

## Call for paper

### Gli spazi turistici tra teorie e pratiche

*Convegno internazionale  
Università di Palermo, 7-8-9 luglio 2011*

Questo convegno rappresenta la seconda fase di una riflessione congiunta condotta da antropologi, geografi e semiotici, sulle teorie e pratiche del turismo. Nel primo convegno (*A chi appartiene il turismo? I saperi del turismo tra pratiche e strumenti di analisi*), avevamo posto l'accento sulla costituzione disciplinare del turismo stesso e sulle teorie e pratiche concrete che lo caratterizzano nelle rispettive declinazioni offerte da discipline diverse. Insieme ai partecipanti al convegno intendiamo adesso, in questo secondo convegno, interrogarci sulle modalità secondo cui è possibile vivere, analizzare e interpretare gli spazi del turismo. In questa direzione, gli interventi non solo di antropologi e geografi ma anche di specialisti di altre discipline (semiotici, linguisti, sociologi, filosofi, critici della cultura, teorici della letteratura, etc.) sono particolarmente auspicabili per interrogarsi sui punti di vista diversi (divergenti o convergenti) utilizzati al fine di comprendere il fenomeno turistico a partire dalla focalizzazione sullo spazio. Il principio essenziale al quale intendiamo aderire è fondato su una precisa concezione semio-antropologica dello spazio. Oltre che concetto a cui pensare in astratto, lo spazio si costituisce nella nostra prospettiva come vero e proprio elemento attivo di modellizzazione della cultura: non tanto quindi come sorta di recipiente all'interno del quale si svolgono le azioni umane, ma tratto significativo che contribuisce a ritagliare le azioni umane e a conferire loro senso all'interno di una collettività. In questo direzione, la riflessione sugli spazi del turismo assume un ruolo particolarmente determinante per molte discipline e per la definizione di cultura in un mondo odierno sempre più globalizzato. Se il turismo può essere infatti inteso come un'attività straordinaria che si oppone alla normale vita ordinaria, è anche vero che il turista è più specificamente colui il quale si definisce in rapporto agli spazi che 'sceglie' di abitare in permanenza o di visitare occasionalmente e per svago. Il viaggio e il soggiorno nei luoghi turistici si oppongono usualmente ai luoghi di residenza e questa opposizione ritaglia le azioni concrete che su questi spazi si possono svolgere, nonché i ruoli dei singoli individui e le forme di interazione concesse o interdette. La riflessione interdisciplinare sullo spazio in ambito turistico può dunque essere rivelatrice delle modalità secondo cui l'uomo si riferisce al mondo e interagisce con gli altri uomini. Inoltre, a tal fine, non è irrilevante ribadire che la dimensione spaziale del viaggio è spesso anticipata da un universo altrettanto significativo: quello della fantasia e del sogno attivati dai film, dalla televisione, dalle pubblicità, dalla letteratura. A torto o a ragione, soggetti al tirannico traffico mediatico o al libero flusso artistico-letterario, siamo comunque catturati dall'immaginario dell'alterità sovente realizzato attraverso le immagini di luoghi concepiti per rappresentare un altrove costruito espressamente per indurci a viaggiare. Quale ruolo giocano effettivamente queste immagini nella nostra vita e nella selezione dei principi di identità e di alterità che ci costituiscono? Prima ancora di uno sguardo da turisti 'situati sul posto', siamo già 'dotati semioticamente' di un punto di vista sull' 'essere altrove', da qualche parte nel mondo, in un luogo concepito per il divertimento e la distensione. Se, da una parte, è quindi necessario interrogarsi sui fondamenti positivamente antropologici dell'immaginario turistico (in particolare quello più legato alla dimensione spazio-temporale), è altrettanto opportuno, dall'altra, interpellare senza ingenuità le forme di alterità appositamente costruite che gli addetti del settore propongono al turista. Si tratta dunque non solo di vedere in che modo si imposta il rapporto tra spazio e uomo in termini economici, ma anche di osservare lo spazio in quanto 'oggetto di valore' dotato (o da dotare) di attrattività. Quali elementi rappresentano meglio questi valori per il turista? E quali elementi semio-antropologici sono meglio atti a catturare i suoi sogni e le sue fantasie? Quali forme spaziali si impongono come

percorsi obbligati (o liberi) del turismo? In che modo si configura la fruizione del sito da parte del turista? Secondo quali forme il turismo si rivela utile alla promozione dello sviluppo di un territorio? Il territorio turistico si differenzia da altri territori e immaginari? Fino a che punto uno spazio può ritagliarsi come territorio convenientemente turistico rispetto ad altri? La natura simbolica, a volte fors'anche costruita, dello spazio turistico non deve far dimenticare le simmetrie politiche territoriali dello sviluppo locale e internazionale. Che ruolo svolgono le politiche di conservazione, di gestione e di sviluppo del territorio? Per concludere, si può riaffermare il fatto che ogni spazio è (o può diventare) oggetto dello sguardo turistico: gli spazi balneari e lacustri, i villaggi-vacanze, le aree rurali e le città, le isole e gli arcipelaghi, gli spazi vissuti e gli spazi immaginati, i deserti e le catene montuose, i centri storici e le periferie cittadine. Ciò che conta è anche il modo di affrontare le questioni. Ad esempio, quali sono gli strumenti teorici che consentono di meglio focalizzare sugli spazi turistici in quanto territori semiotici e antropologici? Quali discipline sono meglio preposte alla progettazione dello sviluppo di questi spazi? Per rispondere a queste domande, i partecipanti potranno presentare singole analisi al fine di chiarire i principi utilizzati nell'analisi stessa e/o riflettere su problemi più teorici per mettere in risalto una o più prospettive concernenti gli spazi del turismo. Le questioni sulle quali i partecipanti potranno interrogarsi sono molteplici. Ne sintetizziamo alcune, tra le tante possibili, che si possono immaginare come pertinenti per il convegno: spazi del turista e spazi dell'interazione; spazi e non luoghi; spazi turistici e comunicazione/significazione; spazi e saperi del turista; ritualità del turista e spazialità; spazi turistici e alterità; turismo e reinvenzione degli spazi; dallo spazio turistico al testo scritto o visuale; spazi del turismo e nomadismi; spazi e attrattività turistica; centri commerciali come spazi di potenzialità turistica; progettazione dell'ospitalità e spazi turistici; spazi turistici e corpo/emozioni; turismo e spazio dell'attesa/spazio dell'azione; nuovi spazi del turismo; ricerca dell'autenticità e spazializzazione; naturalità e culturalità degli spazi turistici; parchi naturali: spazi selvaggi o culturalizzati?; etc.

### **Organizzazione:**

Dipartimento di Beni Culturali, Storico-Archeologici, Socio-Antropologici e Geografici  
Viale delle Scienze, 90128, Palermo

### **Invio delle proposte e altre informazioni:**

Stefano Montes ([montes.stefano@tiscalinet.it](mailto:montes.stefano@tiscalinet.it))

### **Informazioni pratiche:**

Data limite di invio delle proposte di comunicazione: 10 giugno 2011

Riassunto della proposta e titolo: 250-300 parole

Durata delle comunicazioni durante il convegno: 30 minuti

Lingue di lavoro del convegno: italiano, francese e inglese

La partecipazione al convegno è gratuita. Spese di viaggio, alloggio e vitto sono a carico dei partecipanti

Gli atti del convegno saranno pubblicati