 chilometri per andare da una porta all'altra della stessa stanza.

Poi si arriva alla resa dei conti. Gli ultimi capitoli (danni, denaro, capire) esplorano il lato oscuro del turismo contemporaneo. Cosa è rimasto della passione per la guida coltivata da una generazione inevitabilmente ottimista? Wheeler difende le ragioni per partire («Certo il viaggio ha dei lati negativi... ma io sono fermamente convinto che nel complesso

**Da Londra all'Australia** Il primo lungo viaggio di Maureen e Tony Wheeler è stato nel 1972 lungo la celebre «Rotta Hippyy»



gli effetti siano positivi») e l'importanza di vedere le cose di prima mano, per esempio in Africa («Un conto è leggere di nazioni africane in bancarotta rovinate da governanti cleptocratici con manie di *grandeur*, tutt'altra cosa è starsene sul marciapiede a mangiare la polvere mentre un corteo di Mercedes vi sfila davanti in formazione serrata»).

Il viaggio resta un atto vitale, un gesto di apertura e di fiducia («I nostri meschini pregiudizi e le certezze vengono lasciati a casa, come gli abiti che non siamo riusciti a stappare nel bagaglio già sovraccarico») ma Wheeler resta comunque all'interno di un quadro di riferimento consueto. Il turismo invece sembra entrato in una nuova fase del suo sviluppo. È sempre più veloce, massiccio, invasivo, è un turismo al

quadrato; si parla ormai di iperturismo (*Overtourism*). Il primo impulso al cambiamento è venuto dalle compagnie *low cost*. Il viaggio aereo è diventato più facile ed economico e la durata media del soggiorno si è accorciata. I lunghi viaggi via terra prediletti da Wheeler vengono sostituiti da numerosi *city break* di pochi giorni nelle principali città europee. Si parte anche senza una ra-

gione: «Perché no?» è stato un recente slogan di EasyJet.

Ma soprattutto le nuove tecnologie stanno spingendo il turismo verso una crescita senza freni. Piattaforme come Airbnb mettono in collegamento domanda e offerta con una facilità mai sperimentata prima. Al tempo stesso però, dopo aver ritagliato una buona fetta dei profitti, questi intermediari non si fanno carico delle conseguenze delle loro azioni, per esempio quando il prezzo delle case sale e in interi quartieri i proprietari espellono gli inquilini in favore dei più redditizi affitti turistici. Il turismo si impadronisce dei luoghi scacciando residenti, botteghe di quartiere e servizi. Se Venezia si è arresa e si accontenterebbe di qualche segno di rispetto, come l'allontanamento delle gigantesche na-

vi da crociera, a Barcellona e Amsterdam (ma sono solo due esempi) è guerra aperta all'iperturismo. Soprattutto Barcellona è un simbolo dei tempi nuovi: un milione e mezzo di abitanti, trenta milioni di turisti all'anno (rispetto ai soli due milioni negli anni Novanta). Dopo essere stata assai lodata e imitata, ora la città catalana lotta per fermare una macchina senza freni.

Ancora più impressionanti sono le gigantesche navi da crociera di ultima generazione. Con le sue quarantaseimila tonnellate di stazza il celebre «Titanic» nulla può contro le oltre duecentomila tonnellate della più grande nave da crociera al mondo, «Symphony of the Seas» di Royal Caribbean. È un'autentica città galleggiante, con quasi settemila passeggeri: una perfetta combinazione tra un villaggio turistico, un centro commerciale e un parco a tema. Addio esperienze, vita di mare, sbarchi nei porti. Soprattutto addio viaggio, trasformato in un puro atto di consumo. E addio ambiente: le circa duecento navi da crociera dislocate nei nostri mari emettono dieci volte più ossido di zolfo dell'intero parco automobilistico europeo, coi suoi 260 milioni di veicoli (Fonte: Transport & Environment). Il turismo, nonostante il suo aspetto svagato e leggero, inquinava parecchio e contribuiva al riscaldamento globale.

Non si tratta di rivisitare lo snobismo dei viaggiatori dei tempi andati, alle prese coi primi turisti. Semmai di riflettere sul ruolo che ciascuno di noi ha avuto in questo percorso, incluso Lonely Planet. I viaggiatori indipendenti sono più responsabili e sostenibili del turista di massa, si capisce, ma i luoghi tremoti esercitano su di loro un'attrazione magnetica. E le loro scoperte presto diventano mete turistiche sfruttate dal Tour Operator. Come ha scritto Alex Garland in *L'ultima spiaggia*, «Non c'è modo di restare fuori dalle Lonely Planet e, una volta che è successo, comincia il conto alla rovescia per il Giudizio universale».

**PERCHÉ VIAGGIAMO.** IN DIFESA DI UN ATTO VITALE Tony Wheeler EDT, Torino, pagg. 119, € 10

L'INNO DI WALT WHITMAN ALLA BELLEZZA VIRILE



**Amore omosessuale** Tredici articoli scritti sotto pseudonimo da Walt Whitman dal 1858, emersi dall'oblio nel 2016, trattano di bellezza virile, memorie sportive o meglio «consigli saltuari per una sana e robusta costituzione». Sono tradotti sotto il titolo *Sport per uomini* (Elios Edizioni, introduzione di Zachary Turpin, pagg. 160, € 16,50). Un inno al corpo maschile, nato mentre l'autore preparava la terza edizione di *Foglie d'erba* (che conterrà le poesie di Calamus, primo storico lessico dell'amore omosessuale)

**Il turismo è entrato in una nuova fase, è sempre più veloce, massiccio e invasivo**

# ROY LICHTENSTEIN

## MULTIPLE VISIONS

1 - Maggio  
8 - Settembre



**MUDEC**  
MUSEO DELLE CULTURE  
MILANO  
VIA TORTONA 56  
PORTA GENOVA  
INFO E PREVENDETTA  
02.54917  
MUDEC.IT



Comune di Milano

24 ORE CULTURA

GRUPPO 24 ORE

ideazione

MADENARY

sponsor museo

Fondazione  
Deloitte.

ufficiale car

KOELLIKER

coffee partner



birra ufficiale



hospitality partner



con il supporto di



con il sostegno di



travel partner



sponsor tecnici

