

A vibrant field of red poppies and white daisies with yellow centers, set against a lush green background. The flowers are scattered throughout the frame, creating a dense and colorful scene.

Memoria e turismo nei luoghi
dell'identità nazionale

Elisa Magnani

Heritage

Per le scienze sociali esso costituisce il patrimonio collettivo di una popolazione, che include:

- Patrimonio tangibile
 - Monumenti singoli: edifici, statue, palazzi...
 - Gruppi di monumenti: musei, pinacoteche...
- Patrimonio intangibile
 - Tutte le espressioni di una popolazione che non producono una realizzazione concreta: conoscenze tradizionali legate alla storia, gastronomia, pesca e altre attività tradizionali, quali canzoni, danze, medicina...



Turismo e cultura

Il turismo può sfruttare entrambi i tipi di patrimonio:

- Turismo dei monumenti culturali: *“Forma di turismo il cui obiettivo è, tra gli altri, la scoperta di monumenti e siti, contribuire al loro mantenimento e protezione ,stimolare il rispetto per il patrimonio culturale e naturale del mondo” (Manila declaration on tourism, WTO, 1980)*
- Turismo delle culture: molti turisti desiderano conoscere culture altre per arricchire le proprie conoscenze e fare un'esperienza culturale.



I siti UNESCO



Luoghi specifici (monumento, città, foresta, montagna ecc. o complesso) nominati per il programma internazionale dei patrimoni dell'umanità (World Heritage Fund) amministrato dall'UNESCO.



Il programma ha lo scopo di catalogare, indicare e preservare siti di eccezionale importanza, sia naturale sia culturale, per il patrimonio comune dell'umanità.

2014: totale di 1001 siti presenti in 161 Nazioni del mondo. Attualmente l'Italia è la nazione che detiene il maggior numero di siti UNESCO, seguita dalla Spagna e dalla Cina.

Gli itinerari culturali

- Le rotte e gli itinerari turistici culturali hanno la funzione di avvicinare tra di loro siti, monumenti e città che a una determinata epoca hanno condiviso una comune vocazione religiosa, commerciale, militare o artistica
- Sono luoghi preziosi, perché depositari di una memoria del passato che è la chiave di volta per l'auto identificazione di alcuni gruppi (es: i Neri della Diaspora).
- Esempi: Cammino di Santiago, Via della Seta, Rotta degli Schiavi, ecc



Itinerari e paesaggi culturali: un heritage comune dell'Europa

- Nel 1960 l'UE ha iniziato a discutere degli itinerari culturali come mezzo per (ri) scoprire, attraverso il viaggio, l'heritage di molti cittadini della UE, promuovendo la pace e il dialogo interculturale e stimolando al contempo una riflessione sulle origini dell'Europa.
- Nel 1987 viene inaugurato il primo itinerario culturale del Consiglio d'Europa: il Cammino di Santiago de Compostela.
- Ruolo fondamentale dei paesaggi e del territorio nell'accompagnare questi itinerari
- Oggi gli itinerari culturali transnazionali promossi dal Consiglio d'Europa sono 26:

http://www.coe.int/t/dg4/cultureheritage/culture/routes/default_en.asp

http://www.culture-routes.lu/php/fo_index.php?lng=en

Turisti culturali e identità

- I turisti culturali inseguono l'autenticità dei luoghi e delle culture → l'autenticità porta con sé un tema di grande rilievo, sia in ambito turistico, sia sociologico e antropologico: le identità degli individui.
- I turisti culturali, come parte di una più vasta rete di flussi globali che connettono idee e persone creano nuove dinamiche sociali e culturali sia nelle località ospitanti che in quelle di provenienza.
- Il turismo può divenire il motore per una creazione di identità e (re)invenzione della tradizione: attraverso lo "sguardo" turistico viene attribuito nuovo senso a spazi e luoghi che prima ne erano privi (o erano dotati di altri significati), creando così nuovi paesaggi culturali.

Vendere la cultura?

