

## «C'era una volta... e c'è ancora»: la narrazione dell'autenticità nel progetto «Comunità Ospitali» dell'Associazione «Borghi autentici d'Italia»

Il presente lavoro riguarda la narrazione dell'autenticità promossa dall'Associazione «Borghi autentici d'Italia» nel libro intitolato *I racconti delle Comunità Ospitali*. Attraverso una metodologia induttiva basata sull'analisi dei titoli, del corredo fotografico, della diegesi, della quantità e qualità dei sedimenti materiali e immateriali, intendiamo esaminare l'intreccio semantico di ciascuno dei trentasei racconti presenti nel testo, puntando a mettere in luce le core competenze dei sistemi territoriali protagonisti del processo di autenticazione e a valutare l'impulso che diverse tipologie di narrazione possono dare allo sviluppo di due competenze fondamentali: «fare società locale» (Magnaghi, 2013, p. 80) e «coltivare l'amor loci» (Pileri e Granata, 2012), condizioni necessarie per l'innescamento di una «patrimonializzazione contestualizzata» (Emanuel, 1999, p. 316) sostenibile e condivisa.

### «Once upon a Time... and there is still»: The Authenticity Storytelling in the «Comunità Ospitali» Project of «Borghi autentici d'Italia» Association

This study assesses the authenticity storytelling promoted by «Borghi autentici d'Italia» Association thanks to the book entitled *I racconti delle Comunità Ospitali*. We use an inductive methodology in order to analyse the tales titles, the pictures attached, the diegesis, as well as the quantity and quality of tangible and untangible elements considered in each of the thirtysix tales. By using such approach, we intend to point out the local systems core competences that trigger the authenticity processes; furthermore, we aim to evaluate how diverse types of narratives can foster the development of two foundational competences: «to make local society» (Magnaghi, 2013, p. 80) and «nurture amor loci» (Pileri and Granata, 2012), which are necessary to the implementation of a sustainable and shared «contextualized patrimonialisation» (Emanuel, 1999, p. 316).

### « Il était une fois... et il est encore » : la narration de l'authenticité dans le projet « Comunità Ospitali » de l'Association « Borghi autentici d'Italia »

Ce travail concerne la narration de l'authenticité promue par l'Association « Villages authentiques d'Italie » à travers le livre intitulé *I racconti delle Comunità Ospitali*. Utilisant une méthodologie inductive basée sur l'analyse des titres, du matériel photographique, de la diégésis, de la quantité et de la qualité des sédiments matériels et immatériels, nous avons l'intention d'examiner l'imbrication sémantique de chacune des trente-six histoires du texte, de souligner la compétence centrale des systèmes territoriaux qui sont les protagonistes du processus d'authentification et d'évaluer l'impulsion que différents types de narration peuvent donner au développement des deux compétences clés : « faire la société locale » (Magnaghi, 2013, p. 80) et « cultiver l'amor loci » (Pileri et Granata, 2012), conditions nécessaires au déclenchement d'une « patrimonialisation contextualisée » durable et partagée (Emanuel, 1999, p. 316).

**Parole chiave:** autenticità, sviluppo turistico locale, storytelling, progetto «Comunità Ospitali»

**Keywords:** authenticity, local tourism development, storytelling, «Comunità Ospitali» Project

**Mots-clés:** authenticité, développement touristique local, storytelling, projet «Comunità Ospitali»

Fabio Pollice, Università del Salento, Dipartimento di storia, società e studi sull'uomo - [fabio.pollice@unisalento.it](mailto:fabio.pollice@unisalento.it)

Antonella Rinella, Università del Salento, Dipartimento di storia, società e studi sull'uomo - [antonella.rinella@unisalento.it](mailto:antonella.rinella@unisalento.it)

Francesca Rinella, Università di Bari Aldo Moro - [francesca.rinella@uniba.it](mailto:francesca.rinella@uniba.it)

Federica Epifani, Università del Salento, Dipartimento di storia, società e studi sull'uomo - [federica.epifani@unisalento.it](mailto:federica.epifani@unisalento.it)

**Nota:** i paragrafi 1 e 3 sono da attribuirsi ad Antonella Rinella, il paragrafo 2 a Francesca Rinella, il paragrafo 4 a Federica Epifani e i paragrafi 5 e 6 a Fabio Pollice.



## 1. Introduzione

«Who has the power to endow tourist attractions with authenticity?»: con questa domanda, nella parte iniziale di un loro lavoro di ricerca, Erik Cohen e Scott A. Cohen (2012, p. 1296) si propongono di affrontare da un nuovo punto di vista il tema dell'autenticità che, pur essendo stato avviato quasi mezzo secolo fa da MacCannell (1973 e 1976), non è riuscito a trasformarsi nella pietra miliare di un nuovo paradigma «empatico» nel campo degli studi di sociologia del turismo, finendo per generare divergenti riflessioni teoriche scarsamente propulsive (Cohen, 2007). Secondo gli autori, più che continuare a discutere sulle analogie/dissonanze tra diverse definizioni di autenticità (oggettivista, costruttivista, esistenziale/esperienziale (Gilli, 2017)) e soprattutto sulla opportunità di far ricorso a tale termine (tenuto conto che lo stesso è ormai entrato a far parte del linguaggio dei turisti, degli operatori del settore e delle località riceventi - Belhassen e Caton, 2006), sarebbe interessante costruire un solido tessuto teorico-metodologico capace di far luce sul *processo di autenticazione* attraverso cui una meta turistica «is confirmed as "original", "genuine", "real", "trustworthy"» (*ibidem*). A ben guardare, come evidenzia Rickly-Boyd (2012), già Bendix (1997, p. 21) aveva affrontato tale tematica, sottolineando che le domande «Come è stata utilizzata l'autenticità?» e «Chi ha bisogno dell'autenticità e perché?» apparivano più stimolanti rispetto a quelle inerenti una sua possibile definizione univoca.

Il suggerimento di Erik Cohen e Scott A. Cohen ci sembra prezioso da seguire anche nel campo della ricerca geografica sul turismo «empirico» (Lemmi, 2009, p. 50) o «esperienziale» (Ferrari, 2006; Rossi e Goetz, 2011), il quale nasce dal desiderio «to see life as it is really lived even to get in with the natives» (MacCannell, 1973, p. 592), in particolare concentrando l'attenzione su: gli attori protagonisti del processo di autenticazione e i loro rispettivi ruoli e poteri d'azione - istituzioni pubbliche, residenti, operatori turistici, viaggiatori, ... - ; la natura e la durata delle fasi in cui il processo si articola (e che possono riguardare una, poche o tutte le componenti del *milieu* locale); e, soprattutto, gli effetti virtuosi che lo stesso è in grado di generare nel contesto territoriale oggetto di studio.

Gli autori, inoltre, distinguono due processi di autenticazione, definiti «cool» e «hot». Il primo è generalmente guidato da una istituzione «ufficiale» chiamata a certificare l'autenticità, in

virtù della sua acclarata esperienza, sulla base di un insieme di parametri scientifici e procedure formali, emanando alla fine un unico provvedimento statico che tende a isolare ciò che è oggetto dell'autenticazione «from the flow of everyday life» (Cohen e Cohen, 2012, p. 1303). Al contrario, il processo di «hot» *authentication* - che, come sottolinea Gilli (2017, p. 518), ha caratteristiche *bottom up* - è secondo i Cohen

an immanent, reiterative, informal performative process of creating, preserving and reinforcing an object's, site's or event's authenticity. It is typically an anonymous course of action, lacking a well-recognized authenticating agent. The process of «hot» authentication is emotionally loaded, based on belief, rather than proof, and is therefore largely immune to external criticism [*ibidem*, p. 1300].

Poiché «lo spazio turistico è prima di tutto un'immagine» (Miossec, 1977, p. 55), ogni processo di «hot» *authentication* dovrebbe avere inizio con «una narrazione identitaria dei luoghi che nasca dal territorio e per il territorio e che possa sostenerne lo sviluppo endogeno e autocentrato nel rispetto dei principi della sostenibilità (*narrazione orientativa*)» e che, a sua volta, sappia comunicare l'identità «a coloro che sono portatori di altre culture, vivono in altri contesti, in modo da accrescerne l'attrattività territoriale, spingerli a entrare in contatto con questi luoghi e instaurare un rapporto empatico con essi (*narrazione attrattiva*)» (Pollice, 2017, pp. 108-109).

