



XXXIII CONGRESSO
GEOGRAFICO ITALIANO



GEOGRAFIE IN MOVIMENTO
Padova 8-13 settembre 2021

VOLUME SECONDO

OGGETTI, MERCI, BENI

L'impronta materiale del movimento nello spazio

a cura di

Mauro Varotto Chiara Rabbiosi Margherita Cisani

cleup

XXXIII CONGRESSO GEOGRAFICO ITALIANO

GEOGRAFIE IN MOVIMENTO

Padova 8-13 settembre 2021

VOLUME SECONDO

OGGETTI, MERCI, BENI

**L'impronta materiale
del movimento nello spazio**

a cura di

Mauro Varotto Chiara Rabbiosi Margherita Cisani

cleup

XXXIII Congresso Geografico Italiano
Padova, 8-13 settembre 2021

Con il sostegno di



Associazione dei Geografi Italiani



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI PADOVA

Università degli Studi di Padova

DSSGeA

DIPARTIMENTO DI SCIENZE STORICHE,
GEOGRAFICHE E DELL'ANTICHITÀ

Dipartimento di Scienze Storiche
Geografiche e dell'Antichità



Dipartimento di Ingegneria Civile
Edile Ambientale



MUSEO DI GEOGRAFIA

PALAZZO WOLLEMBORG
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

Museo di Geografia
Università di Padova



MOBILITY & HUMANITIES
Centre for Advanced Studies

Centro di Eccellenza
Mobility and Humanities



Master in GIScience e Sistemi a pilotaggio
remoto per la gestione integrata
del territorio e delle risorse naturali



Sustainable Territorial Development:
Climate Change Cooperation Diversity -
International Master Degree



Associazione
GIShub

Associazione GIShub

Comitato Organizzatore

Marina Bertoncin (coordinatrice), Silvy Boccaletti, Aldino Bondesan, Benedetta Castiglioni, Margherita Cisani, Daniele Codato, Giuseppe Della Fera, Massimo De Marchi, Alberto Diantini, Giovanni Donadelli, Francesco Facchinelli, Francesco Ferrarese, Chiara Gallanti, Laura Lo Presti, Sabrina Meneghello, Marco Orlandi, Salvatore Eugenio Pappalardo, Andrea Pase, Chiara Pasquato, Giada Peterle, Silvia Piovan, Daria Quatrada, Chiara Rabbiosi, Tania Rossetto, Mauro Varotto.

Comitato Scientifico

Marina Bertoncin (coordinatrice), Silvia Aru, Aldino Bondesan, Panos Bourlessas, Giorgia Bressan, Luisa Carbone, Benedetta Castiglioni, Giacomo Cavuta, Margherita Cisani, Annalisa Colombino, Elena Dell'Agnese, Massimo De Marchi, Federica Epifani, Chiara Gallanti, Arturo Gallia, Francesca Governa, Laura Lo Presti, Sara Luchetta, Salvatore Eugenio Pappalardo, Andrea Pase, Giada Peterle, Silvia Piovan, Carlo Pongetti, Chiara Rabbiosi, Andrea Riggio, Lorena Rocca, Tania Rossetto, Mauro Spotorno, Massimiliano Tabusi, Mauro Varotto, Giacomo Zanolin.

Prima edizione: maggio 2023

ISBN 978 88 5495 593 6

CLEUP sc

“Coop. Libreria Editrice Università di Padova”

via G. Belzoni 118/3 – Padova (t. +39 049 8753496)

www.cleup.it

www.facebook.com/cleup

© 2023 Associazione dei Geografi Italiani

Licenza Creative Commons: Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International
(CC BY-NC-ND 4.0)

Ideazione grafica di copertina: www.studio7am.it

Indice

Marina Bertoincin, <i>Discorso di apertura ai lavori del XXXIII Congresso Geografico Italiano</i>	9
Andrea Riggio, <i>Discorso di apertura</i>	13
NODO 2	
OMB. Oggetti, merci, beni: l'impronta materiale del movimento nello spazio	
Mauro Varotto, Giacomo Cavuta, Margherita Cisani, Federica Epifani, Francesca Governa, Chiara Rabbiosi, <i>Introduzione</i>	19
OMB1. Storie di case: «beni immobili» tra fluidità, precarietà e mutevolezza	
Francesco Chiodelli, Camillo Boano, <i>Introduzione</i>	25
Andrea Corsale, Monica Iorio, <i>Le politiche dell'abitare nei confronti dei rom: il caso dei rom evacuati dal campo della città di Cagliari</i>	27
OMB2. Centri storici: flussi, mobilità, pratiche di riappropriazione nella transizione verso il post-pandemia	
Mirella Loda, Matteo Puttilli, Marco Picone, <i>Introduzione</i>	35
Stefania Crobe, Chiara Giubilaro, Federico Prestileo, <i>La cultura ci salverà? Processi di touristification a base culturale nel centro storico di Palermo</i>	37
Emanuele Frixia, <i>Il consumo dello spazio pubblico e il caso dei dehors straordinari a Bologna</i>	44
Ugo Rossi, <i>Il centro storico di Napoli e il valore urbano conteso: turistificazione, beni comuni, imprenditorialità urbana</i>	49
Donata Castagnoli, <i>Potenziamento del verde e nuovi servizi urbani. Scenari e prospettive per il post-pandemia a partire dal caso di Perugia</i>	55
Valeria Cocco, Marco Brogna, <i>Museo o galleria urbana? Il caso studio MAXXI</i>	63
Nico Bazzoli, <i>Popolazioni mobili e spazi di consumo. Il centro storico di Urbino tra uso, trasformazioni e nuove sfide legate alla pandemia</i>	68
Giuseppe Tomasella, <i>Nuove luci per la spopolata notte urbana di Venezia</i>	75

OMB3. In movimento verso l'energia rinnovabile: la nuova transizione energetica e le trasformazioni territoriali in atto

Giovanni Mauro, Silvia Grandi, Astrid Pellicano, <i>Introduzione</i>	85
Astrid Pellicano, <i>Il Progetto Energy Valley. La Val D'Agri tra sostenibilità ambientale e sviluppo economico</i>	91
Sergio Pinna, Paola Zamperlin, Massimiliano Grava, <i>Il rigassificatore offshore della Toscana: gli aspetti del progetto, le questioni ambientali, le capacità produttive dell'impianto</i>	98
Roberta Curiazi, <i>La maledizione delle risorse naturali: il movimento lento della matrice energetica in Ecuador dinanzi alla sfida della transizione energetica</i>	106
Domenico de Vincenzo, <i>Transizione energetica e petrolio</i>	115
Roberto Cianella, Silvia Grandi, <i>Transizione energetica e navigazione verde nel Mediterraneo occidentale: l'esempio dell'iniziativa di cooperazione WestMED</i>	122
Gianfranco Battisti, <i>Scenari ambientali e strategie energetiche. Realtà, rappresentazione, trasformazione</i>	128
Fabrizio D'Angelo, <i>Paesaggi multifunzionali della transizione energetica. Alcune proposte per una diversa ri-territorializzazione dell'energia</i>	134
Ilaria Greco, Angela Cresta, <i>Transizione energetica e trasformazioni territoriali: processi ed impatti sul paesaggio in Italia</i>	141
Leonardo Mercatanti, Sandro Privitera, <i>Energie rinnovabili e trasformazioni territoriali: il caso del fotovoltaico in Sicilia</i>	149
Salvatore Lampreu, Silvia Carrus, <i>Transizione verde ed energie rinnovabili. Riflessioni sulla presenza di parchi eolici nelle aree marginali</i>	156
Cecilia Pasini, <i>Quale lettura della relazione tra energia fossile e comunità locali? La social acceptance/ acceptability e la social licence to operate come concetti in movimento</i>	164
Luigi Mundula, Sabrina Auci, <i>Le comunità energetiche: un'analisi comparata delle prime esperienze italiane</i>	170

