

Call for Chapters

MEMORIA STORICA E TERRITORIO TRA OBLIO, INTERPRETAZIONE E VALORIZZAZIONE TURISTICA.

UN DIALOGO INTERDISCIPLINARE

(Titolo provvisorio)

Possibile Editore: Aracne Editrice, Roma

Curatori: Francesco Di Cintio, Valentina Evangelista

Obiettivi del volume

Nel 1839 il Tenente Generale Sir Hussey Vivian scrisse al Sergente Maggiore Edward Cotton le seguenti parole (Cotton, 2007, Appendix VII):

I sincerely hope that [with the] occupation you have undertaken, you will derive the means of passing the remainder of your days in competence and comfort; and thus reap [reap?] the rewards of your intelligence on a field where you had proved your courage.

In quegli anni l'attività commerciale *on a field* intrapresa da Cotton, a cui Vivian augura sostanzialmente buona fortuna, aveva ottenuto una certa risonanza. Cotton, una volta congedatosi dalla British Army, si era stabilito a Mont-Saint-Jean dove aveva intrapreso l'attività di albergatore e di *battlefield guide* per gruppi di turisti desiderosi di conoscere e “rivivere” i momenti cruciali della battaglia di Waterloo (18 giugno 1815). D'altronde, i due ex militari britannici erano veterani della battaglia.

L'attività turistica e la credibilità di Cotton come guida esperta del campo di battaglia di Waterloo ottennero una vasta popolarità quando, nel 1846, pubblicò *A Voice from Waterloo*, un resoconto autobiografico ed omogeneo della battaglia ricco di aneddoti sull'autore riferiti da altri veterani. Il suo slancio a voler custodire e tramandare il ricordo di Waterloo si profuse infine nell'apertura del primo museo dedicato alla battaglia (successivamente smantellato) che raccoglieva gli originali cimeli dei partecipanti. Il Regno Unito del XIX secolo fu caratterizzato dall'industrializzazione e dalla commercializzazione dello scontro tra Napoleone e Wellington, grazie alla stampa e alla diffusione di guide turistiche e alla vendita dei primi pacchetti incentrati sulla visita del campo di battaglia. Basti pensare che Henry Gaze, un agente di viaggio, organizzò il primo tour commerciale a Waterloo nel 1854, a cui fece seguito il secondo viaggio oltremarino di Thomas Cook, fondatore della prima agenzia di viaggio la *Thomas Cook and Son*, incentrato anch'esso sull'ultima battaglia dell'Imperatore francese (Lloyd, 1998, pp. 19 – 20).

La maggior parte dei moderni campi di battaglia, intesi come siti turistici, risalgono a Waterloo, il più conosciuto e rinomato campo di battaglia dell'era napoleonica, che decise il futuro d'Europa per i secoli a venire divenendo un marcatore di tempo e spartiacque socio – politico. Del resto Churchill riteneva le battaglie come i “segni di punteggiatura della storia”.

Che si tratti della piana di Waterloo nella Vallonia, della Falesia di Point du Hoc in Normandia o delle pendici della Majella orientale nella regione Abruzzo, la storia e la geografia di questi luoghi, teatro di conflitti armati, si intrecciano continuamente nelle azioni territorializzanti delle comunità locali,

permeando la “forma” dei luoghi o scomparendo dietro il sipario di un più o meno conscio oblio. Eppure la storia e la geografia dei luoghi permangono come un “corredo genetico”, come “il promemoria più generalmente accessibile e ampiamente condiviso di una cultura” (Küchler, 1993, p. 85), attraverso le generazioni che li abitano ed essi stessi si evolvono proprio attraverso l’azione di queste. In particolare, gli eventi bellici, soprattutto quelli legati alla Prima e della Seconda Guerra mondiale, hanno segnato i territori in profondità, non solo nella loro immagine ma anche nello loro percezione e narrazione. Gli studi sul turismo della memoria si incardinano in tale dialettica geo-storica, con la finalità di interpretare, descrivere e progettare percorsi di valorizzazione turistica articolati sulle tracce di Storia dei/nei luoghi.

