



# **UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI CATANIA**

DIPARTIMENTO DI ECONOMIA E METODI QUANTITATIVI

FACOLTÀ DI ECONOMIA

## **CONVEGNO DI STUDI** *Percorsi creativi di turismo urbano*

*Catania 22-24 settembre 2011*

*Aula Magna Rettorato*

*Piazza dell'Università, 2*

*Aula Magna Facoltà di Economia Corso Italia, 55*

*Vecchia Dogana - Porto di Catania*

## PROGRAMMA PROVVISORIO

### 22 Settembre 2011

h.9:00 - Aula Magna Palazzo Centrale dell'Università degli Studi di Catania

Apertura dei lavori

h.10:00

I SESSIONE: **Beni culturali e turismo: una relazione scontata?**

h.12:00

Spazio Idee

h.13:30 Buffet

h.15:00 - Aula Magna Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Catania (C.so Italia, 55)

II SESSIONE: **Le Archistar e la forza attrattiva dell'architettura contemporanea**

III SESSIONE: **Nuove pratiche di consumo e spazi urbani**

h.18:30 Spazio Idee:

h.21:00 Cena Sociale (Vecchia Dogana - Porto di Catania)

### 23 Settembre 2011

h. 9:00 - Vecchia Dogana - Porto di Catania

IV SESSIONE: **Gli itinerari di celluloidi promotori di identità urbane**

V SESSIONE: **I *foodies*. Turisti per gusto nella città multietnica**

h. 12:00

Spazio Idee

h.13:30 - Saluti ed aperitivo di chiusura

h. 15:30 Visita Guidata Centro Storico di Catania e Musei

### 24 Settembre 2011

h. 8:00 - Escursione: Aidone- Morgantina

Sicily Outlet - Agira

Rientro ore 17 (sono previste soste all'aeroporto ed alla stazione di Catania)

**I luoghi del Convegno:**

Aula Magna Rettorato, piazza dell'Università, 2

Aula Magna Facoltà di Economia, Corso Italia 55

Vecchia Dogana, Porto di Catania

**Comitato Scientifico**

Caterina Cirelli - Università degli Studi di Catania

Girolamo Cusimano - Università degli Studi di Palermo

Elena Di Blasi - Università degli Studi di Messina

**Comitato Organizzatore**

Caterina Cirelli, Maurizio Giannone, Leonardo Mercatanti, Enrico Nicosia, Carmelo Maria Porto

**Segreteria organizzativa**

Alessandro Arangio, Teresa Chiara Pulvirenti, Ettore Vagliasindi.

**Addetto stampa e comunicazione**

Teresa Graziano

**Web master**

Leonardo Mercatanti

**Sito web**

[www.territorioecommerce.it](http://www.territorioecommerce.it)

Il turismo urbano, tendenza che ha accresciuto la propria connotazione identificativa, va investendo sempre più non solo le città d'arte ma anche quelle città che sono in grado di offrire al turista la possibilità di conoscere e vivere nuovi modelli di urbanizzazione e di vita urbana.

Molte città sono protagoniste di uno sviluppo "spettacolo" di curiosità turistica dove lo sviluppo turistico si connette non solo con i processi culturali, territoriali ed economici ma anche con quelli caratteristici della modernità integrandosi con le trasformazioni sociali, funzionali ed urbanistiche che sono tipiche della città moderna.

Oggi il turista non si limita alla visita dei luoghi. Insegue invece un'esperienza emozionale attraverso un itinerario le cui tappe non sono soltanto strade, piazze, incroci, palazzi, chiese, monumenti, ma anche luoghi di ritrovo, negozi, ristoranti, centri culturali. Così gli "altri" mescolati agli abitanti creano la giusta atmosfera collettiva basata sulla convivialità e vivacizzano la città.

Il Convegno intende offrire spunti di riflessione sul legame tra creatività e pratica turistica nelle città, nell'ambito di uno stretto connubio tra discipline e approcci metodologici differenti, dalla geografia all'economia, dalla sociologia all'urbanistica, dal marketing all'esperienza degli operatori del settore. Un approccio metodologico che vuole rompere la separatezza disciplinare per individuare nuove forme di sviluppo locale attraverso la pratica turistica.