OMB4. Nuovi scenari per gli assetti territoriali delle catene logistiche, dal globale al locale

Marcello Tadini, Giuseppe Borruso, Marco Mazzarino, <i>Introduzione</i>	179
Gian Pietro Zaccomer, Giorgia Bressan, <i>La mobilità per l'acquisto oltreconfine dei carburanti per autotrazione in Friuli-Venezia Giulia: un'analisi dei dati ufficiali dal 2012 al 2020</i>	181
Marcello Tadini, Giuseppe Borruso, <i>Porti gateway italiani e connessioni ferroviarie: i casi di La Spezia e Trieste</i>	188
Marco Mazzarino, Roberto Mura, Paolo Menegazzo, <i>Porti e territorio nel quadro delle politiche TEN-T: un'indagine empirica nella macroarea del Sud-Est Europa</i>	196
Silvia Iacuone, <i>Finnafjord Port, Islanda: un hub green e strategico lungo le rotte artiche</i>	203
Paola Savi, <i>L'organizzazione spaziale della produzione su scala globale: scenari e tendenze dal pre- al post-Covid 19</i>	209
Brunella Brundu, Silvia Battino, <i>Il Made in Italy. Dall'offshoring al reshoring</i>	215

OMB5. Riconfigurazioni geo-economiche e spaziali tra Oriente e Occidente: il Mediterraneo conteso

Matteo Bolocan Goldstein, Dino Gavinelli, <i>Introduzione</i>	223
Claudia Astarita, Matteo Marconi, <i>Il rimland e la Nuova Via della Seta: convergenze e spunti critici</i>	225
Carla Ferrario, <i>La Nuova Via della Seta: relazioni e opportunità per il Kazakistan</i>	232
Giuseppe Bettoni, <i>Il Mediterraneo in un'analisi geopolitica</i>	239
Rosario Sommella, Libera D'Alessandro, <i>Il ruolo delle città dell'Europa del Sud nel Mediterraneo conteso: paesaggi urbani in trasformazione, immagini e narrative</i>	249
Paolo Sellari, <i>Il Mediterraneo nelle strategie cinesi</i>	255
Gianpiero Petraroli, <i>Il Mediterraneo nelle strategie economiche della Nuova Via della Seta. Sviluppi e prospettive per i porti commerciali: il nuovo porto del Pireo «Made in China»</i>	260
Tianyi Liu, <i>L'influenza geoeconomica della Nuova Via della Seta Marittima del XXI secolo tra Cina e Paesi del Mediterraneo</i>	266

OMB6. La scienza in divenire. Descrizione, studio e narrazione dei beni geo-cartografici: produzione e riproduzione del sapere scientifico geografico

Claudio Cerreti, Riccardo Morri, <i>Introduzione</i>	273
Lucia Masotti, <i>Dal casello idraulico alla lista Unesco: riconoscimento, valorizzazione e inserimento in processi socioculturali del patrimonio cartografico relativo al bacino del Po</i>	275
Antonella Primi, <i>Patrimonio geocartografico della Scuola di Scienze Umanistiche dell'Università di Genova: (ri)scoperta, sistematizzazione, ricerca e valorizzazione</i>	283
Aurora Rapisarda, Elena Dai Prà, Nicola Gabellieri, Giannantonio Scaglione, <i>Il percorso espositivo Imago Tridentina. Un esempio di valorizzazione del patrimonio geo-cartografico locale: potenzialità e progettualità future</i>	290
Maria Ronza, <i>Dalla raccolta alla narrazione: patrimoni geografici «in movimento» verso nuovi concept di valorizzazione. Il corpus degli Atlanti storici dell'Istituto di Geografia di Napoli (1885-1995)</i>	295
Giovanni Donadelli, Chiara Gallanti, <i>Eppur si muove! Esplorazioni sulla mobilità come chiave di ricerca per il patrimonio geografico</i>	304
Valentina De Santi, Carolien Fornasari, <i>Patrimoni geografici e fonti orali. Sulle tracce del pensiero geografico di Cesare Battisti ed Ernesta Bittanti</i>	308
Monica De Filpo, Epifania Grippo, <i>Il percorso dei beni geo-cartografici alla Sapienza: genesi ed evoluzione di un patrimonio</i>	310
Rossella Belluso, Patrizia Pampana, <i>Gli Archivi della Società Geografica Italiana, conservazione della memoria e nuove tecnologie per la valorizzazione del patrimonio culturale</i>	319

OMB7. Patrimonio culturale mobile e immobile. Percorsi territoriali di rappresentazione, valorizzazione e gestione

Nicoletta Varani, Stefania Cerutti, Rosalina Grumo, Anna Maria Pioletti, Antonietta Ivona, Rosario De Iulio, <i>Introduzione</i>	329
--	-----

Stefania Cerutti, Rosalina Grumo, Anna Maria Pioletti, <i>Visioni strategiche, creative e sostenibili per il patrimonio culturale. Un mosaico di esperienze</i>	333
Andrea Corsale, <i>Turismo e patrimonio ebraico a Cracovia. Un'autenticità simulata</i>	339
Lisa Zecchin, <i>I luoghi sacri per un turismo sostenibile a Venezia: il caso della Basilica dei SS. Giovanni e Paolo</i>	345
Mariateresa Gattullo, Francesca Rinella, <i>Una nuova identità per le dimore rurali: sradicamento o conservazione integrata?</i>	352
Rosanna Russo, <i>Un percorso di valorizzazione e fruizione dei paesaggi cinematografici della Capitanata</i>	358
Giacomo Cavuta, Fabrizio Ferrari, <i>Eredità culturale e slow tourism in Abruzzo nell'era post-pandemica: proposte per la rivalorizzazione del Tratturo Magno</i>	364
Simona Giordano, <i>Cultural tourism and the World Heritage List: the cultural landscapes of the Langhe-Roero and Monferrato vineyards</i>	372
Dino Gavinelli, Giacomo Zanolin, <i>La pratica dei cammini come opportunità per la valorizzazione dei borghi italiani</i>	379
Antonella Ivona, Rosario De Iulio, <i>I fari storici e le esperienze di riuso: il caso del Portogallo</i>	385
Imelda Sejdini, <i>Il patrimonio culturale della regione di Elbasan, un potenziale per lo sviluppo economico sostenibile</i>	391
Donatella Privitera, <i>Andando in giro per la città. La criminalità ed il vandalismo nei confronti del patrimonio culturale</i>	398
Aleksandar Lugonja, Dragica Gatarić, <i>Cultural Heritage of Kupres: chance for sustainable development</i>	402