A nostro avviso, un processo di «hot» *authentication* caratterizzato da una *narrazione orientativa* e *attrattiva* è quello promosso attraverso il progetto «Comunità Ospitali» (CO) dall'Associazione «Borghi autentici d'Italia» (BAI), una rete di circa 250 comuni di piccole-medie dimensioni che si autodefiniscono come «territori e comunità che ce la vogliono fare», «che sono consapevoli di avere risorse e opportunità per individuare nuove strade per uno sviluppo futuro» ([www.borghiautenticiditalia.it](http://www.borghiautenticiditalia.it)), sostenibile e responsabile, e che pongono al centro del proprio disegno la qualità delle relazioni sociali, il paesaggio, la tutela dell'identità, la cultura, le tradizioni, la storia, considerando la collettività locale come il fulcro e l'elemento decisivo del disegno di valorizzazione delle specificità dei luoghi.

Il gruppo dei ventisette comuni promotori del progetto CO, nato nel 2012 e cofinanziato dal MIBACT, è cresciuto soprattutto grazie al «passaparola» tra amministratori locali e, attualmente, sono ben ottanta i comuni che hanno aderito all'i-



niziativa, che affida a tutti i membri della compagine locale il ruolo di promuovere un'accoglienza «speciale», offrendo ai visitatori l'opportunità di diventare cittadini «temporanei», di vivere la dimensione autentica di realtà lontane dai principali itinerari turistici. I pilastri portanti di queste «destinazioni relazionali» sono: la figura professionale del *tutor*, un vero e proprio consigliere e amico che accompagna il cittadino temporaneo in un viaggio tra i vicoli, i saperi e i sapori dei borghi; la Rete ricettiva diffusa (RRD) realizzata attraverso la riqualificazione del patrimonio edilizio abbandonato e degradato; la Casa dell'Ospite, la culla dove «coccolare» i visitatori con il calore dell'ospitalità locale (mostre, degustazioni, laboratori legati alle attività artigianali ecc.); il Cartellone unico degli eventi, una sorta di filo rosso capace di mettere a sistema tutte le proposte di valorizzazione; le Botteghe dei sapori autentici e la Rete dei ristoranti a chilometro zero, dove poter gustare e fare proprie le eccellenze del patrimonio enogastronomico.

Nel maggio 2015, trentasei CO hanno messo in campo una prima attività comune: la redazione di un biglietto da visita unico in forma di libro, in versione cartacea e digitale, intitolato «I racconti delle Comunità Ospitali» (BAI, 2015). Tale forma espressiva mira a presentare una visione d'insieme che vuole privilegiare la raccolta di argomenti minuti, di episodi quotidiani, considerati unici ed essenziali, che riposano nelle pieghe del territorio e che sono stati scelti dagli attori locali durante gli incontri organizzati dai tecnici BAI con i cittadini, gli operatori turistici, gli amministratori di ciascuna comunità, al fine di far emergere gli elementi «esperienziali» condivisi da valorizzare.

Partendo dal presupposto che l'adesione dei Borghi all'Associazione evidenzia un atteggiamento proattivo verso la condivisione simbolico-valoriale e il rafforzamento dei legami di coesione tra i membri della comunità locale a partire dal sentimento di identificazione con il territorio, nel presente lavoro intendiamo esaminare l'intreccio semantico dei trentasei racconti proposti nel volume attraverso una metodologia induttiva basata sull'analisi dei titoli, del corredo fotografico, della diegesi, della quantità e qualità dei sedimenti materiali e immateriali, al fine di mettere in luce le *core competence* dei sistemi territoriali protagonisti del processo di autenticazione e valutare l'impulso che diverse tipologie di narrazione possono dare allo sviluppo di due competenze fondamentali, «fare società locale» (Magnaghi, 2013, p. 80) e «coltivare l'amor loci» (Pileri, Gra-

nata, 2012), condizioni necessarie per l'innescio di una «patrimonializzazione contestualizzata» (Emanuel, 1999, p. 316) sostenibile e condivisa. In conclusione, riporteremo i risultati di una verifica empirica riguardante l'efficacia *orientativa* delle tipologie narrative individuate nel testo, svolta assieme agli studenti del corso di laurea in Manager del Turismo dell'Università del Salento, evidenziando l'utilità di tale supporto didattico nelle strategie di *placetelling*®.

## 2. «Chi ben comincia ...»: la copertina, l'indice e i titoli dei racconti

Cliccando sul *link* «Progetti» presente nel *banner* della *home page* [www.borghiautenticiditalia.it](http://www.borghiautenticiditalia.it) e, a seguire, entrando nella finestra «Comunità Ospitali», è possibile leggere i punti fondamentali del progetto e l'elenco dei borghi che hanno attivato un sito dedicato, di cui si riporta il *link*; seguono le informazioni sull'*e-book* «I racconti delle Comunità Ospitali», edito da Altreconomia nel maggio 2015, che sintetizzano in maniera chiara i contenuti, le finalità e il *target* di turista a cui gli attori locali intendono rivolgersi:

Questo libro raccoglie la storia di 36 «Comunità Ospitali», che fanno parte della rete dei Borghi Autentici d'Italia, destinazioni di viaggio in cui la piazza principale è anche il luogo dove si sta seduti a chiacchierare; dove ai piaceri del palato si aggiunge la condivisione della tavola; dove «sentirsi a casa» non è un modo di dire e il fattore umano esalta la bellezza della natura e dell'arte. In una «Comunità Ospitale» il visitatore smette di essere turista e diventa un vero e proprio «cittadino temporaneo», coinvolto nei gesti di tutti i giorni, nelle tradizioni e nelle storie che attraversano ogni cosa. Scoprire una «Comunità Ospitale» vuol dire ritrovare una dimensione «autentica», quella che da sempre caratterizza i territori «minori»: come la cultura locale, la bellezza di paesaggi ancora incontaminati, l'antico saper fare e il fascino degli antichi mestieri [BAI, 2015, 4a di copertina].

Le trentasei CO (tab. 1), che appartengono a dodici regioni amministrative italiane, interessano quaranta comuni, per la quasi totalità (trentasei) caratterizzati da una soglia demografica che non supera i 5.000 abitanti e che, in alcuni casi (nove), rappresentano dei veri e propri centri abitati «polvere» in cui vivono poche centinaia di abitanti, lontani dai circuiti turistici dotati di un'immagine «vigorosa» (Lynch, 1964); angoli



nascosti o impervi delle Alpi, degli Appennini o dell'entroterra sardo, caratterizzati da un'economia agricolo-pastorale poco redditizia o in crisi, dal declino dei servizi e del commercio, da un forte spopolamento e invecchiamento della popolazione, punti di debolezza che hanno però preservato le forme di organizzazione territoriale e i modi di vita tradizionali dal processo di omologazione della società dei consumi di massa.