- Attraverso il turismo culturale viene messo in discussione il rapporto con la propria identità e tradizione, sia dei turisti che incontrando l'Altro riscoprono se stessi, sia dei locali, che dall'incontro possono riscoprire la propria cultura ma anche trovare conveniente venderla.
- La vendita della cultura può ottenere però due risultati:
 - Valorizzazione della cultura, dell'artigianato e dell'arte locale: opportunità economiche e sociali per la comunità
 - Vendita totale: la cultura viene standardizzata, correndo il rischio di scomparire

Il turismo della memoria

- Molti turisti sono mossi dal desiderio di visitare i luoghi della propria storia individuale o della Storia collettiva
- Molti di questi sono semplicemente turisti culturali, altri sono invece alla ricerca di simboli di autoidentificazione in luoghi che conservano la memoria del loro passato: sono i *root tourists*, i turisti della memoria
- Il turismo della memoria è un fenomeno culturale legato a eventi e luoghi drammatici della storia umana: scene di battaglia, campi di concentramento, luoghi della tratta umana (spesso detto thanaturismo o *dark tourism*): Auschwitz, Alcatraz, Robben Island...

La memoria

“la memoria è un elemento essenziale di ciò che ormai si usa chiamare l’identità, individuale o collettiva, la ricerca della quale è una delle attività fondamentali degli individui e delle società d’oggi, nella febbre e nell’angoscia” (Le Goff, 1982, p.60)

La memoria collettiva

- Processo attraverso il quale gli eventi e i luoghi del passato vengono recuperati e riproposti quali simboli di un'idea del gruppo o della nazione in cui il popolo possa riconoscersi
- Si struttura attorno a luoghi, siti e prodotti che rappresentano il patrimonio storico e culturale di un gruppo o di una nazione, l' *heritage*

Stato e nazione

- Stato: unità politica indipendente che occupa un territorio delimitato e abitato, sui cui affari interni ed esteri esercita un pieno potere.
 - 3 sono gli elementi che lo caratterizzano: la popolazione, il territorio, incluso entro confini definiti, e il potere, che può essere esercitato in forme e modi diverse entro quei confini.
- Nazione: gruppo di individui che condivide un complesso di elementi culturali, sociali e politici che ne contraddistinguono il percorso storico e che si manifestano nella volontà politica di appartenere a un soggetto statale.
- Non sempre su un territorio le rivendicazioni nazionalistiche fanno riferimento a un unico gruppo etnico o nazionale e ciò innesca la nascita di nuovi movimenti nazionalisti e indipendentisti
- All'interno di ogni Stato agiscono forze di natura diversa che promuovono l'unificazione o la disgregazione. Forze centripete = tendenza all'accentramento amministrativo e manifestazioni del nazionalismo. Forze centrifughe = decentramento amministrativo, regionalizzazione, separatismo, terrorismo.

Simboli d'identità

- *L'heritage* include anche un insieme di simboli quali cerimonie e usi nazionali o del gruppo:
 - bandiere, inni, parate, monete, capitali, giuramenti, musei del folklore, memoriali di guerra, passaporti, frontiere,
 - aspetti più leggeri come: i divertimenti e gli sport nazionali, gli eroi e le eroine nazionali, le fiabe, il **paesaggio**.
- Alimentano un sentimento di orgoglio di appartenenza al gruppo/nazione, ricordano a tutti i membri le fondamenta simboliche su cui è costruito il senso di appartenenza e rendono il gruppo/ nazione visibile e distinta a ogni suo membro ma anche ai membri di altri gruppi/nazioni.

Interpretazione dei simboli

- I simboli nazionali contribuiscono a fortificare la sovranità territoriale.
- Tuttavia, pur veicolando un significato unico per la cultura della nazione, si aprono a interpretazioni che variano col variare dello sguardo di chi li fruisce → dimensione socio-psicologica dell'*heritage*, che favorisce un'interpretazione della memoria sociale collettiva basata su significati e sentimenti soggettivi (es: l'*heritage* dei gruppi minoritari).
- La riscoperta della storia, non nella forma dei grandi affreschi degli storici, ma in forme più individuali e personalizzate è un elemento di grande importanza per la scoperta o riscoperta della propria identità.

Memoria, narrazione, identità

- In tal senso, la narrazione ha un ruolo importante nel strutturare la memoria; in particolare, i viaggiatori, strutturando le proprie esperienze di viaggio, creano una narrazione che li induce a riflettere sulla propria identità.
- Le culture sono entità mobili e variabili al cui interno sono presenti valori e norme in continua evoluzione, a cui contribuiscono il viaggio e le migrazioni.
- Particolarmente interessante è il caso di migranti, esuli e rifugiati che, pur vivendo in luoghi altri, spesso continuano a considerare “casa” la patria di origine e ad essa guardano con un continuo desiderio di nostalgia, tanto da desiderare di farvi ritorno anche dopo la morte.