OMB 7

**Patrimonio culturale mobile e immobile.
Percorsi territoriali di rappresentazione,
valorizzazione e gestione**

Introduzione

**Nicoletta Varani, Stefania Cerutti, Rosalina Grumo, Anna Maria Pioletti,
Antonietta Ivona, Rosario De Iulio¹**

I contributi accolti nella sessione partecipano e arricchiscono il dibattito sui processi di rappresentazione e fruizione turistica di beni e luoghi che compongono il vasto «contenitore» del patrimonio culturale o *cultural heritage*. Inteso come insieme di risorse, materiali e immateriali, vive una relazione indissolubile tra la dimensione di fissità, che ne costituisce la natura fisica, e le relazioni spazio-tempo, che ne hanno scandito la sedimentazione e profilato coordinate e significati. Come mostrato dalle analisi condotte che accompagnano lo sviluppo dei contributi, la dicotomia mobile/immobile trova nel patrimonio una possibile e concreta «sintesi» identitaria, evolutiva, organizzativa capace di esprimere il complesso rapporto tra soggetti e oggetti geografici. Questo si è rivelato un fertile campo di indagine in relazione alla messa in valore del patrimonio e, al contempo, alle dinamiche di riuso e gestione da parte dei territori, urbani, montani o costieri indagati dalle ricerche presentate. In tale prospettiva, il patrimonio è divenuto un importante *driver* dello sviluppo economico anche in chiave sostenibile, offrendo nuove opportunità e alimentando progettualità in grado di far emergere le peculiarità dei contesti territoriali quali ambiti attrattivi di interazione sociale e interesse collettivo. Attraverso la presentazione di *background* e *output* di casi nazionali e internazionali, la sessione consente di leggere e interpretare diversi approcci assunti e buone pratiche conseguite, che hanno visto convergere la riflessione non solo del mondo accademico ma anche degli operatori del settore. Tale scenario tiene anche conto di quanto la pandemia stia incidendo sul patrimonio, sul settore culturale e sul turismo, rafforzando alcune tendenze già in atto quali: la rilettura del rapporto tra aree centrali e aree periferiche o interne; la partecipazione delle comunità locali nella gestione pubblico-privata del patrimonio culturale; la necessità di calibrare modelli di *management* per i cosiddetti «siti minori»; la volontà di ridimensionare il fenomeno dell'*overtourism* e della valorizzazione esclusivamente commerciale del patrimonio culturale; l'importanza di ridefinire le modalità di coinvolgimento dei professionisti della cultura.

A partire da questo inquadramento di carattere generale, i contributi che compongono la sessione si muovono nell'ambito dei processi di messa a valore del *cultural heritage*, dando rilievo ad alcune sue declinazioni e ricadute a livello territoriale, con particolare riferimento allo sviluppo turistico e sostenibile.

L'articolo *Visioni strategiche, creative e sostenibili per il patrimonio culturale. Un mosaico di esperienze* a firma di Stefania Cerutti, Rosalina Grumo e Anna Maria Pioletti, parte dall'assioma che il benessere di una comunità si misura anche sulla cura del territorio e del patrimonio culturale ivi contenuto. Inoltre, se quest'ultimo è interpretato come il punto di contatto tra l'immobilità fisica del manufatto e la mobilità rappresentata dalla fruizione da parte dei visitatori, esso può generare «nuova linfa al sistema culturale nazionale» attraverso nuovi modelli di *governance*. In tale ottica, le autrici indicano alcune buone pratiche che meglio illustrano tale processo. Le prime due riguardano rispettivamente la collezione di reperti archeologici contenuta nel palazzo Jatta di Ruvo di Puglia (Ba) e l'altra il Museo Archeologico di Taranto. La terza e la quarta invece, hanno per oggetto il Museo delle Alpi ospitato nel Forte di Bard in Valle d'Aosta e il Museo della Montagna del Monte dei Cappuccini a

¹ Nicoletta Varani, Università di Genova; Stefania Cerutti, Università del Piemonte Orientale; Rosalina Grumo, Antonietta Ivona, Università di Bari; Anna Maria Pioletti, Università della Valle d'Aosta; Rosario De Iulio, Università della Campania «Luigi Vanvitelli».

Torino. Tutte queste strutture museali sono state interessate da processi di valorizzazione attraverso l'utilizzo di innovative tecnologie multimediali per migliorare la fruizione da parte dei visitatori che in taluni casi sono le stesse comunità, animatori di progetti partecipati nelle esperienze ecomuseali diffuse in Piemonte, a toccare e coinvolgere anche i patrimoni cosiddetti «minori».

Sempre più i temi dell'autenticità e della mercificazione del patrimonio minoritario stanno entrando nel dibattito scientifico sul tema dell'*heritage* turistico. I problemi legati alla mercificazione, alla banalizzazione e alla mancanza di autenticità sono probabilmente inevitabili quando luoghi e memorie diventano attrattori di turismo di massa. Nell'analisi di questo fenomeno, va tenuto conto del fatto che molti visitatori tendono a cercare una narrazione e una rappresentazione estremamente semplificate e non distinguono tra realtà e rappresentazione scenica. Il contributo di Andrea Corsale, *Turismo e patrimonio ebraico a Cracovia: un'autenticità simulata* apporta un elemento di riflessione a tale dibattito, concentrandosi sul turismo a tema ebraico sviluppatosi a Cracovia. Il contesto selezionato è particolarmente significativo in quanto la rappresentazione di questo vasto patrimonio, e la sua valorizzazione a fini turistici, non è controllata dalla piccola comunità ebraica superstite, il che produce dinamiche potenzialmente distorsive. L'autore ha scelto di concentrarsi sulla percezione dei fenomeni in atto da parte della comunità ebraica locale e di altri *stakeholder* connessi, a vario titolo, a questo patrimonio, al fine di indagare e analizzare rappresentazioni e prospettive.