Dopo l'acquisto *on line* e l'apertura del libro attraverso l'applicazione «iBooks», la lettura del *colophon* rivela che la foto in copertina, scattata il 2 luglio, giorno della festa chiamata «Sa Gloriosa» (la Madonna delle Grazie, patrona del borgo), mostra l'abito femminile tradizionale e il portone della chiesa di San Leonardo del comune di Masullas. Questa scelta ha un valore semico fondamentale, non solo perché un terzo delle comunità protago-

Tab. 1. «I racconti delle Comunità Ospitali» (BAI, 2015): elenco delle CO secondo il numero d'ordine geografico, per regione e provincia di appartenenza

Regione	Comunità Ospitale (CO)	Pop. res.
Piemonte	1. Saluzzo (CN)	17.258
Lombardia	2. Montesegale (PV)	285
Friuli-Venezia Giulia	3. Sutrio (UD)	1.296
	4. Forni di Sotto (UD)	583
Emilia Romagna	5. Berceto (PR)	2.022
	6. Predappio (FC)	6.287
Umbria	7. Pietralunga (PG)	2.079
	8. Monte Santa Maria Tiberina (PG)	1.156
	9. Fossato di Vico (PG)	2.739
Abruzzo	10. San Valentino in Abruzzo Citeriore (PE)	1.911
	11. Sante Marie e Scurcola Marsicana (AQ)	3.953*
	12. Fara San Martino (CH)	1.379
Molise	13. Pizzone (IS)	312
Campania	14. Casalbuono (SA)	1.168
Puglia	15. Melpignano (LE)	2.218
	16. Palmariggi (LE)	1.495
	17. Minervino di Lecce (LE)	3.602
	18. Salento Autentico (Alessano, Morciano di Leuca, Patù - LE)	11.318*
Basilicata	19. Satriano di Lucania (PZ)	2.432
	20. Aliano (MT)	967
	21. Moliterno (PZ)	3.916
	22. Rotondella (MT)	2.592
Calabria	23. Miglierina (CZ)	747
	24. Melissa (KR)	3.511
Sardegna	25. Aggius (OT)	1.482
	26. Siniscola (NU)	11.531
	27. Galtelli (NU)	2.440
	28. Bolotana (NU)	2.579
	29. Silanus (NU)	2.109
	30. Olzai (NU)	873
	31. Domos Rujas (Bidoni e Sorradile - OR)	506*
	32. Santu Lussurgiu (OR)	2.372
	33. Laconi (OR)	1.855
	34. Masullas (OR)	1.061
	35. Collinas (VS)	829
	36. Sardara (VS)	4.033

\* Somma della popolazione residente nei comuni della CO

Fonte: elaborazione degli autori su dati ISTAT 1 gennaio 2018





niste dei racconti sono sarde, di piccole dimensioni e ubicate nell'entroterra a eccezione di Siniscola, ma anche e soprattutto perché la CO di Masullas ben evidenzia i risultati che si possono raggiungere grazie alla presenza di un amministratore «innovatore» (con caratteristiche analoghe all'imprenditore descritto da Schumpeter, 1932) che assume il ruolo di attore locale «iniziatore» e «pivot» (Governa, 1997, p. 95), come il sindaco Mansueto Siuni, che dal 2005 lotta tenacemente contro lo spopolamento e il declino economico cercando di promuovere un nuovo modello organizzativo dei sedimenti culturali inclusivo e sostenibile, diffondendo nei sistemi locali contermini e non nuove buone pratiche, come il progetto CO.

Nell'indice, dopo la prefazione di Ivan Stomeo, sindaco di Melpignano e presidente dell'associazione BAI fino all'aprile 2019, è possibile leggere i titoli dei racconti, riportati secondo l'ordine alfabetico dei toponimi delle trentasei CO. L'applicazione «iBooks» dota il testo digitale di un *banner* che presenta due comandi per la navigazione veloce: con un semplice «clic», il primo consente di mostrare l'indice e visualizzare il racconto che si desidera leggere, mentre il secondo permette di sfogliare virtualmente il libro in miniatura al piè delle pagine in corso di consultazione. Vi è poi la stringa denominata «Cerca», nella quale è possibile inserire fino a quarantadue caratteri: digitando una o più parole, il *software* è in grado di calcolarne la frequenza e di rendere visibili i capoversi e le pagine in cui compare il termine oggetto dell'indagine.

La lettura dei racconti evidenzia che i titoli hanno il compito di costruire un primo legame relazionale tra *insider* e *outsider* toccando le corde della «nostalgia, del senso di appartenenza, della identificazione e della ricerca di identità» (Gilli, 2009, p. 51); a nostro parere, le scelte fatte nella definizione di quello che indiscutibilmente appare come l'elemento capace più di ogni altro di condizionare il successo/insuccesso dell'intera formula comunicativa, possono essere declinate secondo sei diverse modalità (tab. 2). Alla prima categoria, che abbiamo denominato «spirito dei luoghi», appartengono nove titoli in cui si intende rendere manifesto: *a*) un sedimento immateriale specifico (espressioni nella lingua madre sarda, la Taranta, i babbari e le pacchiane); *b*) un sedimento immateriale astratto/generico (bellezza, festa, canzoni); *c*) un bene culturale materiale (museo, menhir). Al secondo raggruppamento appartengono i titoli scelti da cinque CO (Sutrio, Predappio, Fara San Martino, Salento Autentico, Olzai) per comunicare e condividere

con i cittadini «temporanei», prima di ogni cosa, la componente enogastronomica e artigianale.

Nella categoria «Riferimenti letterari» troviamo la CO di Galtelli, che ha deciso di richiamare nel titolo del proprio racconto il romanzo «Canne al vento» della scrittrice sarda Grazia Deledda, ambientato nel territorio comunale; vi è poi il titolo «Quelli che si fermano ad Aliano», che allude a Carlo Levi e al suo confino trascorso nel comune, culla del romanzo «Cristo si è fermato a Eboli». Non altrettanto noto, ma estremamente suggestivo, è il verso di Forico Pitzolu riportato nel titolo su Bolotana, borgo descritto dal poeta come «vestito di broccato e trecce d'oro». Nella tipologia denominata «riferimenti geografici» rientrano i titoli che citano un componente generico (valle, mare) o puntuale (Appennino, Mainarde molisane, mar Ionio) del paesaggio, mentre quelli della sezione «riferimenti storici» evocano il medioevo (CO di Montesegele e CO di Monte Santa Maria Tiberina) e l'impero romano (cui si riferisce il toponimo Helvillum - antica denominazione di Fossato di Vico).

L'ultima categoria, che abbiamo definito «evocativo-sensoriale», è composta da undici titoli «ermetici», che non rivelano nessun elemento precipuo del luogo (a differenza di quelli dei raggruppamenti precedenti), ma, piuttosto, mirano a incuriosire il turista esperienziale richiamando un'atmosfera speciale («Un borgo di carattere»), in cui la vita fiorisce e si rinnova («Quando arriva la primavera») restando ricca di sapori, saperi, profumi e suoni antichi non ancora perduti («I ricordi che tutti vorrebbero»). Non manca un pizzico di mistero, come quello creato dal titolo «Perdersi nel rosso», che può suggerire al lettore l'immagine del vino, dell'alba, del tramonto, di un campo di papaveri; invece, leggendo il racconto si scopre che si fa riferimento alla tinta della trachite, la pietra locale di cui sono fatte le dimore delle CO di Bidoni e Sorradile (che si chiama per l'appunto «Domos Rujas»). Ancor più intrigante è quello di ispirazione shakespeariana scelto dalla CO di Satriano di Lucania («La foresta che cammina»), su cui ci soffermeremo in seguito (paragrafo 3).

### 3. Le tessere del puzzle narrativo

L'e-book è composto da 193 pagine; i trentasei racconti sono lunghi cinque o sei facciate, ciascuna di circa 2.000 battute. Ogni CO indica alla fine del racconto la dimensione demografica e l'altitudine del centro abitato, riportando anche l'indirizzo



web del sito comunale e in un terzo dei casi altri riferimenti sitografici utili (relativi a Enti Parco, Fondazioni, Proloco).