I luoghi della memoria

- Il viaggio verso alcuni luoghi iscritti nella memoria collettiva di un gruppo/nazione espleta un'importante finalità educativa, contribuendo a mantenere vitale l'idea del gruppo/nazione e il senso di appartenenza, e promuovendo la riproposizione dell'immaginario del gruppo/nazionale e la connessione con il proprio passato.
- Ne è un esempio la visita a siti di battaglie e di altri eventi tragici che contribuisce a validare il passato.
- Non è infrequente l'associazione di questa tipologia di turismo a vere e proprie forme di pellegrinaggio e la sacralizzazione dei luoghi della memoria.
- La visita a questi luoghi e la commemorazione di eventi del passato è centrale per la **comunità mnemonica** di ogni gruppo/nazione.

La fragilità della memoria

- Questi siti, pur espletando un ruolo importante per mantenere l'identità sia dei locali che dei visitatori, sono anche luoghi di svago, dove la memoria del passato può andare incontro a distorsioni o abusi.
- **La memoria è un bene fragile**, esposto a un duplice pericolo: da un lato potrebbe andare persa se non venisse sostenuta con iniziative anche di tipo turistico, dall'altro se venisse commemorata in modo errato, potrebbe essere compromessa, mercificata o mistificata.
- Inoltre, cosa fare con la memoria che comprende capitoli scabrosi, dolorosi, difficili da accettare?

Memoria e dolore

- Esistono diversi esempi di luoghi turistici legati a episodi tragici del passato che vengono venduti come mete di *thanaturismo* (turismo oscuro): la creazione di flussi turistici in questi luoghi è spesso associata alla riaffermazione e al rafforzamento della propria identità passando per memorie collettive dolorose.
- I *thanaturisti* sono attratti dal desiderio di portare i propri omaggi a questi luoghi, per compassione o empatia, perseguendo la scoperta del sé, la ricerca di autenticità, la curiosità, il pellegrinaggio.

I thanaturisti

- 5 sono le tipologie di *thanaturisti* individuate in letteratura:
 - quelli attirati da un sentimento di colpevolezza, i turisti “*mea culpa*”;
 - quelli attirati dalla ricerca delle proprie radici;
 - quelli che perseguono finalità educative;
 - quelli che vogliono visitare luoghi della memoria “prima che vengano dimenticati” o che sono mossi dall’idea del “mai più un evento simile”;
 - coloro che sono mossi da desideri sadomasochisti.

I luoghi del thanaturismo

- Diversi luoghi legati a eventi tragici del passato si promuovono turisticamente come mete di *thanaturismo* o turismo della memoria.
- Normalmente i luoghi del *thanaturismo* sono scollegati dai siti Patrimonio dell'Umanità poiché ricordano infamia e vergogna piuttosto che le glorie del passato, come i campi di concentramento o i campi di battaglia.
- Tuttavia, anche alcuni Siti Unesco si sono sviluppati turisticamente in chiave *thanaturistica* (Gorée in Senegal) .
- Sono luoghi preziosi, perché depositari di una memoria del passato che è la chiave di volta per l'auto identificazione di alcuni gruppi (es: i Neri della Diaspora).

Diaspore e turismo

- La ricerca delle proprie radici alimenta spesso i movimenti delle comunità diasporiche, in chiave di riaffermazione e rafforzamento della propria identità (Coles e Timothy, 2004).
- La promozione turistica di questi luoghi potrebbe però causare processi di alterazione che possono intaccare gli aspetti identitari in cui si riconoscono tali comunità (Dann e Seaton, 2001).
- La tratta degli schiavi è un bene fragile da gestire che non può essere commercializzato senza un opportuno corredo interpretativo.



L'UNESCO stimola studiosi di diverse discipline ad approfondire la conoscenza su questo fenomeno storico, sociale, economico, politico e culturale.

