

PANEL N. 2

IL TURISMO: STILI DI VITA CONTEMPORANEI, EMOZIONI E SVILUPPO LOCALE SOSTENIBILE

Descrizione del panel

Il turismo è stato studiato sovente come un comportamento di consumo spazialmente astratto. L'attenzione era infatti focalizzata sulla domanda e sull'offerta di turismo e, nella gran parte dei casi, lo spazio era al più considerato come lo scenario in cui si collocavano i comportamenti di consumo, oppure il luogo da cui si partiva e a cui si ritornava alla fine del tour, oppure la sede di imprese turistiche.

Negli ultimi anni si è presa maggiore coscienza delle dimensioni spaziali del turismo. Sia quelle ambientali, con il nascere e consolidarsi di un filone di studi sul turismo sostenibile e, più recentemente, con le riflessioni su turismo e biodiversità e cambiamento climatico nell'Antropocene. Sia quelle sociali, con il consolidarsi di un filone di studi sul turismo come fattore di sviluppo locale, dove è presente una presa di coscienza dell'importanza, a livello territoriale, della *governance* e della pianificazione strategica del turismo.

Anche il mercato ha scoperto l'importanza di queste dimensioni e se ne è appropriato, sviluppando ad esempio i temi delle emozioni, della narrazione e simili, legati ai singoli luoghi ed agli stili di vita contemporanei.

Abstract

1. Luigi Caramiello (Università Napoli "Federico II", luigicaramiello@libero.it)

L'isola dell'immaginario. Il cinema e lo sviluppo turistico dell'isola di Ischia

Abstract

L'antica Pithecusa, forse il primo insediamento greco nell'Italia meridionale, con un enorme retroterra "mitico", possedeva da tempo immemorabile un fascino e un potere di attrazione. Sono numerosi i poeti, gli artisti, che l'hanno amata, non solo come tappa del Gran Tour, e variamente ricordata nelle loro opere. Eppure, l'isola, fino a un'epoca abbastanza recente non era ancora riuscita a uscire da una difficile condizione di arretratezza, che costringeva i suoi abitanti a un'esistenza povera e disagiata. Ma a partire dagli anni '30 l'isola verde viene scoperta dal cinema, diviene location di elezione per alcune pellicole di grande popolarità. A partire da quel momento si attiva un meccanismo di cambiamento, che investe il territorio locale e il modo di essere degli isolani. L'arrivo sull'isola, praticamente in pianta stabile, di figure del calibro di Luchino Visconti e Angelo Rizzoli segnano uno spartiacque. Il primo si impegna a esaltarne la poetica della sua selvatichezza, il secondo mette in moto, concretamente, i dispositivi essenziali di un tipico processo di modernizzazione. Il cinema attira sull'isola grandi star e grandi produzioni. Non si tratta solo di capolavori, anche il cinema di cassetta vede nell'isola una location adatta e conveniente. L'economia povera dell'isola vede trasformarsi i suoi umili operatori in imprenditori. Un processo sinergico di evoluzione sistemica, a partire dagli anni '60, vede l'affermazione, non priva di contraddizioni, beninteso, dell'isola quale importante distretto turistico internazionale.

2. Fabio Corbisiero (Università di Napoli “Federico II”, fabio.corbisiero@unina.it), Ilaria Marotta (Università di Napoli “Federico II”, ilaria.marotta@unina.it)

Alla scoperta del loisir sostenibile: la fruizione turistica del Parco Nazionale del Vesuvio

Abstract

Negli ultimi anni si è approdati ad una definizione di turismo maggiormente complessa e pluridimensionale rispetto a quella che tradizionalmente si basava sulla fruizione di spazi astratti. Il parco naturale, in quanto oggetto turistico, rappresenta una (relativa) novità del turismo contemporaneo, baricentro del concetto di turismo sostenibile. A partire da queste considerazioni, il contributo mira a presentare i dati di un'indagine di tipo survey sulla fruizione del Parco Nazionale del Vesuvio. Un'area tanto affascinante quanto problematica del turismo italiano. Oltre a descriverne i punti critici, il contributo mette in evidenza i possibili indicatori per la definizione della qualità del turismo sostenibile e della capacità di carico turistico sociale nell'area indagata.

