



Photo credits: The Social Hub Florence Lavagnini

CALL FOR ABSTRACT

versione in italiano

OSPITALITÀ

Architetture del viaggio, tra atopie e identità dei territori

Continua la serie di numeri dedicati allo studio dei drivers che regolano il funzionamento delle coste del mondo. Per la sesta uscita, la rivista internazionale SEASCAPE seleziona contributi dedicati alle diverse forme di ospitalità.

La partecipazione è aperta alle tante e ai tanti docenti, ricercatori, studiosi, tecnici e professionisti. Ogni abstract, da candidare secondo le indicazioni riportate di seguito, sarà oggetto di una prima selezione finalizzata all'individuazione delle proposte da sviluppare in articoli estesi da sottoporre al processo di double blind peer review. Agli autori e alle autrici degli abstract selezionati verranno inviate le indicazioni utili per procedere alla stesura dell'articolo completo che sarà sottoposto a valutazione in forma anonima da parte di due revisori selezionati tra i membri del Comitato Scientifico della rivista o esterni a esso.

Modalità di partecipazione

Per partecipare alla Call for abstract è necessario inviare una proposta in lingua italiana o in inglese (una sola per candidato e obbligatoriamente in inglese per gli stranieri) nei tempi indicati e seguendo il format così strutturato (è obbligatorio scaricare il format dal sito):

Titolo (100 battute max),

Sottotitolo (150 battute max),

Ambito di indagine (01/02/03),

Abstract (max 2500 battute),

2 immagini facoltative con didascalie (immagini libere da copyright o accompagnate da permesso di pubblicazione richiesto agli autori delle stesse).

L'abstract va inoltrato all'indirizzo di posta elettronica editorial.seascape@gmail.com con oggetto "Abstract-Seascape 06-Cognome". Eventuali proposte inviate con altre modalità saranno escluse dal processo di valutazione.

Il tema

A partire dagli anni Settanta del XX secolo, negli Stati Uniti si diffonde in modo crescente l'uso del termine "Hospitality Industry" per indicare l'insieme delle attività economiche e commerciali gestite dalle grandi catene del settore alberghiero, con la finalità principale di confezionare "offerte viaggio" mirate.

Rapidamente esportato in Europa e nel resto del mondo, questo approccio al viaggio ha subito un'evoluzione – e in molti casi una deriva – che oggi rappresenta la fotografia attuale del modello di turismo dominante. Un modello segnato da un grande paradosso: nella scelta della destinazione, le peculiarità del luogo e il desiderio di scoperta non rappresentano più l'obiettivo principale del viaggio. A guidare le decisioni sono piuttosto le modalità dell'esperienza: le immagini della struttura ricettiva, i servizi extra proposti, la ristorazione stellata, le recensioni online sul livello di comfort offerto, l'efficienza e il costo dei collegamenti. Che si tratti di mare, montagna, città d'arte o grandi capitali, la meta diventa quasi secondaria rispetto alla promessa di un'esperienza costruita su misura.

In questo scenario, il prossimo numero di Seascape intende invece esplorare le molteplici sfaccettature e possibili alternative a un turismo che sappia coniugare le esigenze degli ospiti con la qualità di vita dei residenti, creando una relazione autentica e virtuosa con il patrimonio e le risorse locali. La call mette al centro del tema le architetture ricettive lette come racconto delle trasformazioni culturali della società che viaggia. Il loro posizionamento nel territorio rivela le politiche e le strategie di sviluppo di un luogo rispetto a un altro, mentre la configurazione e la finitura degli spazi interni delineano i profili dei potenziali fruitori.

La partecipazione alla call prevede l'invio di abstract riguardanti uno dei seguenti ambiti.

Ambito 01 - Architettura e ospitalità: l'albergo icona

Se dopo l'Unità d'Italia, negli anni della Belle Époque, la diffusione dei Grand Hotel nei capoluoghi più attrattivi e nelle località di riviera ha trasformato l'architettura dell'albergo in un'icona dello stile nazionale, il periodo tra le due guerre segna una svolta decisiva. L'affermarsi del modello americano di ospitalità, basato su un'architettura standardizzata, riduce i costi di realizzazione e diviene la matrice di un cambiamento profondo con cui ancora oggi conviviamo: il soggiorno in hotel e il concedersi una vacanza altrove entrano nell'ordinarietà della vita sociale di tutti. Inoltre, nella contemporaneità, il concetto di "ibrido" in architettura invade il settore dell'ospitalità, integrando, in molti casi, le strutture ricettive all'interno dei grandi edifici complessi e polifunzionali, tra uffici, spazi culturali, impianti sportivi e abitazioni; dunque, spazi flessibili nel loro adeguarsi, o anche annullarsi, a vantaggio di altre attività e funzioni più economicamente vantaggiose, a seconda delle esigenze del momento. Da queste premesse, dalla transizione dai Grand Hotel ai Boutique

Hotel, l'albergo può ancora definirsi un'icona della cultura locale o nazionale?