Tratta degli schiavi: impatti socio-politici

- Attraverso lo **spostamento coatto di milioni di individui** la schiavitù ha causato effetti demografici, sociali, politici ed economici sia nelle regioni di cattura e vendita che nelle zone che li accoglievano, dall'altro lato dell'Oceano Atlantico.
- Nel corso di **circa 450 anni, più di 11 milioni di persone** (Lovejoy, 2000), hanno lasciato le loro aree native in Africa per approdare nelle isole Atlantiche, nelle Americhe ma anche nelle regioni medio orientali e asiatiche, dando vita a **una delle più grandi comunità diasporiche** del mondo, gruppi sparsi in tutto il mondo che sono uniti da un comune (talvolta anche solo percepito) legame di etnicità, cultura, religione, identità nazionale o talvolta razza (Coles, Timothy, 2004).
- La tratta degli schiavi ha giocato un **ruolo chiave nella formazione dell'identità collettiva dei Neri d'America e nella creazione dell'identità sociale degli Stati moderni d'oltreoceano** (Curto, Lovejoy, 2004), dove ancora oggi se ne possono avvertire delle tracce nella segregazione razziale e nel razzismo.

Tratta degli schiavi e identità

- Dalla tratta degli schiavi si sono generate nuove identità, che ruotano attorno a uno spazio culturale che travalica ogni confine nazionale → “Black Atlantic” di Gilroy (2003).
- Con il turismo, secoli dopo, le comunità nere diasporiche, partendo dallo sradicamento culturale insito nelle condizioni degli schiavi del passato, ripercorrono le rotte di quel primo viaggio, alla ricerca di un’origine perduta, e spesso mitizzata.
- Infatti **l’Africa dell’epoca della tratta non esiste più**: è un’Africa della mente, costruita attraverso la politica, la memoria e il desiderio, e assume così un valore figurativo, simbolico, che non rappresenta la meta di un ritorno reale, quanto una metafora politica, culturale e spirituale.

La Rotta degli Schiavi dell'Unesco

- Dal 1994 l'UNESCO promuove lo *Slave Route Project* un itinerario turistico intercontinentale che aspira a:
 - ripristinare e promuovere turisticamente siti legati alla memoria della tratta
 - allestire musei, mostre e rappresentazioni su questo grande episodio della storia dell'uomo
 - ricavare da una memoria collettiva tragica la possibilità di migliorare le condizioni di vita delle popolazioni.
- Per favorire la creazione di questa rotta, l'UNESCO ha dichiarato siti patrimonio dell'umanità alcune località, simboli della tratta degli schiavi e delle rotte che essa ha percorso:
 - alcuni forti in Africa (Ghana, Senegal, Mozambico, Benin, Reunion, Tanzania)
 - luoghi di arrivo dall'altro lato dell'Oceano Atlantico (Haiti, Brasile, Repubblica Dominicana).

La promozione del turismo della memoria

Commercializzare i luoghi della memoria

- Uso di una strategia di marketing turistico che propone la nostalgia come motore del viaggio, per soddisfare il bisogno di ristabilire un contatto con un luogo che può ricreare un senso di appartenenza territoriale o nazionale, visitando luoghi legati alla propria identità ancestrale e consumando esperienze culturali:
 - turisti che rincorrono esperienze legate al proprio passato diretto,
 - turisti che vogliono visitare siti idealizzati di un passato culturale spesso altrettanto idealizzato che è giunto fino a loro attraverso libri, film ecc.
- La vendita della nostalgia come prodotto turistico può soddisfare il **desiderio di “tornare a casa”** anche quando un vero ritorno non è possibile poiché quei luoghi non esistono più nella realtà, sono **patrie della mente** che assumono solo un valore figurativo e simbolico, luoghi del passato nostalgico, che diventano così luoghi da consumare e in cui svagarsi → **il viaggio in questi luoghi, come in quelli della memoria bellica, riproposti in chiave mitica, non rappresenta un ritorno reale, quanto una metafora politica, culturale e spirituale.**

Memoria e immagini turistiche

- L'industria turistica usa solo alcuni elementi, prevalentemente storici, dell'identità del gruppo/nazione, che offrono un'immagine monotematica che non ne valorizza tutto il patrimonio culturale.
- Inoltre, i valori e le norme di cui i luoghi del patrimonio del gruppo/nazionale si fanno portatori non sempre sono ancora condivisibili e vanno pertanto interpretati nell'ottica dell'evoluzione che hanno conosciuto fino alla società attuale.
- A volte, ciò è funzionale allo stereotipo secondo cui le società passate erano più felici o che, come recita un adagio popolare, "si stava meglio quando si stava peggio".