Nel corso dei secoli, numerosi gruppi di militari, veterani, politici e semplici civili hanno visitato i campi di battaglia per le ragioni più diverse. Gli stessi Napoleone e Wellington erano soliti visitare quei luoghi che li ricoprirono di gloria e fama, e non c’è da meravigliarsi che Montgomery, Patton, Hitler e Churchill presero parte a *battlefield tour*. Lo stesso ex presidente degli Stati, Dwight D. Eisenhower, scrisse una guida dei campi di battaglia quando era maggiore dell’Esercito americano (Caddick – Admas, 2007, p. 3). Tuttavia, è solo nell’*interperiod* tra i due conflitti mondiali che il cosiddetto turismo della memoria e di campi di battaglia si sviluppa e si definisce nella sua forma pellegrina, pedagogica e commerciale, allorquando il desiderio dei familiari di commemorare i propri caduti, la curiosità di visitare i campi di battaglia e la necessità di elaborare e ri-elaborare individualmente e collettivamente gli orrori della guerra determinarono il proliferare di centinaia di memoriali e il moltiplicarsi dei pellegrinaggi sui campi di battaglia (Evangelista, 2018, p. 254).

Con la Legge n° 47-884 del 21 maggio 1947, promulgata dall’*Assemblée Nationale* francese che, tra le altre azioni da intraprendere in Normandia, connotava il turismo come vettore principale del ricordo e della memoria (www.legifrance.gouv.fr, 1947, p. 04702), si assistette ad una crescente attenzione turistica verso i teatri di guerra degli anni ’60 e ’70 a cui fece seguito, negli anni ’80, la trasformazione “turistica” di luoghi simbolo dei conflitti la cui attrattività, attraverso eventi e commemorazioni sempre più *tourism oriented*, crebbe durante gli anni ’90. Ad esempio, il sito della batteria costiera di Merville (nell’attuale comune di Merville – Franceville Plage in Normandia), fu oggetto, dall’aprile al giugno 1982, di una vasta opera di recupero e restauro delle casematte che costituivano il compound difensivo. Grazie ad una raccolta di fondi nazionali ed internazionali avviata dall’*Airborne Normandy Trust* e dal Municipio di Merville – Franceville, fu fondato il museo *Musée de la Batterie de Merville* che custodisce e tramanda il ricordo dell’assalto effettuato dal 9° Battaglione Paracadutisti britannico durante le prime ore del D-Day, 6 Giugno 1944 (Lucas, 1982, pp. 56 – 64). Nel solo mese di giugno 2014, in concomitanza con le commemorazioni e le celebrazioni per il Settantesimo Anniversario del D-Day, il museo della Batteria di Merville fu visitato da 21.420 persone, risultando essere il settimo sito museale più visitato dell’area storica dello Sbarco e della Battaglia di Normandia, e con un incremento di visitatori pari al 171% rispetto ai 7.882 del giugno 2013 (Gony, 2014).

Oggi, pur rimanendo fondamentalmente di nicchia, il turismo della memoria, nella sua matrice fortemente esperienziale, rappresenta una possibile leva di sviluppo locale pienamente auto-sostenibile e, generalmente, scarsamente impattante dal punto di vista ambientale. Non mancano tuttavia rischi di *touristification* dei luoghi e di spettacolarizzazione della loro storia.

Obiettivo di tale volume è dunque ragionare criticamente e attraverso l’apporto di prospettive e discipline eterogenee sulle relazioni tra memoria e luoghi, tra turismo culturale e *dark tourism*, tra opportunità e rischi derivanti dalla valorizzazione turistica della storia dei luoghi e dei luoghi della storia.