Tra i luoghi simbolo delle strategie per contenere gli effetti deteriori dell'*overtourism* vi è sicuramente Venezia. Dal secondo dopoguerra, Venezia ha subito un processo di «museificazione», vocando la propria economia al consumo turistico e il proprio patrimonio all'esibizione spettacolare. I luoghi abitati e vissuti sono diventati *symbolic commodities*, ad uso e consumo dei nuovi fruitori, improntati sull'estetismo e consegnati a milioni di turisti affamati di spettacolarità. Con circa 28 milioni di visitatori stimati fino a prima dello scoppio della pandemia da COVID-19, di cui più del 70% escursionisti e una media di 73,8 turisti per abitante Venezia è diventata uno dei simboli mondiali del turismo di massa. Il contributo di Lisa Zecchin, *I luoghi sacri per un turismo sostenibile a Venezia: il caso della Basilica dei SS. Giovanni e Paolo*, prova a delineare le politiche di riequilibrio dei flussi del turismo nella città attraverso il *religious light tourism* che rivalorizza i siti religiosi idonei a una nuova ricerca dell'autentico per la riscoperta graduale del sistema di valori, delle tradizioni e del senso del luogo. L'articolo di Maria Teresa Gattullo e Francesca Rinella dal titolo *Una nuova identità per le dimore rurali: sradicamento o conservazione integrata?* ha per argomento lo studio della riqualificazione delle masserie pugliesi. Queste architetture vernacolari, difatti, sorsero per rispondere a precise esigenze di organizzazione del lavoro rurale e oggi, dopo una fase di abbandono, sono oggetto di importanti lavori di riqualificazione. Queste costruzioni in maggioranza sono state trasformate in esclusive strutture ricettive. La ricerca ha lo scopo di verificare se queste ultime siano state in grado di ripristinare il precedente legame tra masseria e il suo territorio. L'idea di un *Boutique Hotel*, ossia una piccola struttura ricettiva che offre elevati livelli di confort, sembra la scelta maggiormente perseguita da queste nuove realtà imprenditoriali. Attraverso l'esame dei servizi offerti si può stabilire il grado di integrazione tra manufatto e territorio.

Sempre con riguardo alla Puglia, Rosanna Russo propone *Un percorso di valorizzazione e fruizione dei paesaggi cinematografici della Capitanata*, dove la forza della narrazione filmica si intreccia con la bellezza dei paesaggi, sia sotto il profilo naturale che culturale. Dopo una cornice di inquadramento e analisi del rapporto tra geografia e cinema, il contributo presenta, con dovizia di particolari, i set cinematografici del Gargano e delle Isole Tremiti, poi dei Monti Dauni ed infine del Tavoliere raccontando delle pellicole che in tali contesti sono state girate. Si tratta di luoghi che raccolgono secoli di storia, cultura e tradizioni, il cui valore va ben oltre il puro e semplice aspetto fisionomico ed estetico. Il caso pugliese si pone nel solco delle considerazioni che riguardano la capacità delle produzioni cinematografiche di determinare notevoli impatti nei luoghi in cui i film vengono girati – economici, di promozione territoriale, di attrazione turistica – sovrapponendosi e diversificando l'offerta turistica di alcune destinazioni, oppure innestandosi come modalità totalmente nuova di creare turismo. Il contributo di Giacomo Cavuta e Fabrizio Ferrari, intitolato *Eredità culturale e slow tourism in Abruzzo nell'era post-pandemica: proposte per la rivalorizzazione del Tratturo Magno*, ci guida alla riscoperta del patrimonio rurale presente dall'Appennino sannitico fino a raggiungere le estreme propaggini della penisola. Ragioniamo della tutela e valorizzazione dei tratturi, sentieri erbosi, pietrosi o in terra battuta, sempre a fondo naturale, originatisi dal passaggio e dal calpestio degli armenti ed utilizzati dai pastori per trasferire stagionalmente le greggi da un pascolo all'altro. La transumanza, una pratica secolare, è stata inserita nel 2019 nella lista del Patrimonio

Culturale Immateriale dell'UNESCO. Si tratta di una pratica che ha plasmato il paesaggio agrario non solo italiano e che oggi è oggetto di forme di turismo lento e di *slow travel*, un'esperienza in cui la partenza, il passaggio e l'arrivo sono elementi chiave di una riscoperta non solo del paesaggio ma di sé stessi. Una proposta di turismo lento stagionalizzato che va nella direzione della valorizzazione delle aree interne volto a unire il movimento alla conoscenza della dieta mediterranea.

Altro contesto UNESCO è quella narrato in *Cultural tourism and the World Heritage List: the cultural landscapes of the Langhe-Roero and Monferrato vineyards* da Simona Giordano, che analizza l'area delle Langhe-Roero e del Monferrato – Piemonte – in riferimento alla presenza dei vigneti, inseriti nel 2014 nella World Heritage List. I paesaggi culturali come «Creazioni congiunte dell'uomo e della natura» – articolo 1 della Convenzione del Patrimonio Mondiale dell'UNESCO –, rappresentano una preziosa testimonianza dei percorsi che le società attraversano nel corso del tempo e dello spazio. La tutela e la valorizzazione di tali paesaggi sono uno strumento fondamentale per la fruizione sostenibile del territorio. In particolare, i vigneti delle Langhe-Roero e del Monferrato, dalle notevoli qualità estetiche, costituiscono un archetipo dei vigneti europei e, posti al centro di una pianificazione che fa leva sulle peculiarità dei singoli contesti territoriali, esprimono un mirabile esempio di sviluppo economico sostenibile, basato sulla valorizzazione dell'attrattività dei contesti stessi.

Peculiarità e attrattività che possono trovare un fertile incontro nelle proposte del turismo a piedi, su cui si sofferma il contributo di Dino Gavinelli e Giacomo Zanolin, *La pratica dei cammini come opportunità per la valorizzazione dei borghi italiani*. Gli autori pongono al centro della loro riflessione il fenomeno del turismo a piedi, certamente di grande interesse in Italia, dotato di una serie di segni e significati specifici, in grado di generare processi partecipati e fecondi di sviluppo. Le interviste condotte unitamente all'analisi critica del panorama editoriale di settore, che costituiscono la metodologia di fondo della ricerca, consentono di porre in evidenza il ruolo assunto dai cammini come strumenti di valorizzazione di percorsi e paesaggi diffusi, ovvero come testimoni di un processo di graduale cambiamento nel sistema dell'offerta turistica legata ai piccoli borghi e comuni italiani.

Con riferimento a contesti posti al di fuori dell'Italia, Antonella Ivona e Rosario De Iulio nel loro *I fari storici e le esperienze di riuso: il caso del Portogallo* propongono una riscoperta dei fari marini portoghesi e un riuso orientato a scopi museali. Le aree costiere con il loro patrimonio culturale sono protagoniste di una riorganizzazione come luoghi e contenitori di presidi che hanno vissuto molteplici vite e sono visibili da chi percorre la Via dei Fari tra Normandia e Bretagna o grazie alle aperture temporanee gestite dal FAI o alla trasformazione realizzata in terra lusitana. Nonostante il faro abbia perduto la sua funzione di segnalatore luminoso notturno per i naviganti, sostituito dai moderni sistemi di telerilevamento, esso conserva la funzione di punto di osservazione privilegiato sull'orizzonte marino. Il salire la scala di un faro assume il significato di fatica ma offre anche la possibilità di godere del privilegio di una vista mozzafiato e del controllo sul territorio, un'esperienza che, dati i risultati positivi finora ottenuti in Portogallo, attesta un certo interesse da parte dei turisti.