Il linguaggio della «graficità» (Balchin, 1972) si esprime attraverso un corredo fotografico formato da 111 illustrazioni (quasi sempre tre per ogni CO), mentre mancano documenti cartografici, che sarebbero stati sicuramente utili per consentire al lettore, in maniera efficace e immediata, di cogliere l'idea del «fare rete» che ispira il progetto, consentendogli di ampliare la propria carta mentale del territorio italiano e di compiere qualche va-

lutazione preliminare sulla vicinanza/lontananza delle singole CO dai propri luoghi di vita (residenza, lavoro, vacanza abituale ecc.). Quasi tutte le CO (ventinove) decidono di dedicare almeno una fotografia (in genere quella iniziale nella prima pagina del racconto) a una visione d'assieme del centro abitato, nella maggior parte dei casi ripreso da un belvedere. I borghi sembrano piccole gemme preziose, che riposano tranquillamente sotto un cielo di un azzurro intenso privo di nubi, per lo più poste ai piedi di montagne/colline e immerse nel verde brillante della rigogliosa ve-

Tab. 2. «I racconti delle Comunità Ospitali» (BAI, 2015): suddivisione dei titoli per tipologia (per il numero d'ordine geografico delle CO si veda la tabella 1)

Tipologia	Titolo racconto	n.° CO
Spirito dei luoghi	Canzoni che raccontano un luogo	14
	La prima Taranta non si scorda mai	15
	Che la festa cominci	26
	Il museo che non ti aspetti	21
	Passeggiando tra storie, babbari e pacchiane	23
	Una bellezza «feroce»	25
	Tiu Antoni e il vulcano	32
	Il menhir ospitale	33
	Sa Idda da Predi Antiogu	34
Produzioni locali	Scolpito nel legno	3
	La culla del Sangiovese	6
	Il paese dell'acqua e della pasta	12
	Profumo di biscotti	18
	Il granaio della Sardegna	30
Riferimenti letterari	Quelli che si fermano ad Aliano	20
	Le canne oscillano ancora al vento	27
	Paese mio «vestito di broccato e trecce d'oro»	28
Riferimenti geografici	Perla dell'Appennino	5
	Nella valle dei colori	7
	Tra le Mainarde molisane e Chicago	13
	Una casa sul mare	17
	Un balcone sullo Ionio	22
Riferimenti storici	Il dolce Medioevo in Oltrepò	2
	L'antico feudo che rivive per noi	8
	Helvillum Cronache dal passato tra storia e leggenda	9
Evocativo-sensoriale	Un borgo di carattere	1
	In volo sul borgo	4
	Gli opposti che si attraggono	10
	Quando arriva la primavera	11
	L'ospite temporaneo	16
	Libera e dolce	24
	La foresta che cammina	19
	I ricordi che tutti vorrebbero	29
	Perdersi nel rosso	31
	Un'emozione genuina	35
La luna in fondo al pozzo	36	

Fonte: elaborazione degli autori



getazione. Vengono scelte immagini scattate in di soleggiati; solo due volte si opta per un panorama notturno suggestivo (Scurcola Marsicana, Fara San Martino). Numerose sono le foto dedicate ai beni culturali materiali (chiese, abbazie, palazzi, musei, portali, fontane, fregi ecc.: trentaquattro), ai sedimenti immateriali ancorati al passato quali feste, sagre, prodotti tipici locali (quindici) e, in particolare, costumi tradizionali (nove) le cui immagini sono una prerogativa delle CO sarde. Non mancano fotografie che catturano scene di vita quotidiana (ventiquattro), invitando il lettore a osservare artigiani al lavoro, attività economiche locali, volti di residenti ecc.

È importante evidenziare la pregevole sintonia esistente tra i titoli e gli scatti fotografici. I testi i cui titoli rientrano nelle tipologie «spirito dei luoghi», «produzioni locali» e «riferimenti geografici» (tab. 2) presentano sempre un'immagine del sedimento materiale o immateriale «simbolo» della comunità. Melpignano dedica due fotografie a «La Notte della Taranta»; Predappio («La culla del Sangiovese») sceglie di dare rilievo all'immagine dei vigneti; Pizzone («Tra le Mainarde molisane e Chicago») riserva tutti i suoi scatti alla flora e alla fauna della catena montuosa (due immagini d'insieme dei boschi e il primo piano di un camoscio); infine, Sutrio riporta le foto di un tetto intagliato, di un artigiano al lavoro e dell'abitato dominato dal colore scuro del legno.

La ricerca delle parole chiave con l'applicazione «iBooks» evidenzia la volontà delle CO di rappresentare il territorio come un sistema di appartenenza fortemente ancorato al passato: il termine più frequente, infatti, è «tradizione» (129) - al quale si collegano i lemmi «ricordo» e «memoria»: quarantaquattro -, valore fondamentale che bisogna comunicare («raccontare»: novantatré), reinterpretare e fare vivere nel contesto attuale; segue il gruppo di voci che rimandano all'unicità della tradizione stessa («autentico», «tipico», «semplice», «genuino», «identitario»: ottantasei), alla qualità dell'accoglienza che contraddistingue la comunità («ospitale»: sessantasei), piccola, ma animata da eventi coinvolgenti («festa», «canto», «ballo»: 129) e da gusti ancora tutti da scoprire («sapori», «cucina», «vino», «cibo», «piatti», «olio»: ottantasette). Il richiamo al paesaggio (sessantasette) non è mai meramente estetico, ma piuttosto cerca di evocare la sensazione di pace e di benessere che si può provare in un contesto armonioso di componenti fisici e antropici ancora incontaminati.

Per nessuno dei racconti viene indicato un autore: nell'ultima pagina dell'*e-book* sono riportati in ordine alfabetico i nomi delle persone fisiche (generalmente amministratori e *tutor* delle CO) che hanno contribuito alla stesura del testo, proprio a testimoniare la coralità della narrazione fatta *da* ciascuna comunità *per* le comunità e i cittadini «temporanei».

I racconti del testo contengono una o più delle seguenti «esortazioni-invito» rivolte al turista esperienziale: *a) assaporare l'enogastronomia* intesa come risultato di una tradizione inestimabile che ha radici antiche (Finocchi, 2010); *b) esplorare* la storia dei luoghi, attraverso la conoscenza approfondita dei beni materiali e immateriali stratificatisi nelle pieghe del territorio; *c) vivere* gli usi e i costumi, le attività artigianali, gli eventi, i possibili itinerari da percorrere e i laboratori cui partecipare, ponendosi sulla stessa lunghezza d'onda delle comunità e condividendo emozioni ed esperienze originali e inclusive.

La maggior parte dei racconti intende presentare un ampio ventaglio di sedimenti materiali e immateriali e di esperienze da compiere nei borghi (escursioni, passeggiate nel centro storico, feste, sagre, degustazioni enogastronomiche, visite a musei o parchi ecc.). Soltanto tre comunità decidono di incentrare la loro narrazione su una sola *core competence*: Aliano punta sul Parco Letterario «Carlo Levi», mentre Melpignano dedica le pagine del testo al festival «La Notte della Taranta»; Satriano di Lucania, invece, sceglie la maschera silente del «rumit», l'uomo-albero che, nell'ultima domenica che precede il Martedì grasso, gira ricoperto di edera per le strade del borgo strusciando sulle porte delle abitazioni un bastone coronato da un ramo di pungitopo (detto «fruscio»), ottenendo in cambio piccoli doni dagli abitanti. Questa scelta di identificare la narrazione della comunità con un solo simbolo è probabilmente legata al fatto che tali sedimenti sono già oggetto di un processo di «patrimonializzazione contestualizzata» (Emanuel, 1999), cominciata nel 1998 per il festival «La Notte della Taranta» e per il Parco Letterario «Carlo Levi», e in tempi più recenti per il rito del «rumit» del Carnevale di Satriano di Lucania: infatti, quest'ultima tradizione, la cui origine si perde nella notte dei tempi, è tornata a vivere dal 2013 grazie alla cine-istallazione dell'artista Michelangelo Frammartino denominata «Alberi - Rifondazione di un rito» esposta al MoMA di New York. A partire da tale anno, il rito è stato riproposto dai giovani satrianesi



per lanciare un messaggio ecologista universale che è un rovesciamento dei valori, una rivoluzione copernicana: ristabilire un rapporto antico con la terra per rispettare gli uomini e le donne che lo abiteranno in futuro [...], per tenere ben salde le radici e proiettarsi verso il cielo, proprio come alberi [BAI, 2015, pp. 176-177].

«La foresta che cammina», composta da 131 figuranti (tanti quanti sono i comuni lucani) è stata inserita come buona pratica nel modello di sostenibilità degli eventi di Aarhus, capitale europea della cultura 2017; tra maggio e giugno 2018 la maschera satrianese del «rumit» ha attraversato in bici elettrica tutta l'Europa per rappresentare Matera capitale europea della cultura 2019 al festival della sostenibilità di Samso, in Danimarca ([www.basilicataturistica.it](http://www.basilicataturistica.it)).