3. Paolo Corvo (Università Scienze Gastronomiche Bra-Pollenzo, p.corvo@unisg.it)

Il turismo enogastronomico tra emozioni e sviluppo sostenibile

Abstract

Il turismo enogastronomico è una tipologia di viaggio facilmente integrabile con altre forme di esperienza turistica, come le greenway, gli agriturismi, i parchi letterari. In particolare si intreccia con la recente riscoperta del turismo rurale sostenibile. La dimensione qualitativa del fenomeno è assai articolata, perché accanto a numerose esperienze sicuramente positive, che si possono annoverare come buone pratiche a livello internazionale, si registrano realtà più problematiche. Manca in questi casi la sottolineatura di un messaggio territoriale, che evidenzii il legame tra leisure, produzione agroalimentare e terroir, per cui il prodotto perde identità e rilevanza. Non sempre le aziende agricole sanno accogliere in modo adeguato i turisti, organizzando al meglio la visita e il momento della degustazione, che generalmente preludono all'acquisto ma che possono anche prescindere da una logica meramente consumistica, privilegiando gli aspetti emozionali ed esperienziali.

4. Paola de Salvo (Università Perugia, paola.desalvo@unipg.it)

Il tratto ferroviario Spoleto-Norcia: esempio di sviluppo turistico sostenibile”

Abstract

Il percorso ferroviario della Spoleto-Norcia si snoda lungo la valle del fiume Nera, ed è perfettamente integrato con il paesaggio circostante. Questo sistema di trasporto è stato utilizzato dal 1926 al 1968, quando è stato dismesso. Dopo un lungo periodo di decadenza, nel 2001, il percorso è stato definito storicamente e culturalmente interessante, ed è diventato oggetto di un nuovo piano di rilancio promosso dal governo locale umbro, al fine di realizzare un luogo di interesse turistico sostenibile legato ad un piano di mobilità lenta che coinvolge molti degli ex edifici presenti lungo il percorso adibiti ora a nuove funzioni turistiche. Il progetto di rivalorizzazione e rifunzionalizzazione del tratto ferroviario rappresenta un buon esempio di promozione del territorio unito alla volontà di tutela e valorizzazione del paesaggio e dell'ambiente locale, nonché alla possibilità di offrire nuove opportunità lavorative. Questo lavoro si propone di esaminare come il progetto di riutilizzo della ferrovia Spoleto-Norcia possa essere un esempio di una strategia di sviluppo territoriale che costruisce legami culturali, ecologici e imprenditoriali, integrando le necessità di tutela con le esigenze di uno sviluppo sostenibile.

5. Silvia Mugnano (Università di Milano Bicocca, silvia.mugnano@unimib.it), Nunzia Borrelli (Università di Milano Bicocca, nunzia.borrelli@unimib.it)

I costi sociali dell'economia notturna: le risposte istituzionali di Milano ai problemi del littering

Abstract

Il *littering* è un crescente malcostume che vede piccoli rifiuti gettati o abbandonati nelle aree pubbliche, invece che contenitori preposti. Il crescente sviluppo dell'economia notturna di molte città europee sembra avere accentuato il fenomeno del *littering*. Molti quartieri creativi (in Italia il quartiere Navigli a Milano o San Salvario a Torino, nel contesto Europeo Barceloneta a Barcellona) sono infatti diventati centri nevralgici dell'economia notturna creando forti conflitti tra i residenti (spesso ex-gentrifiers) e i nuovi consumatori. Il lavoro presenta i risultati di una ricerca condotta a Milano nel quartiere delle Colonne di San Lorenzo ed ha avuto l'obiettivo di individuare i profili dei comportamenti dei consumatori, l'entità del *littering* prodotto ed infine le risposte che le istituzioni hanno implementato.

6. Maria Giovanna Onorati (Università Valle d'Aosta, m.onorati@univda.it), Paolo Giardullo (Università Valle d'Aosta, paologiardullo@gmail.com)

Turismo esperienziale e Web 2.0: una proxy per il cambiamento territoriale? Il caso della Valle d'Aosta

Abstract

Il turismo nel corso dell'ultimo decennio ha visto un'umentata importanza dei così detti "follow-up" del viaggio. Pareri e giudizi di altri turisti acquistano rilevanza nella narrazione dei territori visitati influenzando, verosimilmente attraverso il passa-parola, la scelta della destinazione. Il web 2.0 ha contribuito enormemente ad amplificare questo fenomeno attraverso dinamiche che rilanciano la componente soggettiva dell'esperienza. Attraverso un'esplorazione della piattaforma TripAdvisor si ricostruirà la narrazione di un'area alpina quale la Valle d'Aosta alla ricerca del ri-orientamento dell'offerta turistica territoriale da un modello d'attrazione passivo, prevalentemente imperniato sulle seconde case e sull'alta montagna, verso un'offerta variegata in continuità con altri settori trainanti dell'economia di montagna, quali agricoltura, artigianato, servizi e patrimonio culturale/museale.