Imelda Sejdini in *Il patrimonio culturale della regione di Elbasan, un potenziale per lo sviluppo economico sostenibile* analizza tale regione albanese a vocazione industriale, considerata e identificata anche come meta turistica per flussi interni e internazionali e per i numerosi beni culturali e ambientali, evidenziati in una sorta di itinerario, ma che deve strutturarsi meglio soprattutto sul lato dell'offerta. L'attenzione è rivolta, in particolare, alle opportunità che la regione può esprimere in funzione dello sviluppo, ma anche ai punti di debolezza presenti, pur avendo ricevuto corposi investimenti destinati al settore. Se dunque si vuole raggiungere uno sviluppo sostenibile sarebbe opportuno che il sistema economico, sociale, culturale e ambientale e i sottosistemi operino sinergicamente, attraverso un approccio che può definirsi olistico che riconosca, in particolare, l'interconnessione, tra sviluppo economico e culturale. In tale scenario il patrimonio culturale, a tutti gli effetti, potrà essere considerato per quest'area, il «collante» per il raggiungimento di tale obiettivo.

Una sessione a valenza polisemica, dunque, così come polisemico è il concetto stesso di patrimonio che i diversi autori hanno raccontato in contesti variegati, date le differenti modalità con cui le eredità del passato acquisiscono significati nell'oggi e si proiettano nel futuro dei territori e dei soggetti che li vivono.

Turismo e patrimonio ebraico a Cracovia. Un'autenticità simulata

Andrea Corsale¹

1. Introduzione

Un prodotto turistico-culturale standardizzato può essere visto come una forma di mercificazione o «autenticità simulata» (Howes, 1996; MacCannell, 1973). Secondo questa visione, gli operatori turistici, e gli stessi turisti, sono quasi inevitabilmente una delle principali fonti di commercializzazione del patrimonio culturale perché tendono a concentrarsi su esperienze semplificate e standardizzate, nonostante, essi stessi, vadano spesso alla ricerca, forse illusoria, di esperienze, testimonianze e identità quanto più possibile «autentiche» (Goulding, 2000; Kirshenblatt-Gimblett, 1998). Questo paradosso genera un impatto importante sulle pratiche e sul paesaggio e crea la necessità di rappresentazioni quasi «sceniche» della diversità culturale che essi desiderano trovare (MacCannell, 2002). Le conseguenze possono essere complesse e vanno da un forte incentivo per la conservazione, il restauro e la promozione del patrimonio fino a casi di espropriazione e deliberata distorsione interpretativa, soprattutto da parte delle componenti dominanti a livello locale o globale (Murphy, 1985; Tosun, 2000). Secondo Urry (1990), la maggior parte dei turisti possono essere visti come «osservatori» che hanno in genere una relazione veloce e superficiale con i luoghi che visitano. Tuttavia, il concetto di autenticità può anche essere molto soggettivo, a seconda dei diversi indicatori che i turisti-consumatori possono utilizzare per valutare gli effettivi livelli di autenticità che osservano (Grayson, Martinec, 2004). Pertanto, anche le esperienze standardizzate comunemente connesse al turismo di massa possono comunque soddisfare le aspettative dei visitatori più esigenti (MacCannell, 2002; Neal e altri, 1999) e fornire un senso di connessione e, in ultimo, di autenticità (Russell, 2008).

La questione dell'appropriazione culturale, definita da Bredin (2008) come «l'uso e lo sfruttamento da parte di un gruppo maggioritario o dominante di conoscenze o espressioni culturali originariamente prodotte da un gruppo minoritario o dominato» non è necessariamente e completamente negativa, e può essere confrontata con un fenomeno più neutro o positivo di apprezzamento culturale, in un rapporto complesso fra appropriazione, autenticità e mercificazione (Howes, 1996; Gertner, 2019; Hallam, Street, 2000; Young, Brunk, 2009). Questo articolo presenta un lavoro di ricerca che affronta le questioni dell'autenticità e della mercificazione del patrimonio minoritario, con un focus sul turismo a tema ebraico sviluppatosi a Cracovia. Il contesto selezionato è particolarmente significativo in quanto la rappresentazione di questo vasto patrimonio, e la sua valorizzazione a fini turistici, non è controllata dalla piccola comunità ebraica superstite, il che produce dinamiche potenzialmente distorsive. L'autore ha scelto di concentrarsi sulla percezione dei fenomeni in atto da parte della comunità ebraica locale e di altri *stakeholder* connessi, a vario titolo, a questo patrimonio, al fine di indagare e analizzare rappresentazioni e prospettive.

Lo studio si basa su un metodo di ricerca qualitativo condotto attraverso osservazioni, interviste e consultazione di fonti secondarie. Lo studio sul campo è stato effettuato tra settembre 2018 e giugno 2019 attraverso ripetute visite ai luoghi ebraici di Cracovia, tra cui sinagoghe, musei, memoriali, edifici comunitari, centri culturali, agenzie turistiche, negozi e ristoranti a tema (Corsale, 2021).

¹ Università di Cagliari.

Sono state effettuate interviste con i principali *stakeholder* che si occupano del patrimonio ebraico a Cracovia, tra cui i responsabili istituzionali della comunità, i rappresentanti religiosi, il personale dei musei, nonché guide turistiche, organizzatori di eventi culturali, negozianti e proprietari di ristoranti a tema.

L'autore ha anche consultato una serie di fonti secondarie, come dati statistici sulla demografia e l'economia dell'area e materiali che riguardano direttamente o indirettamente la gestione e la rappresentazione del patrimonio ebraico a Cracovia e in Polonia – Municipal tourism website Krakow; National tourism website Poland. La combinazione di queste diverse fonti ha permesso di comprendere quali aspetti della storia, dell'identità e del patrimonio ebraico sono stati selezionati e promossi, e come sono stati trasformati o meno in prodotti turistici, il che ha consentito una riflessione sulle dinamiche attuali e sulle prospettive future.

2. L'area di studio

Si stima che oggi a Cracovia vivano circa 1000 ebrei, ma solo 200 persone circa si identificano effettivamente come membri della comunità ebraica e partecipano più o meno frequentemente alle sue attività. Dopo la fine del comunismo, nel 1989, la comunità ha riottenuto la proprietà di molti edifici e ha ripreso le sue attività religiose e laiche (Cherry, Orla-Bukowska, 2007; Gebert, 1994; Webber, Schwarz, 2018).

Secondo le informazioni raccolte durante il lavoro sul campo, il nucleo della comunità odierna comprende sottogruppi ortodossi, riformati e laici. Il *Jewish Community Center* e le istituzioni religiose organizzano e promuovono una serie di attività sociali, educative, religiose, culturali, ricreative e assistenziali, alcune rivolte agli ebrei e altre a un pubblico più ampio – Jewish Community Center Krakow; Jewish Religious Community Krakow. Una cerchia più ampia di persone, di origini ebraiche, è ormai profondamente assimilata e integrata nella più ampia società polacca e non mantiene legami stabili con queste istituzioni e attività. In generale, la tradizionale concentrazione di ebrei nel vecchio quartiere ebraico di Kazimierz è svanita da tempo e attualmente vivono sparsi in tutta la città. Le principali fonti di reddito della comunità sono le pensioni, dovute all'età avanzata di molti membri, e le attività terziarie.