Immagini simboliche dell'identità nazionale

- La promozione turistica dell'identità nazionale si basa fortemente sull'uso di miti e di un linguaggio mitologico che contribuiscono ad alimentare stereotipi nell'immaginazione dei visitatori; il marketing turistico utilizza spesso parole come storico, nostalgia, patrimonio.
- La proposizione di simboli dell'identità nazionale può essere pilotata non solo attraverso la scelta di immagini ma anche attraverso l'uso di uno specifico linguaggio: l'industria turistica affida la promozione di tali luoghi a una retorica nazionalistica che, sfruttando immagini che richiamano simboli e significati che si possono ricondurre al patrimonio comune della nazione, cercano di rispondere alla domanda pregnante "Chi sono io?".
- La stessa domanda può fungere da richiamo anche per turisti internazionali, da un lato portandoli a riflettere sulla natura del popolo che ha prodotto quel patrimonio, dall'altro inducendoli a interrogarsi su chi siano loro stessi.

Turismo della memoria: finalità educative e civili

- Le politiche della memoria consentono a un gruppo/nazione di strutturare le forme di costruzione della memoria sia pubblica sia privata in connessione ai luoghi del passato nazionale o del gruppo.
- In un periodo non solo di crisi economica ma anche e soprattutto di crisi delle identità in seguito alla diffusione sempre maggiore e spesso incontrollata di pratiche globalizzanti, il recupero e riproposizione dell'identità del gruppo/nazionale attraverso la fruizione turistica dei luoghi, è uno strumento fondamentale per educare giovani e meno giovani alla buona cittadinanza, al rispetto per la storia, per le tradizioni e, in breve, per l'intero territorio nazionale e il suo patrimonio.

Turismo nei luoghi dell'Unità d'Italia

- Le celebrazioni del 150° anniversario dell'Unità d'Italia hanno coinvolto in maniera significativa i luoghi che hanno strutturato la memoria nazionale degli Italiani.
- Soggetti diversi, dal Governo ai comuni alle associazioni di promozione locale, hanno promosso nel corso del 2010 diverse iniziative volte a celebrare l'anniversario di questo evento fondativo per il nostro paese, creando opportunità di sviluppo e campagne pubblicitarie volte a stimolare la consapevolezza dell'identità nazionale e del valore della storia attraverso il recupero, in chiave turistica, dei luoghi.

Unità d'Italia e simboli nazionali

- Quando si parla di luoghi legati alla memoria dell'Unità del nostro paese non possiamo pensare esclusivamente ai luoghi geografici (come Solferino, Palermo, lo scoglio di Quarto, Porta Pia, ecc) nei quali sono effettivamente avvenute battaglie o eventi salienti per il processo di unificazione.
- “Chi voglia ricostruire ciò che ha avuto e ha rilievo nella storia di un popolo non può ragionare solo in termini di storia politica. Anzi, la memoria è il regno della storia sociale” (Isnenghi, 1996).

Memoria e storia sociale

- Bisogna quindi estendere lo sguardo verso un insieme di luoghi simbolici, che possono essere letterari o culturali, come il libro Cuore o Pinocchio, e a figure come Garibaldi o Mazzini, o ancora il tricolore, l'opera, l'inno e le canzoni ma anche la toponomastica e i campanili che alimentano, in maniera indiretta, la nostra storia e identità nazionale.
- Questi luoghi simbolici sono elementi chiave dell'*heritage* del nostro paese, e devono essere inclusi negli itinerari turistici culturali alla scoperta dell'Italia Unita.

Il progetto “I luoghi della memoria”

- Programma commemorativo voluto dalla Presidenza del Consiglio e dal Ministero per i Beni e le Attività Culturali → recupero di luoghi significativi per il percorso di unità nazionale, attraverso l’apertura di musei e di altri spazi commemorativi.
- Catalogazione di 407 luoghi della memoria del Risorgimento sia in ambito urbano che rurale, che il progetto “tenta di classificare, descrivere, risistemare dal punto di vista urbanistico, ma anche “arricchire” di nuovi significati i singoli luoghi della memoria con una segnaletica modulare ed esplicativa delle informazioni storiche fondamentali”.
- Finanziamento di 20 milioni di euro per la realizzazione di eventi che, partendo dal recupero della geografia e della storia del territorio italiano, le propongano al turista, raccontando storie individuali, spaccati di vita, esempi di personaggi e di avvenimenti (<http://www.beniculturali.it>).

