

GEOGRAFIA E PATRIMONIO

Teorie, discorsi, questioni

V Edizione delle Giornate di Studi interdisciplinari "Geografia e ..."

Vercelli, 27-28 giugno 2024

PRESENTAZIONE DI PROPOSTE DI SESSIONE	
Proponente	Emanuela Caravello ¹ Leonardo Mercatanti ²
Università o Ente di appartenenza	¹ Università degli studi di Palermo, Dipartimento Scienze Psicologiche, Pedagogiche, dell'Esercizio Fisico e della Formazione ² Università degli studi di Palermo, Dipartimento Culture e Società
E-mail Recapito telefonico	emanuela.caravello@unipa.it
Titolo della sessione	L'autenticità del patrimonio come valore e strumento di attrazione turistica
Descrizione (max 2500 caratteri)	Riflettere sulla categoria dell'autentico permette di porre in relazione il patrimonio culturale con questioni complesse come le politiche della rappresentazione, i processi di attribuzione di valore, la trasformazione degli spazi turistici, la connotazione identitaria o affettiva dei luoghi. Il patrimonio come processo sociale implica la selezione di particolari versioni di autenticità messe in atto nelle pratiche di conoscenza di tempi e luoghi specifici. Questa nozione parziale, costruita e situata di ciò che è percepito come autentico può risultare performativa e trasformare gli spazi nella loro dimensione materiale e simbolica (Labadi, 2010; Pettenati, 2023). Il criterio dell'autenticità è, ad esempio, a fondamento del processo di patrimonializzazione operato dall'Unesco e un vasto filone di studi ricerca i potenziali effetti che l'attribuzione del riconoscimento può generare nelle dinamiche territoriali (Gravari-Barbas, Jacquot, 2008). L'enfasi posta dall'organizzazione internazionale sull'autenticità implica

una selezione basata sulla conformità dei monumenti e degli spazi ad un sistema di classificazione presentato come universale che include ciò che è ritenuto autentico ed esclude ciò che se ne discosta. Questo processo che genera la visibilità o l'iper-visibilità del patrimonio può essere strategicamente orientato all'offerta turistica (Chhabra, 2003; Cohen, Cohen, 2012). L'autenticità è infatti anche una componente del lessico dei turisti, degli operatori del settore e delle destinazioni e il processo di autenticazione è un'azione ritenuta efficace per la costruzione di una narrazione attrattiva. È possibile distinguere un'autenticità costruita dagli attori dell'offerta, guidata e certificata dalle istituzioni, da un'autenticità generata da chi abita i luoghi e vi attribuisce significati ed emozioni (Selwyn, 1996). La storia e le sfumature mitiche degli spazi patrimoniali possono quindi mescolarsi nella costruzione di narrazioni turistiche locali e nella cultura visiva che le supporta (Jones, 2010).

A partire da questi presupposti, la sessione intende accogliere contributi sui seguenti, non esclusivi, temi:

- l'autenticità come nozione situata
- l'autenticità come criterio dell'Unesco
- gli effetti del riconoscimento Unesco sull'autenticità dei luoghi
- la ricerca turistica di destinazioni iper-reali
- i processi di autenticazione nella prospettiva dell'offerta
- gli attori protagonisti del processo di autenticazione e i loro rispettivi ruoli e poteri d'azione
- i processi *bottom up* di narrazione identitaria dei luoghi basati sull'autenticità
- gli effetti territoriali dei processi di autenticazione.

Riferimenti bibliografici

- Chhabra D., Healy R., Sills E. (2003). Staged authenticity and heritage tourism. *Annals of tourism research*, 30(3): 702-719.
- Cohen E., Cohen S.A. (2012). Authentication: Hot and Cool. *Annals of Tourism Research*, 39(3): 1295-1314.
- Gravari-Barbas M., Jacquot S. (2008). Impacts socio-économiques de l'inscription d'un site sur la liste du patrimoine mondial: Une revue de la littérature. In: Prud'homme R. et al., *Les impacts socio-*

	<p><i>économiques de l'inscription d'un site sur la liste du patrimoine mondial: trois études</i> [Unpublished report prepared for the UNESCO WHC].</p> <p>Jones R. (2010). Authenticity, the media and heritage tourism: Robin Hood and Brother Cadfael as Midlands tourist magnets. In: Waterton E., Watson S., a cura di, <i>Culture, Heritage and Representation-Perspectives on Visuality and the Past</i>. New York & London: Ashgate Publishing.</p> <p>Labadi S. (2010). World Heritage, authenticity and post-authenticity. In: Labadi S., Long C., a cura di, <i>Heritage and Globalisation</i>. Abingdon-New York: Routledge.</p> <p>Pettenati G., a cura di (2023). <i>Landscape as Heritage. International Critical Perspectives</i>. Abingdon-New York: Routledge.</p> <p>Selwyn T. (1996). Introduction. In: Selwyn T., a cura di, <i>The Tourist Image: Myths and Myth Making in Tourism</i>. Chichester: Wiley.</p>
Eventuali Chair e discussant	

Inviare alla Segreteria organizzativa:

Stefania Benetti ssg.patrimonio2024@gmail.com - info@societastudigeografici.it