Le questioni che emergono nell'ambito 01 indagano il significato dell'albergo nella cultura architettonica contemporanea: dalla necessità della rilettura degli esempi iconici nella storia, alla necessità di evidenziare la connessione fisica, e non solo virtuale, con i luoghi in cui si collocano, fino al concetto di struttura temporanea e flessibile all'interno di edifici ibridi.

Ambito 02 - Vivere insieme temporaneamente

Come osserva Asterio Savelli nella "Sociologia del turismo" (2021), benché il viaggio di piacere in vacanza abbia un ruolo dominante nella scena turistica, esistono molte altre forme di turismo che nel loro insieme contribuiscono a bilanciare il settore; tra queste gli spostamenti per lavoro, cura, sport, studio e ricerca rappresentano una forma di turismo che esiste da sempre e che oggi è in costante crescita; si tratta di viaggi dettati da condizioni variabili nel tempo, spesso più legate a necessità e scelte di vita personale che a una ricerca di svago.

Questa tipologia di utenza è parte fondamentale della storia dell'ospitalità, oltre che portatrice di importanti trasformazioni architettoniche e territoriali: la durata più lunga del soggiorno (o anche la sua ripetizione nel tempo) apre a studi e questioni che fondono insieme i temi dell'abitare con gli spazi dell'albergo. In queste strutture, gli spazi comuni acquisiscono un valore differente dalle zone living degli alberghi, e anche le stanze devono adattarsi a funzioni che vanno oltre il semplice riposo.

Questo ambito include quindi strutture ricettive pensate per specifiche collettività di viaggiatori (studenti, lavoratori, atleti), colonie estive o edifici per la cura (per esempio i sanatori). In tutti questi casi, la specificità dell'utenza non deve essere vista come un vincolo funzionale, ma come un'opportunità per creare nuove forme di interazione con il territorio in cui si collocano, anche attraverso una maggiore integrazione con lo spazio pubblico esterno.

Ambito 03 - Destinazioni tra idea di luogo e luogo reale

All'interno delle dinamiche che muovono i grandi numeri del turismo, in molti casi la scelta della destinazione è influenzata più ad un'idea di luogo che dal luogo reale.

A rafforzare il concetto di astrazione che esiste tra viaggio e mete, Marc Augé nel 1992 inserisce i grandi sistemi del turismo (catene alberghiere, club vacanze, parchi di divertimento, aeroporti, stazioni) tra quegli spazi caratterizzati da un intenso uso sociale, ma di fatto privi di una reale integrazione con le identità culturali e sociali dei territori destinatari.

La stessa lettura del fenomeno non riguarda solo il caso delle vaste strutture ricettive, come resort villaggi turistici, bensì coinvolge anche territori con un riconosciuto radicamento storico e paesaggistico, intelaiati nella deriva della "riscoperta" del valore dei "borghi" a tutti i costi. Questa attrazione nostalgica spesso è rappresentata da una distorsione e dall'abuso del significato di recupero del patrimonio e del concetto di "tipico", riferito soprattutto alle antiche produzioni gastronomiche e artigianali. È in questo senso che anche i centri minori rischiano di rientrare in quella messinscena scenografica simile al borgo turistico o commerciale di nuova invenzione (Lanzani 2022), rendendo il luogo stesso un'astrazione, in cui la scelta è secondaria rispetto all'ingranaggio dei servizi offerti.

Pertanto, l'ambito 03 indaga il tema del "falso" nell'ospitalità, la creazione ad hoc di strutture e luoghi nati per interpretare ciò che gli ospiti si aspettano.

Costi

Gli articoli selezionati saranno pubblicati previo versamento di una quota simbolica. Per i costi, visitare la pagina <https://seascape.it> >>> Pubblica con noi

Tempistiche

Sabato 29 marzo 2025_ Deadline consegna abstract

Sabato 05 aprile 2025_ Comunicazione dei risultati della blind review a ogni autore proponente

Sabato 17 maggio 2025_ Deadline consegna della prima stesura del full paper

Per informazioni

web site: www.seascape.it

mail: direction.seascape@gmail.com

editorial.seascape@gmail.com