#### 4. La messa in scena dei racconti: analogie e difformità

La tabella 3 riporta la suddivisione dei racconti secondo la tipologia prevalente di narrazione. In quindici casi, possiamo definire i testi frutto di una narrazione eterodiegetica «generale» perché colui che narra, sconosciuto al lettore, si trova all'esterno della CO e fa un uso esclusivo del discorso indiretto e delle forme impersonali dei verbi, presentando una sorta di resoconto dei sedimenti materiali e immateriali composto prevalentemente da sequenze espositivo-informative statiche, privo di indicazioni temporali e apparentemente scevro dall'influenza di filtri percettivi (una sorta di *showing* più che di *telling*).

In altri nove casi abbiamo definito l'eterodiegesi «parziale» perché, sebbene il narratore descriva dall'esterno la CO utilizzando il discorso indiretto (tranne nel caso di Galtelli, il cui racconto si conclude con le testimonianze virgolettate di due cittadini «temporanei»), lo fa anche e/o esclusivamente attraverso uno o più protagonisti, dei quali a volte rende noti alcuni tratti (nome, età, professione, ...) e che fa muovere e agire all'interno del borgo in un preciso contesto temporale. Ad esempio, nel racconto di Fossato di Vico il lettore viene portato indietro fino al 220 a.C., al tempo di Caio Flaminio, e può seguire la leggenda legata a Menco, profondo conoscitore del territorio mentre fa da guida a cartografi e architetti inviati dal console a studiare il percorso della futura Via Flaminia. Il testo di Aliano riporta alcune sequenze dedicate a Carlo Levi, al confino nel territorio

comunale nel 1935-1936. Ancora, la parte finale del racconto di Moliterno vede come protagonista Pasquale, che si occupa attualmente della Casa Museo intitolata a suo nonno, Domenico Aiello.

Alcune CO scelgono di dare centralità per tutto il racconto a un solo protagonista: ad esempio Mario che, dopo aver letto il «Il Muto di Gallura», decide di visitare i luoghi descritti dall'autore e arriva ad Aggius il 15 maggio, durante la «Festa di mezu maggju»; oppure Antonio che, in occasione della festa del santo patrono di cui porta il nome, dopo trent'anni torna dalla Svizzera a Silanus, paese dei suoi nonni dove da bambino era solito trascorrere le vacanze; o ancora Mattia, nativo di Alessano, laureato a Pisa e residente in Brianza, che sentendo nostalgia della terra dove sua nonna era pasticcera e sfornava i «mustazzuoli», decide di tornare alle origini, di cambiare professione e di trasformare la casa di famiglia di Alessano in un B&B. A volte, vengono forniti dei dettagli che rendono il lettore certo dell'esistenza reale di tali personaggi, come nel caso del testo di Rotondella, che riporta una foto dei due protagonisti, Massimiliano e Angela, i quali dalla Toscana si sono trasferiti in Basilicata aprendo un bar in questa piccola località.

Sono poi presenti sette racconti caratterizzati da una narrazione allodiegetica: l'uso degli avverbi, dei pronomi, degli aggettivi («qui», «noi», «la nostra comunità», «le nostre campagne» ecc.) o un'aperta dichiarazione dell'autore protagonista (come nel caso del racconto di Siniscola), rivelano che chi narra, anche se resta sconosciuto, si trova nel borgo. Solo nel testo di Minervino di Lecce il narratore è diverso dal protagonista: infatti, il primo incontra in un bar di questa località Pino, fotografo milanese che ha scelto di vivere lì, e ne ascolta la storia, che viene riferita ai lettori tramite l'uso del discorso indiretto, che domina tutti i testi di questa categoria.

Nell'ultima tipologia ritroviamo cinque narrazioni autodiegetiche, nelle quali il narratore coincide con il protagonista, utilizza la prima persona singolare/plurale e illustra l'esperienza direttamente vissuta nella CO, spesso usando il tempo presente dei verbi e facendo provare al lettore la sensazione di trovarsi lì accanto ad assaporare, vivere, esplorare le eccellenze del territorio. Leggendo alcuni di questi testi possiamo assistere all'incontro con i residenti «veri», come Nunzia, maestra di scuola elementare di Casalbuono, di cui si riporta una fotografia, o come Luciano, *tutor* di Bolotana. Il racconto di quest'ultima CO riesce a sintetizzare in maniera particolarmente efficace





tutti gli elementi che compongono il progetto: la possibilità di entrare in contatto con il *tutor* attraverso il sito, di ricevere il benvenuto della comunità nella Casa dell'Ospite assaggiando piatti tipici, l'opportunità di esplorare sia il centro abitato che l'incontaminato sistema di beni ambientali (attraverso una passeggiata in bici nel parco *Pa-bude*) e di vivere con la comunità, preparando insieme alle anziane signore la cena. In questo caso, il protagonista sceglie di visitare la CO spinto dal ricordo della poesia di Forico Pitzolu che la sua maestra di origini bolotanesi leggeva nella scuola elementare del «Continente» per presentare il suo borgo natale. Nel caso del racconto della CO di Santu Lussurgiu, il protagonista è un turista esperienziale appassionato dell'entroterra sardo, che sarà guidato nel borgo da Antonio, un anziano che gli aprirà le porte della sua semplice dimora. In un altro racconto, invece, quasi per magia i due protagonisti, Sebastiano e Maria, marito e moglie, smarriscono la direzione del loro viaggio e si ritrovano davanti al lago *Omodeo* della CO di *Domos Rujas*, dove interagiranno con diversi abitanti (per lo più anziani), decidendo di pernottare e gustando il ritmo lento, i sapori e gli eventi della vita quotidiana dei due piccoli borghi di *Bidonè* e *Sorradile*. Nel racconto di *Berceto*, stralci di discorsi diretti tra diversi cittadini «temporanei» si alternano a sequenze descrittive di approfondimento sui sedimenti materiali e immateriali presenti nel borgo. Infine, la modalità narrativa scelta dalla CO di *Sante Marie* e *Scurcola Marsicana* vede protagonista una donna residente nel borgo che in una giornata di primavera si reca a raccogliere gli asparagi in montagna e, quasi tra sé e sé, parlando in prima persona e al presente, descrive

il suo percorso, ma soprattutto lo stato d'animo e l'amore che prova per la sua terra natale, annullando la distanza narrativa e dando al lettore la sensazione di trovarsi *in media res*, di «poter entrare» nella mente della protagonista, riuscendo a comprendere pienamente l'essenza identitaria di questa comunità ospitale.

### 5. I racconti delle Comunità Ospitali nelle strategie didattiche di *Placetelling*<sup>®</sup>

Per testare l'approccio metodologico fin qui illustrato, nella parte applicativa dell'insegnamento di *Geografia del turismo II*, attivato nell'a.a. 2018-2019 nel corso di laurea triennale di *Manager del Turismo (L15)* dell'Università del Salento, sulla base dei contenuti presentati nella parte teorica, gli studenti frequentanti sono stati chiamati a sviluppare un *project work* (individuale e/o di gruppo), sotto la guida e la supervisione scientifica dei docenti e utilizzando tecniche di *cooperative learning*, finalizzato: a) all'osservazione diretta e indiretta di una realtà comunale del «vicino» a loro scelta; b) allo studio dei sedimenti materiali e immateriali presenti; c) all'elaborazione di una prima fase di «hot» *authentication* attraverso la redazione di un racconto ispirato alla metodologia del progetto BAI «Comunità Ospitali».