Studiare oggi il turismo non solo con il rigore della ricerca scientifica e dell'analisi empirica ma anche con la creazione di "Nuove Idee" mediante il supporto di strumenti innovativi di cultura visuale (DVD e Blu-ray, design, video, foto e immagini digitali) per proporre nuove esperienze in cui l'autenticità dei luoghi si mescola con la messa in scena di interventi artificiali. Percorsi creativi ed innovativi per i nuovi "pellegrini della modernità" in cerca di nuovi luoghi ed oggetti da venerare.

Le diverse sessioni in cui si articola il Convegno permetteranno di valutare la capacità di promozione turistica non solo degli attrattori tradizionali, come il patrimonio artistico culturale e la tradizione enogastronomica, ma anche di altri catalizzatori che della creatività hanno fatto un segno distintivo: il settore del loisir, il cinema e, infine, i capolavori delle "archistar", che restituiscono un'iconografia urbana talmente suggestiva da incidere sulle scelte di destinazione dei turisti.

L'obiettivo è, dunque, di analizzare le prospettive e le potenzialità di un comparto, come quello turistico, che sempre più si impone come promotore dello sviluppo economico della città e volano per la crescita socio-culturale del tessuto urbano.

## **CALL FOR PAPER**

I contributi alle singole sessioni devono svilupparsi lungo i seguenti spunti o meglio i diversi sguardi turistici:

### **LE CITTÀ CREATIVE, ORIGINALI E COMPLESSE GENERATRICI DI NUOVO TURISMO**

#### **I Sessione: Quale attrattività per i Beni Culturali?**

Nell'ultimo decennio il boom del turismo legato all'offerta culturale sembra aver esaurito la sua fase ascendente. In particolare se sembra ancora funzionare nelle città d'arte va inteso in una forma decisamente più ampia rispetto al passato. Infatti, si dà per assodato che sono altre le motivazioni e le attrattività che regolano il mercato.

Pertanto per rispondere alla nuova domanda la città deve attivarsi nel reinventare l'immagine e le funzioni dei suoi prodotti culturali.

La tecnologia entra in modo sempre più prepotente nei processi di creazione di attrattive culturali nelle città. Il virtuale si sostituirà alle immagini consolidate del patrimonio. Che ruolo potranno giocare le innovazioni tecnologiche per la valorizzazione dell'immateriale?

Ci chiediamo se oggi la relazione tra valorizzazione di beni culturali e la crescita delle presenze turistiche non vada riguardata con nuove proposte.

#### **II Sessione: Le ARCHISTAR e il potere dell'architettura firmata**

L'eterogeneità tipologica degli interventi urbani e degli stili architettonici caratterizza le moderne metropoli dove tra moda, design e spettacolo le *archistar* lasciano il marchio in musei, teatri, stadi e centri culturali che diventano delle vere e proprie opere d'arte.

Griffe riconosciute della moderna urbanistica i moderni architetti volando fra aeroporti, molti dei quali hanno progettato, passano da Occidente a Oriente, dal Pacifico all'Atlantico intervenendo con i loro fantasiosi progetti nelle megalopoli e nelle piccole città, nei centri antichi e nelle new town.

Abili professionisti famosi nel mondo da considerare geniali creatori di progetti arditi e stupefacenti che richiamano turisti o moderni urbanisti della contraffazione e della messa in scena?

#### **III Sessione: La città del tempo libero, gli spazi d'evasione nella "città che non c'è"**

Le specializzazioni funzionali con mirati interventi di ri-qualificazione spesso modificano gli impianti urbani esistenti per destinarli allo svago, alle attività ludiche, ai luoghi dell'*utopia d'evasione*: shopping, movida, sport, benessere, parchi urbani, spiagge urbane, acquari e parchi acquatici, bio-zoo, lunapark,

water-front... sono vere e proprie macchine per il divertimento dove spesso l'artificiale diviene un richiamo irresistibile.

La *Disneyficazione* dei luoghi è un fenomeno complesso con aspetti contrastanti che vanno considerati ed indagati non solo dal punto di vista strettamente turistico ma anche sociale e territoriale.

#### IV Sessione: **La costruzione di identità urbane attraverso il cinema**

Il linguaggio delle immagini generato dal racconto iconografico delle cartoline, delle foto ed oggi dal cinema e dalle fiction ha creato la diffusione della cultura visuale della città.