Torino e "Esperienza Italia",

- Torino si è proposta come il centro di queste iniziative, con la creazione diversi itinerari culturali alla scoperta dei luoghi risorgimentali nei quali è stata creata l'unità del paese, che coinvolgono non solo la città di Torino ma anche il territorio circostante: mostre, esposizioni, convegni e spettacoli che si sono tenuti in alcuni luoghi simbolo della storia della città fino a novembre 2011, richiamando quasi 5 milioni e mezzo di turisti.
- Torino ha promosso quattro itinerari turistico-culturali che valorizzano il patrimonio costruito ma anche quello immateriale, come l'inno nazionale: il primo enfatizza il ruolo della città quale prima capitale d'Italia, il secondo si concentra su uno dei fautori dell'unificazione, il Conte di Cavour, il terzo, dal titolo "Fratelli d'Italia, l'Italia s'è desta, dell'elmo di Scipio s'è cinta la testa. Dov'è la Vittoria? Le porga la chioma, che schiava di Roma Iddio la creò..." ripercorre i luoghi che ricordano gli eroi del Risorgimento, molti dei quali erano stati accolti dalla città come esuli o profughi, l'ultimo itinerario porta alla scoperta della Venaria Reale.

Patrimonio immateriale sull'isola di Caprera

- L'isola su cui Garibaldi si è ritirato una volta finite le sue eroiche imprese e dove visse per ventisei anni dedicandosi a coltivare e produrre miele, ha promosso il progetto “Garibaldi agricoltore e il laboratorio della natura”, promosso in particolare dall'Ente parco dell'Arcipelago della Maddalena in occasione dei 150 anni dall'Unità d'Italia e quindici dell'Ente parco.
- Recupero dell'ambiente agricolo realizzato da Garibaldi e apertura di un percorso didattico-scientifico indirizzato sia al turismo scolastico sia, in senso più ampio, a tutti i turisti culturali che desiderano accostarsi alla storia dell'eroe dei due mondi, conoscendone anche aspetti più intimi, senza trascurare l'aspetto della fruizione paesaggistica.

“Alla scoperta del tuo Paese”

- Progetto del Ministero dell’Istruzione e dei Beni Culturali volto a favorire la conoscenza della storia e delle culture locali del nostro paese e a stimolare la nascita di gemellaggi fra scuole di regioni diverse.
- Marsala ha promosso un itinerario culturale di turismo scolastico denominato "*I luoghi simbolo dell'unità d'Italia*", in collaborazione con il comune di Genova: percorsi culturali che hanno coinvolto le scuole delle due cittadine toccate dalla spedizione dei Mille, alla scoperta degli aspetti paesaggistici, archeologici, storici e monumentali dei luoghi.
- Il progetto ha ottenuto un’ampia partecipazione, coinvolgendo, tra marzo e maggio 2010, 550 visitatori provenienti dalla Liguria e 350 studenti e docenti giunti da diverse parti della Sicilia .

Le gite scolastiche

- Elemento importante nella promozione dei luoghi legati alla memoria nazionale, sono le gite scolastiche e i viaggi di istruzione “che da sempre rappresentano uno strumento didattico fra i più diffusi e fra i più apprezzati dagli allievi”.
- Come era già accaduto nel 1960 in occasione del centenario dell'impresa dei Mille e l'anno successivo per il centenario dell'unità d'Italia anche nell'ambito dei festeggiamenti per il 100° anniversario dell'Unità d'Italia sono state riconosciute come uno strumento di grande potenzialità per creare futuri cittadini consapevoli della storia e identità nazionale.

Politiche della memoria

- Questi progetti, che rappresentano vere e proprie politiche della memoria, consentono a una nazione di strutturare le forme di costruzione della memoria sia pubblica sia privata in connessione ai luoghi del passato nazionale.
- In un periodo di crisi economica ma anche di crisi delle identità in seguito alla diffusione sempre maggiore e spesso incontrollata di pratiche globalizzanti, queste politiche, che si inseriscono nei processi di recupero e riproposizione dell'identità nazionale attraverso la fruizione turistica dei luoghi, sono **uno strumento fondamentale per educare giovani e meno giovani alla buona cittadinanza, al rispetto per la storia, per le tradizioni e, in breve, per l'intero territorio nazionale e il suo patrimonio.**

Queste politiche vanno nella direzione dello scenario futuro che Huntington, (2000) chiama **postmodernità**: un itinerario del rafforzamento della diversità culturale che reagisce alla globalizzazione attraverso la produzione di simboli che rappresentano la cultura locale all'interno della comunicazione globale.