Il quartiere di Kazimierz, svuotato della sua popolazione ebraica prebellica, conta ancora sette sinagoghe, costruite in stili diversi nel corso dei secoli, due cimiteri e diversi edifici comunitari, insieme alla sua tipica architettura e alla sua struttura urbanistica.

Quando, nel 1993, Steven Spielberg diresse il film *Schindler's List*, la storia della presenza ebraica a Cracovia divenne nota in tutto il mondo. Insieme al campo di sterminio di Auschwitz, situato a 50 chilometri a ovest di Cracovia, la città ha iniziato ad attirare un gran numero di visitatori che, oltre a visitare il patrimonio culturale della città vecchia, erano anche interessati a visitare i siti dell'Olocausto e a conoscere meglio la storia e la cultura ebraica (Duda, 2003; Nowakowski, 2010; Tunbridge, Ashworth, 1996).

Come diretta conseguenza, a partire dalla metà degli anni Novanta, il quartiere di Kazimierz, che si presentava impoverito, trascurato e decadente, è diventato rapidamente una grande attrazione turistica. Sono stati aperti musei di storia ebraica, ristoranti in stile ebraico e negozi con cimeli ebraici, insieme a numerosi altri ristoranti, hotel e negozi rivolti sia ai turisti sia ai residenti, che hanno reso Kazimierz una delle zone più vivaci e alla moda della città (Makuch, 2009). Altri cambiamenti significativi, anche se di scala minore, sono avvenuti anche nell'ex ghetto ebraico un tempo situato nel quartiere semiperiferico di Podgórze, dove sono stati costruiti monumenti commemorativi e aperti nuovi musei, tra cui l'ex fabbrica di Schindler e l'ex farmacia del ghetto, e sono ancora visibili frammenti delle mura del ghetto stesso (Murzyn-Kupisz, Purchla, 2009; Duda, 2003).

L'ex campo di lavoro nazista situato nel quartiere periferico di Plaszow, invece, conserva pochi resti visibili e ospita monumenti commemorativi meno conosciuti, eretti da diversi gruppi negli ultimi decenni.

3. La ricerca

La prima fase del lavoro sul campo è consistita nell'osservazione sistematica di tutti gli aspetti dell'offerta turistica e culturale a tema ebraico nell'area di Kazimierz, compresi musei pubblici e privati, sinagoghe, cimiteri, memoriali, murales, insegne, ristoranti, gallerie d'arte, negozi, stand, concerti, pubblicità di festival e tour

guidati. Lo scopo non era semplicemente elencare questi elementi, ma piuttosto analizzare l'immagine e la rappresentazione della storia e della cultura ebraica a Cracovia attraverso il relativo paesaggio visivo e sonoro.

3.1. *Il patrimonio culturale ebraico*

Le principali tappe del turismo culturale ebraico a Kazimierz includono il museo di storia ebraica – Sinagoga Vecchia – e il museo di storia degli ebrei della Galizia. Altri musei a tema ebraico si trovano nell'area di Podgórze – farmacia del ghetto e fabbrica di Schindler. Questi musei sono gestiti in maniera totalmente separata l'uno dall'altro, sebbene le loro collezioni siano sostanzialmente complementari. La Sinagoga Vecchia si concentra sulla vita ebraica tradizionale del periodo prebellico, in particolare sugli aspetti religiosi; la farmacia del ghetto e la fabbrica di Schindler si concentrano sulla Seconda guerra mondiale e sull'Olocausto; il museo degli ebrei della Galizia si concentra principalmente sulle tracce dell'eredità ebraica nel paesaggio della Polonia sudorientale. Nessuno di questi musei è gestito dalla comunità ebraica.

Oltre ai musei, le altre sei sinagoghe e i due cimiteri mostrano direttamente o indirettamente vari aspetti della cultura ebraica, principalmente attraverso la dimensione religiosa. I luoghi di culto appartengono alla comunità ebraica, anche se solo tre di essi sono utilizzati per servizi religiosi, mentre due di essi ospitano librerie a gestione privata, principalmente a tema ebraico, e mostre d'arte temporanee, ma sono gestiti da non ebrei. Memoriali e murales sono sparsi nei due distretti di Kazimierz e Podgórze e mostrano vari elementi della cultura ebraica, come simboli religiosi, scritte in ebraico e yiddish, e informazioni sugli eventi dell'Olocausto. Sono stati realizzati principalmente da artisti non ebrei su iniziativa autonoma.

Festival culturali sono organizzati ogni anno a Kazimierz e in altri quartieri e sono incentrati su musica, letteratura, cinema e argomenti sociali, culturali e politici ebraici. Gli ebrei non prendono parte all'organizzazione del festival principale e ufficiale, ma alcuni di loro contribuiscono individualmente all'organizzazione di festival minori.

3.2. *La dimensione commerciale*

La parte orientale di Kazimierz, dove si trovano le sinagoghe e i musei, ospita una serie di ristoranti e caffè che mostrano e pubblicizzano in modo evidente caratteristiche «ebraiche» attraverso simboli religiosi, scritte in ebraico e yiddish, menù a tema, musica ebraica dal vivo o registrata. La maggior parte di loro ricrea deliberatamente una nostalgica atmosfera anni Venti e Trenta, anche se una parte crescente di loro ha scelto un tema ebraico israelo-mediorientale che punta su un esotismo più contemporaneo nell'atmosfera, nella musica e nel cibo. Ci sono locali che organizzano eventi a tema, come cene «stile Shabbat», e sono coinvolti nell'organizzazione di festival culturali ebraici. Altri locali, situati in vecchi edifici religiosi o comunitari ebraici, sono fondamentalmente ristoranti in stile moderno che mostrano alcuni elementi ebraici come caratteristica distintiva. Nessuno di questi ristoranti e caffè appartiene o è gestito da ebrei, nessuno di loro prepara cibo ebraico autentico – kosher – e nessuno dei gruppi musicali è effettivamente formato da ebrei.

Si segnalano anche negozi e bancarelle che vendono souvenir a tema ebraico. Nessuna di queste attività commerciali è gestita da ebrei e nemmeno i souvenir, che a volte si mescolano con riproduzioni di cimeli sovietici e nazisti, sono prodotti dagli ebrei di Cracovia.

Le visite guidate percorrono costantemente le strade e le piazze di Kazimierz, e alcuni dei tour più popolari utilizzano pulmini elettrici che trasportano i turisti avanti e indietro lungo itinerari combinati che toccano sia Kazimierz sia il centro storico; alcuni di questi, più decisamente incentrati sui luoghi ebraici, e includono anche l'ex ghetto di Podgórze e la fabbrica di Schindler. Diverse agenzie pubblicizzano tour standardizzati che di solito includono la città vecchia, Kazimierz, il campo di sterminio di Auschwitz-Birkenau e la storica miniera di sale di Wieliczka. Nessuna delle agenzie e delle guide turistiche è connesso alla comunità ebraica.