Come situazione motivante abbiamo scelto di leggere e commentare con gli studenti l'indice del volume, procedendo a un *brainstorming* volto a evidenziare il ventaglio di emozioni e sensazioni visive, uditive e cinestesiche che i titoli dei racconti sono in grado di evocare. Gli studenti hanno poi esaminato i testi relativi alle CO salentine,

Tab. 3. «I racconti delle Comunità Ospitali» (BAI, 2015): tipologia di narrazione

Narrazione	CO
Eterodiegetica «generale»	Fara San Martino (CH); Forni di Sotto (UD); Laconi (OR); Masullas (OR); Melissa (KR); Melpignano (LE); Miglierina (CZ); Monte Santa Maria Tiberina (PG); Olzai (NU); Palmariggi (LE); Pietralunga (PG); Sardara (VS); San Valentino in Abruzzo Citeriore (PE); Satriano di Lucania (PZ); Sutrio (UD)
Eterodiegetica «parziale»	Aggius (OT); Aliano (MT); Berceto (PR); Fossato di Vico (PG); Galtelli (NU); Moliterno (PZ); Rotondella (MT); Salento Autentico (LE); Silanus (NU)
Allodiegetica	Collinas (VS); Minervino di Lecce (LE); Monte Santa Maria Tiberina (PG); Saluzzo (CN); Siniscola (NU); Pizzone (IS); Predappio (FC)
Autodiegetica	Bolotana (NU); Casalbuono (SA); Domos Rujas (OR); Santu Lussurgiu (OR); Sante Marie; Scurcola Marsicana (AQ)

Fonte: elaborazione degli autori



che forniscono esempi di narrazione allodiegetica (Minervino di Lecce), eterodiegetica «generale» (Melpignano, Palmariggi) e «parziale» (Salento Autentico) (tab. 3). All'osservazione indiretta del «vicino», è stata affiancata quella del «lontano», che è consistita nella lettura dei racconti i cui titoli avevano catturato in modo particolare l'attenzione dei corsisti: si tratta dei testi delle CO di Aggius («Una bellezza "feroce"»), Domos Rujas («Perdersi nel rosso») e Bolotana («Paese mio "vestito di broccato e trecce d'oro"»); questi ultimi due racconti hanno consentito di fornire esempi di narrazione autodiegetica (tab. 3).

In particolare, quattro dei lavori di ricerca prodotti dai corsisti potrebbero essere davvero considerati come la base di partenza di una narrazione *orientativa* e *attrattiva* del *milieu* locale, efficace nella scelta dei titoli, nella struttura del testo, nell'individuazione delle *core competence* locali effettuata attraverso un'accurata e ampia raccolta di fonti quantitative e qualitative (tab. 4). In particolare, il racconto allodiegetico su Mesagne, il cui titolo rientra nella categoria «evocativo-sensoriale», proietta il lettore a fianco del protagonista, presumibilmente un giovane adulto in viaggio verso il borgo per vendere un terreno agricolo del nonno, fermo in una stradina sperduta in campagna per un guasto alla propria autovettura. Giunge in suo soccorso Umberto, un anziano contadino, che si trasforma nella sua guida nell'agro e nel centro storico mesagnese. Gli studenti affidano a due lunghi passi in lingua madre, la stessa utilizzata per il titolo, la descrizione della Piazza IV Novembre e dell'antico mestiere del lampionaio.

Nel racconto dedicato a Erchie, la protagonista/narratrice è una ragazza che decide di visitare il paese natale di sua nonna, dove non è mai stata prima, il 13 dicembre, giorno della festa patronale di Santa Lucia, una delle date più importanti nella vita del borgo. Il racconto autodiegetico, il cui titolo riguarda lo «spirito del luogo», presenta sequenze dialogiche tra la narratrice, la sua amica ospite di nome Sara e l'anziano barista Ottavio, che offre alle ragazze il gelato tipico; il testo riesce a dare la giusta centralità al sedimento materiale citato nel titolo, le «mattre», casse di legno di forma rettangolare su cui generalmente si impasta il pane, che in occasione della festa vengono sistemate nella piazza principale e ricoperte di pietanze tipiche, benedette e poi regalate a parenti e amici.

Nel racconto allodiegetico su Nardò intitolato

«L'ora dei ricordi» (categoria «evocativo-sensoriale» tab. 4), gli studenti scelgono come protagonista un anziano di nome Vito che, seduto su una panchina della piazza principale racconta ai narratori/autori, attraverso alcune tappe fondamentali della sua vita, i beni ambientali e culturali del borgo. Il racconto è stato presentato in forma di audiovisivo interamente costruito dagli studenti, che negli otto minuti del filmato riescono a sintetizzare in maniera efficace i tratti salienti del *milieu* neretino.

Infine, il racconto autodiegetico su San Cassiano è affidato a una giovane protagonista/narratrice, Camilla, che organizza con i suoi genitori un viaggio per le vacanze di Natale del 2018 verso la località di San Cassiano, di cui ha sentito parlare a scuola. Anche in questo caso, la narrazione evoca suggestioni sensoriali significative attraverso il titolo («E in un istante casa mia»), il testo di circa 10.000 battute e il corredo fotografico allegato dalla studentessa autrice del *project work*, dedicato al centro storico e al Parco agricolo dei Paduli.

Durante la conversazione guidata conclusiva abbiamo invitato gli studenti a individuare le modalità narrative a loro parere più efficaci e immediate presenti sia nei racconti delle CO, sia in quelli ascoltati nella fase di esposizione dei *project work*. Secondo i corsisti, i titoli che rientrano nelle categorie «spirito dei luoghi» o «evocativo-sensoriale» hanno il pregio di catturare immediatamente la curiosità del lettore e di appassionarlo alla lettura/ascolto dell'intero racconto. Particolarmente coinvolgenti appaiono le narrazioni allodiegetiche e, ancor di più, quelle autodiegetiche: dunque, scegliere di «dar voce» a uno o più protagonisti che parlano dall'interno della «Comunità Ospitale» consente di «toccare le corde più facilmente emozionabili di coloro che recepiscono il racconto», di modo che «ciò che è detto, è quindi percepito come autentico» (Rabbiosi, 2017, p. 525). Tra tutti i sedimenti materiali e immateriali, quello che più fa battere il cuore del lettore è la musicalità della «lingua madre», utilizzata nei racconti delle CO sarde; per questo, gli studenti hanno molto apprezzato i lemmi dialettali salentini utilizzati dai loro colleghi nei titoli (e nei contenuti) dei *project work* su Mesagne ed Erchie prima illustrati (tab. 4). Infine, tenendo conto della brevità che contraddistingue i racconti, secondo i corsisti appaiono più coinvolgenti le narrazioni che scelgono di puntare su



poche *core competence* direttamente esperibili dal visitatore attraverso l'interazione con la comunità locale (sagre, feste patronali, escursioni, piatti tipici, luoghi organizzati per la fruizione legati a leggende o a produzioni letterarie), rispetto a quelle che privilegiano «cose da vedere», memorie di un passato che, pur dotato di indiscusso valore storico, riesce con minore incisività a catalizzare l'attenzione di un turista incline alle emozioni e sensazioni da vivere in prima persona.

Riteniamo dunque che l'e-book *I racconti delle Comunità Ospitali* costituisca un'utile palestra di buone pratiche narrative da far conoscere agli studenti di questo corso di laurea e che, allo stesso tempo, le competenze in via di formazione di questi ultimi meritino di essere messe in contatto con le amministrazioni comunali a cui hanno dedicato il loro lavoro di ricerca. Ecco perché intendiamo proporre un protocollo d'intesa tra BAI e l'Università del Salento, affinché i singoli comuni associati possano diventare nei prossimi anni accademici parte attiva dei *project work*, che rappresentano una delle tecniche didattiche principali sia del corso di laurea in Manager del Turismo sia della Scuola di Placetelling®. Nel contempo, tale accordo darà la possibilità agli studenti di maturare specifiche attività di collaborazione nel campo della promozione turistica spendibili nel proprio curriculum professionale, consentendo al nostro lavoro di ricerca e di didattica di coniugarsi con un'attività di «terza missione» *community involved*.

## 6. Alcune riflessioni conclusive

Il testo «I racconti Comunità Ospitali» può indubbiamente essere considerato come il primo passo di un percorso di narrazione volto a promuovere una descrizione/interpretazione identitaria del patrimonio territoriale delle trentasei CO; una narrazione operata dalla comunità locale per costruire o ricostruire la propria dimensione identitaria e poterla trasferire alle nuove generazioni, rendendole coscienti di quello che hanno ricevuto in eredità dal proprio passato e responsabilizzandole rispetto all'obiettivo della tutela e della valorizzazione di questo patrimonio. Ognuno dei racconti è anche un modo per orientare o riorientare i comportamenti individuali e collettivi, per renderli coerenti e convergenti in modo da sostenere i processi di cambiamento che investono la scala locale e quella globale: un modo attraverso il quale assicurare la resilienza dei sistemi territoriali e, dunque, la loro capacità di adattarsi alle modificazioni dello scenario globale, migliorando la propria *performance* competitiva e il livello di benessere sostenibile delle rispettive comunità locali. Oltre che *orientativa*, la narrazione è anche *attrattiva* perché vuole comunicare l'identità dei luoghi ai potenziali cittadini «temporanei», aiutandoli a instaurare un rapporto empatico con tali luoghi. I racconti delle CO costituiscono così anche un modo per costruire «mediazioni» culturali, per gettare ponti tra culture diverse e portarle a dialogare e a contaminarsi reciprocamente.