Dopo una prima parte teorica dedicata dai curatori alla letteratura relativa al turismo della memoria, ai c.d. *battlefield study*, *staffride*, *pilgrimage* e *battlefield tour*, il presente volume intende raccogliere una serie di riflessioni ed in particolare di casi studio che permettano di comprendere:

- le esperienze di valorizzazione turistica già sperimentate in luoghi simbolo dei conflitti mondiali attraverso analisi qualitative e quantitative;
- le strategie da attuarsi nei luoghi della memoria “dimenticati” dai circuiti turistici più affermati;
- le possibili linee di integrazione tra turismo della memoria propriamente detto e altre “tipologie” turistiche (turismo verde, turismo culturale, turismo rurale etc.);
- il ruolo delle istituzioni, dell’associazionismo e della “coscienza dei luoghi” nella maturazione turistica dei territori della memoria;
- le criticità legate allo sviluppo turistico dei luoghi della memoria;
- la “personificazione” della storia: l’analisi del racconto delle fonti orali e la loro influenza sulla trasmissione della memoria storica e sulla promozione involontaria dei luoghi a cui esse sono legate;
- le diverse interpretazioni di un luogo simbolo e la loro eventuale radicalizzazione nella percezione, nella narrazione e nella “valorizzazione” della memoria.

Struttura provvisoria del volume

PREFAZIONE

I PARTE - IL TURISMO DELLA MEMORIA: UN INQUADRAMENTO TEORICO

II PARTE - CASI STUDIO: VALORIZZAZIONE DELLA MEMORIA STORICA TRA PELLEGRINAGGIO E *TOURISTIFICATION*

III PARTE - LA VOCE DEI VETERANI E DEI SOPRAVVISUTI COME “VETTORE” DELLA MEMORIA STORICA: PER UNA POSSIBILE VALORIZZAZIONE

IV PARTE - *STAFFRIDE* E *BATTLEFIELD STUDY*: ESPERIENZE DIRETTE E IMPLICAZIONI PEDAGOGICHE

Per un orientamento di massima ed evitare sovrapposizioni si segnala che i seguenti capitoli risultano già assegnati:

- Il turismo della memoria: una *review* della letteratura
- Il mosaico delle fonti per la valorizzazione territoriale dei segni della memoria
- *Conveying the lessons of the past to the present-day*: L’importanza dei *battlefield study* e degli *staffride* nell’istruzione e nella formazione del personale militare da von Moltke ai giorni nostri
- La percezione dei luoghi della memoria: un’analisi qualitativa sui quaderni dei visitatori del Cimitero canadese di Ortona
- *“I can tell you all about it after the war”*: il mio pellegrinaggio dalla Majella al fiume Imjin in Korea seguendo le lettere dal fronte scritte da mio nonno “Pat”
- «Settant’anni sono settant’anni di ricordi che affiorano nella mente»: il ritorno di “Dick”, “Jim” e “Paddy” sulle pendici della Majella dopo settant’anni
- Dall’Afghanistan al Sangro - Aventino: *combat style* sulla Majella orientale. *Battlefield study* del *4th Battalion The Parachute Regiment* lungo la Linea Gustav
- Ortona 1943, due istituzioni militari alla prova del fuoco: *lessons learned*
- Quattro battaglie per una città: *battlefield study* a Cassino con le forze armate NATO