4. **Gli attori locali**

Una volta che questi elementi sono stati osservati e raccolti, l'autore ha proceduto con le interviste agli *stakeholder* ebrei e non ebrei che lavorano sulla conservazione e la promozione del patrimonio.

4.1. La comunità ebraica

In generale, la comunità, nelle sue organizzazioni laiche e religiose, non è direttamente coinvolta nel settore turistico e nelle sue attività, siano esse commerciali o culturali.

Sulla base delle interviste, gli organismi religiosi, con i loro orientamenti ortodossi e riformati, condividono un atteggiamento moderatamente benevolo nei confronti del turismo, ma non svolgono alcun ruolo di promozione o gestione. I visitatori possono entrare nelle sinagoghe e nei cimiteri in orari prestabiliti e, su richiesta, vengono fornite brevi spiegazioni. Invece, ai turisti non è permesso visitare le sinagoghe durante i riti e le funzioni, incluso lo Shabbat, poiché, secondo gli intervistati, la vita religiosa non dovrebbe diventare un'attrazione turistica di per sé, e le preghiere possono essere disturbate dalla presenza di visitatori occasionali.

Se i turisti vogliono conoscere l'ebraismo, sono i benvenuti. Possono visitare i musei e le sinagoghe in determinati orari. Tuttavia, i servizi e le preghiere non sono uno spettacolo. Sono destinati ai fedeli ebrei (Staff della sinagoga).

Gli enti laici, *in primis* il *Jewish Community Center – JCC* –, hanno mostrato un coinvolgimento un po' più diretto e attivo nel fenomeno turistico. Il JCC accoglie i turisti con pannelli multilingue all'ingresso e il suo staff è pronto a illustrare ai visitatori la vita culturale e sociale della comunità attraverso opuscoli, poster e spiegazioni. Tuttavia, il numero di visitatori non è paragonabile a quello che si accalca nei siti «canonici». L'obiettivo principale del JCC è mostrare la diversità e il dinamismo della comunità nella Cracovia di oggi, piuttosto che concentrarsi su nostalgiche atmosfere prebelliche, memorie dell'Olocausto o questioni geo-politiche israelo-palestinesi.

Il personale ha mostrato un'elevata consapevolezza delle caratteristiche del turismo a tema ebraico sviluppatosi nel quartiere, gestito da non ebrei e inevitabilmente distorto da rappresentazioni esterne della cultura e dell'identità ebraica. Per limitare queste distorsioni, il JCC organizza corsi periodici per guide turistiche operanti sul territorio, con un focus sulla cultura ebraica attraverso lo sguardo degli ebrei stessi, ma, essendo la loro frequenza puramente volontaria, sono consapevoli che molte guide non desiderano partecipare a questi corsi e il JCC non ha la possibilità di controllare o monitorare ciò che le guide, con o senza formazione specifica, illustrano ai turisti.

Durante le interviste, le rappresentazioni standardizzate e semplificate della cultura ebraica che si ritrovano nei ristoranti, nei negozi e nelle vie di Kazimierz sono state stigmatizzate come iniziative meramente commerciali. Tuttavia, la tolleranza prevale sul risentimento. Gli intervistati generalmente ritengono che i turisti cerchino quel tipo di esperienza, nella convinzione che ciò che vedono, mangiano e ascoltano sia «autenticamente ebraico». Anche quando i ristoranti organizzano rievocazioni dello Shabbat e servono perfino carne di maiale, ostentando deliberatamente e superficialmente simboli religiosi e scritte in ebraico per attirare i turisti, questo non suscita ostilità da parte della comunità ebraica:

La musica klezmer e le vecchie ricette degli anni Trenta, o la musica israeliana e il cibo mediorientale, non ci rappresentano. Siamo ebrei di Cracovia che vivono una vita normale nel presente e vorremmo presentarci così (Rappresentante della comunità ebraica 1).

Non siamo turbati quando vediamo turisti che vengono attirati da quelle messinscene. Non è nostra missione cambiare la natura del turismo (Rappresentante della comunità ebraica 2).

Nel complesso, attraverso le interviste, la priorità per la comunità ebraica di Cracovia è risultata essere la vita comunitaria, non il turismo. Di conseguenza, l'esperienza dei turisti nell'area e la rappresentazione della storia e della cultura ebraica, in termini di autenticità, non sono per loro una grande preoccupazione. Oltre a ciò, la comunità non ha comunque le risorse finanziarie o umane per gestire alcuna attività significativa orientata al turismo.

4.2. Gli altri stakeholder

Altri attori locali, come guide turistiche, personale museale e organizzatori di festival, tutti non-ebrei, hanno espresso consapevolezza dei problemi legati all'autenticità e alla mercificazione del patrimonio culturale ebraico,

così come di altre dimensioni critiche legate alla gentrificazione e alla partecipazione della società civile locale. Le guide turistiche intervistate hanno osservato come i turisti in visita a Kazimierz lo combinino spesso con Auschwitz-Birkenau, e tendano a vedere queste testimonianze di vita, morte e rinascita come una sorta di itinerario simbolico basato su narrazioni semplificate, all'interno di un'esperienza di viaggio più ampia che comprende anche visite piuttosto standardizzate al centro storico di Cracovia, visto come una sorta di vetrina della storia e dell'identità polacca.

Spesso visitano Auschwitz durante il giorno e cenano nei ristoranti a tema ebraico la sera, una sorta di pacchetto di esperienze legate all'ebraismo all'interno della loro vacanza. [...] Probabilmente sanno che questa esperienza di vita e cultura ebraica non è autentica, ma sembra che non gli importi troppo (Guida locale 1).

Non ci aspettiamo che i turisti vogliano seguire complesse lezioni di storia, o essere coinvolti nei dibattiti circa l'identità e la religione. Si aspettano una narrazione semplice e accessibile all'interno di un viaggio di piacere (Guida locale 2).

I musei locali propongono una rappresentazione più rigorosa della storia e del patrimonio ebraico al fine di frenare gli eccessi commerciali che li circondano. Mentre il museo di storia situato nella Sinagoga Vecchia mostra un ritratto tradizionale della religione e delle tradizioni ebraiche, il museo degli ebrei della Galizia si concentra su una mostra di fotografie artistiche e ospita una libreria, un caffè e vari eventi, inclusi concerti, esposizioni temporanee e laboratori didattici. Quindi, offrono due esperienze complementari, che possono essere ulteriormente combinate con i musei sull'Olocausto di Podgórze. Per quanto riguarda il turismo, lo staff dei musei mantiene un approccio pragmatico e sottolinea anche alcune dimensioni positive dello sviluppo turistico nell'area:

Durante l'era comunista, Kazimierz era un quartiere povero, trascurato e persino pericoloso. Ora è la parte più viva della città, attira turisti e gente del posto. Siamo parte di questa rinascita (Staff museale).