L'intreccio semantico creato nel testo è sicuramente utile a rispondere a una domanda turistica

Tab. 4. *Project work* del corso di Geografia del Turismo II a. a. 2018-2019, Università del Salento

Titolo racconto	Tipologia titolo	Tipologia di narrazione	Comuni	Autori
<i>Misciagni: cori mia, ti lu Salentu Malvasia</i>	Spirito dei luoghi	Autodiegetica	Mesagne (BR)	Elena Santoro Simone Savietti
<i>Mattre, monumenti e abbracci. Erchie: mille volte grazie</i>	Spirito dei luoghi	Autodiegetica	Erchie (BR)	Melania Marzo Roberta Volpe
L'ora dei ricordi	Evocativo-sensoriale	Allodiegetica	Nardò (LE)	Nicholas Adamo Francesco Colucci Andrea Giura Marta Rollo Matteo Tarantini
E in un istante casa mia	Evocativo-sensoriale	Autodiegetica	San Cassiano (LE)	Angelica Benegiamo

Fonte: elaborazione degli autori



di tipo: a) *relazionale* - la condivisione del medesimo spazio relazionale favorisce l'interazione tra turista e territorio e consente al primo di acquisire una consapevolezza diretta e non mediata dei valori culturali del luogo; b) *esperienziale* - larga parte del patrimonio culturale immateriale è fruibile solo attraverso la comunità locale che ne è portatrice, l'interazione con la comunità locale consente di conseguenza al turista di esperire il territorio nella sua dimensione immateriale; c) *sostenibile* - non è il territorio ad adattarsi alle esigenze del flusso turistico, ma il contrario, in quanto il turista vive un'esperienza immersiva, un'esperienza di comunità nel rispetto dei valori identitari del luogo e dei suoi equilibri ecosistemici.

Si tratta di un approccio *community involved* per tre ordini di fattori: a) è la comunità, in quanto detentrica del patrimonio culturale immateriale e *medium* culturale tra turista e territorio, a divenire il principale «attrattore» territoriale; b) attraverso un'azione di sensibilizzazione, prima, e di capacitazione, poi, la comunità locale diviene la protagonista assoluta dell'offerta turistica, gestendo attraverso iniziative individuali o collettive - il pensiero va al modello degli alberghi di comunità che recuperano a fini ricettivi le abitazioni dei residenti (Pollice, 2016 e 2018) - l'insieme dei servizi turistici; più in generale, c) la comunità locale assume il ruolo di vero e proprio custode di un patrimonio territoriale che altrimenti andrebbe disperso, rendendosi fautrice di processi di valorizzazione attiva che si pongono come alternativa tanto al declino di luoghi in gran parte vulnerabili a forti processi di abbandono e spopolamento, quanto a una concezione musealizzata della preservazione di ciò che è considerato «autentico».

Quest'ultimo punto rende opportuna un'osservazione. Non è da sottovalutare, infatti, il rischio che un frequente ricorso ai *topoi* della nostalgia e del «ritorno in patria» in tali esperimenti narrativi possa contribuire a relegare la «tradizione» entro i confini di un passato destinato a non tornare negando, di fatto, l'intrinseca dinamicità autostrutturante delle tradizioni stesse e, più in generale, la natura del locale quale risultato di costanti interconnessioni con l'«oltre» geografico (Massey, 1995).

Dalla lettura dei trentasei racconti, tuttavia, sembrerebbe piuttosto che la nostalgia del passato funga da mero presupposto narrativo funzionale a una rappresentazione della tradizione come elemento vivo, reale, che, da un lato, contribuisce a rinsaldare i legami interni alla comunità locale e, dall'altro, diventa una risorsa strategica per pro-

cessi d'innovazione territoriale capaci di generare nuove interconnessioni transcalari. Il mercato del turismo esperienziale, infatti, richiede ai territori di elaborare un sistema di offerta in grado di rispondere a una domanda sempre più complessa e diversificata (si pensi, a titolo di esempio, alle questioni poste dall'accessibilità non solo materiale, ma anche linguistica, culturale, alimentare etc.), cui non è pensabile far fronte semplicemente attraverso interventi di mera preservazione. Al contrario, l'iniziativa di BAI sembrerebbe collocarsi, a buon diritto, nell'ambito di una strategia di *networking* ispirata a ciò che Massey definisce «a progressive sense of place» (Governa, 2006, p. 59).

Per concludere, ci sembra che le riflessioni fin qui svolte possano essere ricondotte a sintesi attraverso quanto afferma Wenders (2005, p. 1): «i luoghi hanno una memoria. Si ricordano tutto, come se fosse stato inciso nella pietra, più in profondità delle acque più profonde». Ci auguriamo che il Placetelling® possa contribuire a far riemergere ciò che «c'era una volta» nei luoghi, consentendo all'autenticità di evolvere assieme al capitale culturale delle comunità locali, e ai ricordi di trasformarsi «in dune mobili, la cui sabbia viene spostata di continuo dal vento» (*ibidem*) senza che muti l'identità del territorio al quale appartengono.

## Riferimenti bibliografici

- Balchin William George Victor (1972), *Graphicacy*, in «*Geography*», 3, pp. 185-195.
- Belhassen Yaniv e Kellee Caton (2006), *Authenticity Matters*, in «*Annals of Tourism Research*», 3, pp. 853-856.
- Bendix Regina (1997), *In Search of Authenticity: the Formation of Folklore Studies*, Madison, The University of Wisconsin Press.
- Borghi Autentici d'Italia (a cura di) (2015), *I racconti delle Comunità Ospitali*, Milano, Altra Economia.
- Cohen Erik e Scott A. Cohen (2012), *Authentication: Hot and Cool*, in «*Annals of Tourism Research*», 3, pp. 1295-1314.
- Emanuel Cesare (1999), *Patrimoni paesistici, riforme amministrative e governo del territorio: svolte e percorsi dissolutivi di rapporti problematici*, in «*Bollettino della Società Geografica Italiana*», pp. 295-318.
- Ferrari Sonia (2006), *Modelli gestionali per il turismo come esperienza. Emozioni e polisensorialità nel marketing delle imprese turistiche*, Padova, Cedam.
- Finocchi Fabrizio (2010), *Geografie del gusto*, Roma, Aracne.
- Gilli Monica (2009), *Autenticità e interpretazione nell'esperienza turistica*, Milano, Angeli.
- Gilli Monica (2018), *Teorie sull'autenticità. Dall'inautenticità ai processi di autenticazione*, in «*Memorie Geografiche*», pp. 515-520.