7. Marco Sbardella (Università Firenze, marco.sbardella@unifi.it), Ilaria Marchionne (Università Firenze, ilaria.marchionne@unifi.it)

La comunicazione generativa come modello per la sostenibilità: il caso San Casciano Smart Place

Abstract

San Casciano Smart Place è un progetto del Communication Strategies Lab dell'Università di Firenze, sviluppato con il Comune di San Casciano in Val di Pesa e la Regione Toscana. Grazie all'applicazione della metodologia generativa (Toschi 2011) viene proposta un'innovativa sperimentazione di promozione del patrimonio storico-culturale del territorio, prendendo il via dalle celebrazioni del 2013 per il Cinquecentenario dalla scrittura del Principe di Machiavelli. Il progetto ha l'obiettivo di offrire ai visitatori modalità innovative e coinvolgenti di fruizione del territorio attraverso anche un'app che sfrutta la Realtà Aumentata e il *digital storytelling*. Altro aspetto rilevante è quello che riguarda il coinvolgimento della comunità locale nella definizione e nella scrittura dei contenuti.

8. Serenella Stasi (Università di Roma “Tor Vergata”, serenella.stasi@libero.it), Liliana Luciani (Veterinaria, liliana.luciani@gmail.com), Sabrina Spagnuolo (Federperiti-Confedertecnica, spagnuolo.sabrina3@gmail.com)

Animali e turismo sostenibile tra moda e falsa sostenibilità. Analisi della sostenibilità dei tour attraverso l'analisi automatica dei dati testuali

Abstract

L'ecoturismo nasce come «reazione critica al carattere di massa del turismo contemporaneo senza tuttavia costituirsi come fenomeno elitario» (Fulvio Beato). Oggi questo stile di viaggio è stato adottato dal mercato e pubblicizzato dai mass media, portando ad un aumento della pressione antropica su habitat di diverse specie animali di cui spesso mancano dati ad esempio sull'ecosistema sotterraneo. Nel contributo verrà studiato l'impatto e le diverse sostenibilità dell'ecoturismo attraverso l'analisi automatica dei dati testuali (AADT) di riviste di settore interpretate attraverso un approccio multidisciplinare (sociologia, veterinaria). Attraverso i social network si analizzeranno con l'AADT le narrazioni, emozioni del turista e le connessioni di queste con media e mercato.

9. Antonella Perri (Università della Calabria, antonellaperri@unical.it)

La mobilità turistico-residenziale. Forme di neo-nomadismo nell'era della globalizzazione

Abstract

La cultura globale che oggi impregna tutti i settori della società appare essere il risultato delle continue trasformazioni generate dalla mobilità territoriale, dove il “viaggio” rappresenta il fattore centrale nella spinta al cambiamento della società, della storia umana e della cultura, una forza che trasforma le personalità individuali, le mentalità, i rapporti sociali. Ed è proprio della mobilità territoriale di tipo turistico che qui ci occuperemo, ma non della mobilità turistica in generale, ma di quella che chiameremo “mobilità turistico-residenziale”, come forma particolare, socialmente assai rilevante e contestualmente poco studiata, di neo-nomadismo contemporaneo, e che genera un fenomeno sociale assai rilevante in letteratura noto con l'espressione “turismo residenziale”.

10. Maria Cristina Martinengo, Dipartimento ESOMAS, Università di Torino, mariacristina.martinengo@unito.it, Monica Gilli, Dipartimento ESOMAS, Università di Torino, monica.gilli@unito.it

Cucina tipica e dimensione urbana: il caso torinese di “7 alle 7”

Abstract

Una delle nuove risorse del turismo odierno è costituita dall'offerta enogastronomica che è ormai passata da una posizione secondaria di semplice ‘servizio alla vacanza’ a offerta in grado di caratterizzare l'intera vacanza e costituire talvolta la finalità principale. Il nostro lavoro indaga l'offerta enogastronomica tipica di alcuni ristoranti del centro di Torino che, nel 2015, hanno aderito all'iniziativa “sette alle sette” che offriva in orario preserale 7 antipasti tipici piemontesi accompagnati da un calice di vino della provincia di Torino.

Il monitoraggio è stato svolto su alcuni di questi ristoranti attraverso la modalità di ricerca del *mystery tour* in cui si è voluto rilevare la coerenza del menù offerto con le reali tradizioni enogastronomiche piemontesi, le modalità di presentazione e narrazione delle pietanze e dei vini proposti e la disponibilità da parte del ristoratore a fornire informazioni o curiosità relative ad uno dei piatti consumati. Il paper riporta i principali risultati raggiunti.