La *Kodakizzazione* genera curiosità ed interesse per i luoghi creando spesso delle mappe esperienziali.

L'immagine urbana ha da sempre risentito dello sguardo di registi. Al cinema si è aggiunta oggi la proliferazione delle fiction con ritorni sorprendenti sotto il profilo delle presenze turistiche. Un nuovo eldorado o ancora illusioni di sviluppo per i territori marginali?

#### V Sessione: **Il turismo enogastronomico nella città multienica**

L'esplosione del turismo gastronomico è anche dimostrazione che la parabola dei significati attribuiti al cibo si è ampliata. Il cibo da nutrimento o capriccio di gola si è trasformato in occasione sociale ed in elemento di proiezione culturale, un fattore economico e rappresentativo dell'identità territoriale.

Sotto il profilo dell'offerta di alimenti identitari la città negli ultimi anni ha perduto il suo ruolo di attrazione a vantaggio dei territori rurali e agricoli. Ma le città e soprattutto le grandi città nella loro potenzialità cosmopolita possono diventare laboratori per nuove e complesse identità gastronomiche. Accanto alla nostra Dieta Mediterranea nuove risorse gastronomiche da valorizzare?

I full paper saranno inseriti negli Atti del convegno e saranno pubblicati dall'editore Pàtron di Bologna.

### **Abstract:**

Un abstract di max 250 parole, seguito da 3 parole chiave, deve pervenire entro il **30 giugno 2011**, in un file Word, al seguente indirizzo email: cirelca@unict.it

L'abstract deve essere preceduto dal titolo del paper, dal nome, dall'affiliazione accademica e dall'indirizzo email dell'autore o degli autori.

Nell'oggetto della email deve essere indicata la sessione alla quale si intende partecipare.

Una notifica dell'avvenuta accettazione sarà inviata entro il 30 luglio 2001 all'indirizzo email indicato nell'abstract.

I partecipanti sono tenuti a confermare, entro l'1 settembre 2011, la loro presenza al convegno e l'eventuale partecipazione all'escursione programmata a conclusione dei lavori.

### **Quota di iscrizione:**

100,00 euro (senior)

80,00 euro (accompagnatori)

80,00 euro (dottorandi, assegnisti di ricerca)

La quota di iscrizione comprende la partecipazione ai lavori del Convegno, la cena sociale, i buffet, la visita guidata, l'escursione e una copia degli Atti del Convegno.

### **Full Paper:**

I full paper dovranno pervenire entro il **30 ottobre 2011**, in un file Word, al seguente indirizzo: cirelca@unict.it.

I paper non dovranno eccedere le 30.000 battute spazi inclusi, compresi i riferimenti bibliografici, le note e le didascalie.

### **Norme Redazionali:**

**Carattere:** Times New Roman, 12

**Interlinea:** 1,5

**Immagini:** formato jpeg

**Note:** in calce al testo

**Citazioni:** comprese tra virgolette caporali (« »)

**Riferimenti Bibliografici:** sistema Harvard (cognome dell'autore e data di pubblicazione nel corpo del testo)

**Bibliografia** in calce al testo, secondo il seguente modello:

Libri: Vallega A., *Le grammatiche della Geografia*, Pàtron, Bologna, 2004.

Articoli in riviste o capitoli di libro: Betti S., Porto C.M., «Il commercio ambulante nella città contemporanea marchigiana. Analisi e prospettive di sviluppo», in *Geotema*, 38, 2009, pp. 18-29.

Atti di convegni: Manzi E., «Stereotipi del paesaggio e del territorio: l'Italia del luogo comune geografico», in Di Blasi A. (a cura di), *L'Italia che cambia. Il contributo della Geografia*, Atti del XXV Congresso geografico italiano (Taormina, 1989), Catania, 1989, II, pp. 35-44.

Curatele: Cirelli C. (a cura di), *Gli spazi del commercio nei processi di trasformazione urbana*, Pàtron, Bologna, 2007.

### **Date da ricordare:**

**Abstract:** entro il 30 giugno 2011

**Conferma accettazione:** entro il 30 luglio 2011

**Conferma partecipazione:** entro l'1 settembre 2011

**Convegno:** 22-24 settembre 2011

**Full paper:** entro il 30 ottobre 2011