Gli organizzatori dei festival hanno mostrato approcci parzialmente divergenti: il festival principale – *Jewish Culture Festival* – sta gradualmente passando da performance di arte e musica tradizionali a dimensioni più contemporanee aperte a influenze israeliane, americane ed europee, mentre il festival alternativo – *FestivAlt* – sperimenta espressioni artistiche più legate a un'identità ibrida ebraico-polacca – *FestivAlt; Jewish Culture Festival Krakow*. Gli organizzatori di entrambi i festival criticano le rappresentazioni mercificate e standardizzate della cultura ebraica che avvengono nel quartiere, ma mostrano anche tolleranza.

Il turismo è business, gli imprenditori offrono ai turisti quello che cercano. [...] Noi offriamo a turisti e gente del posto un'esperienza alternativa e più profonda (Personale organizzatore del *Jewish Culture Festival Krakow*).

5. Conclusioni

I problemi legati alla mercificazione, alla banalizzazione e alla mancanza di autenticità sono probabilmente inevitabili quando luoghi e memorie diventano attrattori di turismo di massa. Nell'analisi di questo fenomeno, va tenuto conto del fatto che molti visitatori tendono a cercare una narrazione e una rappresentazione estremamente semplificate e non distinguono tra realtà e rappresentazione scenica.

Fino a che punto la mancanza di autenticità è un problema? Molti turisti non assaggeranno cibo kosher e non ascolteranno la stessa musica che ascoltano i giovani ebrei polacchi. Tuttavia, impareranno molte cose sulla cultura ebraica e sulla storia europea che non avrebbero imparato altrimenti. La memoria degli ebrei di Cracovia è tenuta viva attraverso queste diverse esperienze e unità paesaggistiche, sebbene siano filtrate e deformate da mediatori non ebrei. Una conoscenza limitata, attraverso esperienze semplificate e varie forme di appropriazione culturale in termini di musica, simboli, paesaggio o narrazioni, è probabilmente meglio dell'oblio o dell'indifferenza, e la comunità ebraica di Cracovia sembra consapevole di questo, così come la maggior parte degli altri *stakeholder* interessati alla conservazione e promozione del patrimonio ebraico. Dopotutto, poiché

la storia e l'identità ebraiche sono sempre più percepite come parte di una più ampia storia e identità polacca o europea, è inevitabile che i non ebrei aggiungano le proprie visioni, preferenze, abitudini e obiettivi nella fruizione di questo patrimonio.

I lati positivi e negativi della mercificazione e della commercializzazione trascendono le comunità interessate e producono così un caleidoscopio trasversale di esperienze, conflitti e progettualità.

Bibliografia

- Bredin M., *Cultural Appropriation*, in Donsbach W. (a cura di), *The International Encyclopedia of Communication*, Malden, Blackwell, 2008, III, pp. 1095-1100.
- Cherry R., Orla-Bukowska A. (a cura di), *Rethinking Poles and Jews: Troubled Past, Brighter Future*, Lanham, Rowman and Littlefield, 2007.
- Corsale A., *Jewish Heritage Tourism in Krakow: Authenticity and Commodification Issues*, in «Tourism and Hospitality», 2021, 2, pp. 140-152.
- Duda E., *Jewish Cracow: A Guide to the Historical Buildings and Places of Remembrance*, Cracovia, Vis-a-vis/Etiuda, 2003. Festivalt, www.festivalt.com.
- Gebert K., *Jewish Identities in Poland: New, Old, and Imaginary*, in Webber J. (a cura di), *Jewish Identities in the New Europe*, Oxford, Littman Library of Jewish Civilization, 1994, pp. 161-167.
- Gertner R.K., *The Impact of Cultural Appropriation on Destination Image, Tourism, and Hospitality*, in «Thunderbird International Business Review», 2019, 61, pp. 873-877.
- Goulding C., *The Commodification of the Past, Postmodern Pastiche, and the Search for Authentic Experiences at Contemporary Heritage Attractions*, in «European Journal of Marketing», 2000, 34, pp. 835-853.
- Grayson K., Martinec R., *Consumer Perceptions of Iconicity and Indexicality and Their Influence on Assessments of Authentic Market Offerings*, in «Journal of Consumer Research», 2004, 31, pp. 296-312.
- Hallam E., Street B.V. (a cura di), *Cultural Encounters, Representing Otherness*, Londra, Routledge, 2000.
- Howes D. (a cura di), *Cross-Cultural Consumption. Global Markets, Local Realities*, Londra, Routledge, 1996.
- Jewish Community Center Krakow, www.jcckrakow.org.
- Jewish Culture Festival Krakow, www.jewishfestival.pl/en.
- Jewish Religious Community Krakow, www.gwzkrakow.pl/en.
- Kirshenblatt-Gimblett B., *Destination Culture: Tourism, Museums, and Heritage*, Berkeley, University of California Press, 1998.
- Maccannell D., *Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings*, in «American Journal of Sociology», 1973, 79, pp. 589-603.
- Maccannell D., *The Ego Factor in Tourism*, in «Journal of Consumer Research», 2002, 29, pp. 146-151.
- Makuch J., *The Jewish Culture Festival: Between two worlds*, in Murzyn-kupisz M., Purchla J. (a cura di), *Reclaiming Memory: Urban Regeneration in the Historic Jewish Quarters of Central European Cities*, Cracovia, International Cultural Center, 2009, pp. 43-50.
- Municipal tourism website Krakow, www.krakow.pl.
- Murphy P.E., *Tourism: A Community Approach*, New York, Methuen, 1985.
- Murzyn-Kupisz M., Purchla J. (a cura di), *Reclaiming Memory: Urban Regeneration in the Historic Jewish Quarters of Central European Cities*, Cracovia, International Cultural Center, 2009.
- National tourism website Poland, www.poland.pl.
- Neal J.D. e altri, *The Role of Satisfaction with Leisure Travel/Tourism Services and Experience in Satisfaction with Leisure Life and Overall Life*, in «Journal of Business Research», 1999, 44, pp. 153-163.
- Nowakowski J., *A Guide to Schindler's Kraków*, Cracovia, Galicia Jewish Museum, 2010.
- Russell D.W., *Nostalgic Tourism*, in «Journal of Travel & Tourism Marketing», 2008, 25, pp. 103-116.
- Tosun C., *Limits to Community Participation in the Tourism Development Process in Developing Countries*, in «Tourism Management», 2000, 21, pp. 613-633.
- Tunbridge J.E., Ashworth G.J., *Dissonant Heritage: The Management of the Past as a Resource in Conflict*, Chichester, Wiley & Sons, 1996.
- Urry J., *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*, Londra, Sage, 1990.
- Webber J., Schwarz C., *Rediscovering Traces of Memory: The Jewish Heritage of Polish Galicia*, Oxford, Littman Library of Jewish Civilization, 2018.
- Young J.O., Brunk C.G., *The Ethics of Cultural Appropriation*, Chichester, Wiley-Blackwell, 2009.