- Governa Francesca (1997), *Il milieu urbano. L'identità territoriale nei processi di sviluppo*, Milano, Angeli.
- Governa Francesca (2006), *Territorio e territorialità tra risorse e valori*, in Marina Bertocin e Andrea Pase (a cura di), *Il territorio non è un asino. Voci di attori deboli*, Milano, Angeli, pp. 52-68.
- Lemmi Enrica (2009), *Dallo «spazio consumato» ai luoghi ritrovati. Verso una geografia del turismo sostenibile*, Milano, Angeli.
- Lynch Kevin (1964), *L'immagine della città*, Venezia, Marsilio.
- MacCannell Dean (1973), *Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Setting*, in «American Journal of Sociology», 79, pp. 589-603.
- MacCannell Dean (1976), *The Tourist: A Theory of the Leisure Class*, New York, Schocken.
- Magnaghi Alberto (2013), *Il progetto locale. Verso la coscienza di luogo*, Milano, Bollati Boringhieri.
- Massey Doreen (1995), *Places and their Pasts*, in «History Workshop Journal», 39, pp. 182-192.
- Miossec Jean Marie (1977), *L'image touristique comme introduction à la géographie du tourisme*, in «Annales de Géographie», 473, pp. 55-70.
- Pileri Paolo ed Elena Granata (2012), *Amor loci. Suolo, ambiente, cultura civile*, Milano, Libreria Cortina.
- Pollice Fabio (2014), *Paesaggio e musica: una relazione di senso. L'esperienza ravellese*, in «Territori della Cultura», 16, pp. 52-61.
- Pollice Fabio (2016), *Alberghi di comunità: un modello di empowerment territoriale*, in «Territori della Cultura», 25, pp. 82-95.
- Pollice Fabio (2017), *Placetelling® per lo sviluppo di una coscienza dei luoghi e dei loro patrimoni*, in «Territori della Cultura», 30, pp. 106-111.
- Pollice Fabio (2018), *Valorizzazione dei centri storici e turismo sostenibile nel bacino del Mediterraneo*, in «Bollettino della Società Geografica Italiana», pp. 41-56.
- Pollice Fabio e Francesca Spagnuolo (2009), *Branding, identità e competitività*, in «Geotema», 37, pp. 49-56.
- Pollice Fabio e Giulia Urso (2014), *Turismo vs. globalitarismo*, in Angelo Turco (a cura di), *Filiere etiche del turismo. Territori della vacanza tra valori, politiche e mercati*, Milano, Unicopli, pp. 75-96.
- Rabbiosi Chiara (2017), *Turismo esperienziale e narrazione selettiva dei luoghi: il ruolo delle comunità residenti*, in «Memorie Geografiche», pp. 521-527.
- Rickly-Boyd Jillian (2012), *Authenticity and Aura: A Benjaminian Approach to Tourism*, in «Annals of Tourism Research», 1, 2012, pp. 269-289.
- Rinella Antonella e Francesca Rinella (2018), *Verso una narrazione creativa e originale della montagna: il «Sistema delle Comunità Ospitali dei Monti Dauni»*, in «Bollettino della Società Geografica Italiana», pp. 69-78.
- Rinella Antonella e Francesca Rinella (2019), *Dalle tessere marginali al mosaico progettuale in rete: le proposte di sviluppo locale dell'Associazione «Borghi Autentici d'Italia»*, in Fabio Pollice, Giulia Urso e Federica Epifani (a cura di), *Atti del X incontro italo-francese di geografia sociale «Ripartire dal territorio. I limiti e le potenzialità di una pianificazione dal basso» (Lecce, 30-31 marzo 2017)*, Lecce, Università del Salento, pp. 211-223.
- Rossi Andrea e Maurizio Goetz (2011), *Creare offerte turistiche vincenti con Tourist Experience Design*, Milano, Hoepli.
- Schumpeter Joseph (1932), *La teoria dello sviluppo economico*, Torino, UTET.
- Wenders Wim (2005), *Immagini del pianeta Terra*, Milano, Contrasto.

## Riferimenti sitografici

- [www.basilicataturistica.it](http://www.basilicataturistica.it); ultimo accesso: 31.V.2019.
- [www.borghiautenticiditalia.it](http://www.borghiautenticiditalia.it); ultimo accesso: 31.V.2019.
- [www.placetelling.it](http://www.placetelling.it); ultimo accesso: 31.V.2019.
- [www.unisalento.it/didattica/manager-del-turismo](http://www.unisalento.it/didattica/manager-del-turismo); ultimo accesso: 31.V.2019.

## Note

<sup>1</sup> In generale, per gli autori il processo di autenticazione può riguardare «a role, product, site, object or event» (*ibidem*).

<sup>2</sup> Circa il processo di formazione e diffusione spaziale dell'associazione BAI cfr. Rinella e Rinella, 2019.

<sup>3</sup> Si ringraziano per le informazioni fornite riguardo l'Associazione Bai e il progetto CO: Maurizio Capelli, segretario nazionale BAI; Roberto Pignatta, assessore Cultura e Beni culturali, comune di Saluzzo (Cn); Andrea Altea, consigliere comunale di Aggus (Ot); Giorgio Frassinetti, sindaco di Predappio (Fc); Mansueto Siuni, sindaco di Masullas (Or); Mirko Ceci, sindaco di Pietralunga (Pg); Luca Durante, sindaco di Morciano di Leuca (LE); Claudia Pulixi, tutor di Aggus (OT); Luciano Sulas, tutor di Bolotana).

<sup>4</sup> Un'altra iniziativa condivisa da molte CO è quella di dotarsi di un'immagine «virtuale» coordinata: ciascuna di esse ha quindi creato un sito che presenta in *home page* le stesse scelte grafiche e contenutistiche per presentare agli internauti il *milieu* locale e per consentire agli stessi di prendere contatto con il *tutor*, di ricevere informazioni di dettaglio riguardo i prodotti locali, il sistema ricettivo, le visite guidate ecc. (Rinella e Rinella, 2019).

<sup>5</sup> In Calabria la parola «babbaro» indica la figura del decoratore; «pacchiana» è l'appellativo rivolto alle donne in abito tradizionale: quest'ultimo è composto da «diversi strati caratterizzati da una camicia bianca con le maniche ampie, da una gonna a pieghe di stoffa estiva o invernale, sulla quale poggiava il grembiule, chiamato *fhadile*. Infine il *mandile* nero copriva la testa» (BAI, 2015, p. 89).

<sup>6</sup> Si tratta del romanzo storico scritto da Enrico Costa nel 1884 e riguardante la faida avvenuta ad Aggus a metà del XIX secolo, causata dal bandito Bastiano Tansu, sordomuto emarginato dalla comunità, descritto come un assassino feroce (aggettivo che viene ripreso nel titolo del racconto).

<sup>7</sup> Il percorso formativo previsto da tale corso di laurea triennale, istituito nell'a.a. 2017-2018, prevede due annualità obbligatorie di Geografia del turismo, rispettivamente al I anno (8 CFU, 64 ore di lezione) e al II anno (6 CFU; 48 ore di lezione). Va ricordato che nella descrizione del corso di laurea si specifica che lo stesso «si propone di colmare le carenze formative inerenti alle seguenti figure professionali: [...] animatore del turismo culturale ed esperto in turismo esperienziale» ([www.unisalento.it/didattica/manager-del-turismo](http://www.unisalento.it/didattica/manager-del-turismo); ultimo accesso: 31.V.2019).

<sup>8</sup> L'insegnamento tenuto da F. Pollice è incentrato sulla valorizzazione turistica del territorio e presenta una parte teorica e una applicativa. Nella parte teorica del corso vengono sviluppati i seguenti argomenti: il turismo nell'economia mondiale; turismo e globalizzazione; l'organizzazione dello spazio turistico dalle configurazioni sistemiche a quelle reticolari; l'analisi strategica dello spazio turistico; forme e modelli di coinvolgimento delle comunità locali; la pianificazione dello spazio turistico: teoria e metodi; la qualità so-



stenibile nel turismo; *marketing e branding* territoriale; il *Placetelling*® come metodo di narrazione identitaria; misurare l'attrattività turistica. Si vedano in particolare Pollice, 2014, 2017 e 2018; Pollice e Urso, 2014; Pollice e Spagnuolo, 2009; Rinella e Rinella, 2018 e 2019.

<sup>9</sup> La Scuola di *Placetelling*® è stata avviata nel 2017 dal Centro universitario europeo per i Beni Culturali (depositario del marchio), dalla Società geografia italiana e dall'Università del Salento, al fine di: *a*) formare una figura specifica di *pla-*

*celler* specializzata nella narrazione dei luoghi, intesi come «topoi» dotati di identità distintive; *b*) sviluppare modalità innovative di narrazione di tipo *immersivo* capaci di restituire la realtà narrata e di agire come supporto per un'ermeneutica dei luoghi; *c*) contribuire ad accrescere in chi si occupa di comunicazione, di informazione e di formazione una capacità di raccontare i territori in modo che il racconto stesso ne divenga strumento di interpretazione e di valorizzazione ([www.placetelling.it](http://www.placetelling.it); ultimo accesso: 31.V.2019).