Bibliografia

- BIGLEY J.D., LEE C., CHON J., YOON Y., Motivations for War-related tourism: a case of DMZ visitors in Korea, «Tourism Geographies», vol. 12, 3, 2010, pp. 371-394.
- CADDICK – ADAMS P., *Footsteps across time. The Evolution, Use and Relevance of Battlefield Visits to the British Armed Force*, PhD diss., 2007, Cranfield University.
- COTTON Sgt.-Maj E., *A voice from Waterloo: the personal experiences of a British cavalryman who became a battlefield guide and authority on the Campaign of 1815*, (Leonaur Ltd, 2007), Kindle edition.
- DUNKLEY R., MORGAN N., WESTWOOD S., Visiting the trenches: Exploring meanings and motivations in battlefield tourism, «Tourism Management», vol. 32, 4, 2011, pp. 860-868.
- EVANGELISTA V. (2018), Memoria e turismo nei luoghi della Linea Gustav: una visione di territorio, in Cavuta G. e Ferrari F. (a cura di), *Turismo e aree interne. Esperienze, strategie, visioni*, Aracne Editrice Roma, pp. 253-277.
- ILES J., Recalling the Ghosts of war: performing tourism on battlefields of the Western Front, «Text & Performance Quarterly», vol. 26, 2, 2006, pp. 162-180.
- KÜCHLER S., “Landscape as Memory: The Mapping of Process and Its Representation in a Melanesian Society”, in Bender B. (a cura di), *Landscape: Politics and Perspectives*, Oxford, Berg, 1993, p. 85.
- LA FORESTA D., L’impatto dell’emozione: “leva” per la valorizzazione dello spazio turistico. L’esperienza dell’Historiale di Cassino, luogo della memoria, «Turismo e Psicologia», vol. 2, 2009, pp. 35-56.
- LENNON J. J., FOLEY M., *Dark tourism: The attraction of death and disaster*, Londra, Continuum, 2000.
- LLOYD D. W., *Battlefield tourism: pilgrimage and the commemoration of the Great War in Britain, Australia and Canada*, New York, Berg, 1998.
- LUCAS Capt. S.W., The renovation of the Merville Battery, «The Royal Engineers Journal», 1982, pp. 56-64.
- MARSCHALL S., Tourism and Memory, «Annals of Tourism Research», vol. 39, 4, 2012, pp. 2216-2219.
- SMITH V. L. War and tourism: An American ethnography, «Annals of tourism research», 1998, vol. 25, 1, pp. 202-227.
- RYAN C., *Battlefield tourism: History, place and interpretation*, Oxford, Elsevier, 2007.
- SEATON A.V., War and thanatourism, Waterloo 1815-1914, «Annals of Tourism Research», vol. 26, 1, 1999, pp. 130-158.
- WINTER C., Tourism, social memory and the Great War, «Annals of Tourism Research», vol. 36, 4, 2009, pp. 607-626.
- WINTER C., Ritual remembrance and war: social memory at Tyne Cot, «Annals of Tourism Research», vol. 54, 2015, pp. 16-29.

Sitografia

- Sito ufficiale del Governo francese per la pubblicazione delle leggi, www.legifrance.gouv.fr, Web, 10/1/2019, <https://www.legifrance.gouv.fr/jo_pdf.do?id=JORFTEXT000000503686&pageCourante=04702>.
- GONY A.-S., *Le 70e anniversaire du Débarquement remplit les hotels*, «Insee Flash Basse-Normandie», n°7, 31 ottobre 2014, Web, 10/1/2019, <<https://www.insee.fr/fr/statistiques/1285295>>.

Date utili

23 febbraio 2019	Manifestazione di interesse e invio del titolo e dell'abstract (max 250 parole) agli indirizzi francesco85dc@gmail.com e evangelistavalentina@yahoo.it
6 marzo 2019	Comunicazione dell'accettazione delle proposte da parte dei curatori agli autori
22 maggio 2019	Invio della prima versione del manoscritto impaginato secondo le norme editoriali che si trasmetteranno di seguito (indicativamente 30.000/35.000 battute, spazi e bibliografia inclusi, max 4 tra tabelle e figure)
22 giugno 2019	Invio da parte dei curatori di eventuali commenti sulle prime versioni dei contributi
22 luglio 2019	Invio da parte degli autori del contributo revisionato
30 settembre 2019	Pubblicazione del volume

Contatti

Dott. Francesco Di Cintio

Battlefield Guide IGBG, National Army Museum Curator, consulente esterno del *National Army Museum System*, dell'Archivio di Stato di Chieti e della *Liberation Route Europe Foundation*

francesco85dc@gmail.com

Dott.ssa Valentina Evangelista

Dottore di Ricerca in *Innovation, Accounting, Environment and Finance*, Cultore di Geografia presso l'Università degli Studi "G. D'Annunzio", Abilitata come professore di Seconda Fascia in Geografia.

evangelistavalentina@yahoo.it