

I musei di identità: un'opportunità per lo sviluppo locale e turistico delle aree marginali.

Esperienze in Sardegna, Romania e Marocco

Andrea Corsaleⁱ

Monica Iorioⁱⁱ

Università di Cagliari (Italia)

Riassunto: Questo studio analizza la relazione virtuosa che può instaurarsi tra i musei di identità, il turismo culturale e lo sviluppo locale di comunità a economia debole. Vengono riportate le esperienze dei villaggi di Mamoiada (Italia), Sibiel (Romania) e Ait Iktel (Marocco), nei quali, di recente, sono stati istituiti dei musei che valorizzano il patrimonio locale, in specie legato alla cultura contadina. Per tutti e tre i casi analizzati, i risultati ottenuti testimoniano l'esistenza di processi di crescita del turismo culturale con implicazioni positive per lo sviluppo locale. In particolare, è emerso che, finora, le attività svolte e promosse dai musei si sono inserite nel più ampio sistema locale, aggiungendo valore alle risorse del territorio e alle capacità produttive delle comunità di riferimento.

Parole chiave: musei di identità; turismo culturale; sviluppo locale; Mamoiada; Sibiel; Ait Iktel.

Abstract: This study investigates the positive relations that may occur among museums of identity, cultural tourism and community development in marginal areas. The experiences of the villages of Mamoiada (Italy), Sibiel (Romania) and Ait Iktel (Morocco) are told. Recently, in each of these small towns, a museum of identity, in particular linked to the local rural traditions, has been established. The study findings revealed that these villages have achieved an early stage of cultural tourism growth with positive implications in terms of local development. So far, the activities performed and promoted by the museums fit into the broader local system, adding value to the existing resources and communities' capabilities, thus the core elements of local development have been positively stimulated.

Keywords: museums of identity; cultural tourism; local development; Mamoiada; Sibiel; Ait Iktel.

ⁱ Dottore di ricerca in Storia, Istituzioni e Relazioni Internazionali dell'Asia e dell'Africa Moderna e Contemporanea e collabora a ricerche sul turismo culturale e sullo sviluppo locale presso l'Università di Cagliari. E' inoltre assistente di ricerca presso il CRENoS (Centro di Ricerche Economiche Nord Sud) delle Università di Cagliari e Sassari. Email: acorsale@unica.it.

ⁱⁱ Ricercatrice di Geografia Politica ed Economica presso l'Università degli Studi di Cagliari dove insegna Geografia del Turismo e Geografia Regionale. E' inoltre ricercatrice presso il CRENoS (Centro di Ricerche Economiche Nord Sud) delle Università di Cagliari e Sassari. Si dedica allo studio della relazione turismo e sviluppo locale, in specie, in contesti ad economia debole. Email: iorio@unica.it.

Introduzione

Gli istituti culturali, inclusi i musei, hanno molteplici funzioni e significati, in relazione al soggetto che li interpreta e del segmento di mercato a cui si rivolgono (Ashworth e Tunbridge, 2000). Essi proteggono, interpretano e proiettano nel presente aspetti culturali del passato, possono rafforzare e comunicare l'identità, possono svolgere funzioni educative e di intrattenimento (Graburn, 1998), possono costituire attrazioni turistiche, vivacizzare i territori in cui sorgono, nonché fornire opportunità di crescita e sviluppo locale (Florida, 2005). Il presente studio riguarda principalmente quest'ultimo aspetto.

Esiste una vasta letteratura sugli istituti culturali, quali musei, gallerie d'arte e teatri. La gran parte di essa, tuttavia, affronta solo indirettamente il tema del turismo. L'aspetto maggiormente indagato riguarda il profilo dei visitatori, le loro motivazioni (Harrison, 1997) ed esperienze (Chhabra, 2007). È stato osservato che i visitatori spesso hanno un'elevata istruzione, percepiscono un reddito medio-alto e sono per lo più di sesso femminile (Silberberg, 1995). Questi risultati sono importanti elementi ai fini delle politiche di marketing (Jansen-Verbeke e van Rekom, 1996). Essi hanno inoltre alimentato il dibattito sul mix di finanziamenti pubblici e privati che dovrebbero essere utilizzati per sostenere tali istituti, così come il tema della fissazione del prezzo di ingresso per la loro visita (Tufts e Milne, 1999). Le implicazioni economiche per le finanze pubbliche e la redditività di simili istituti sono stati oggetto di particolare attenzione, così come gli effetti economici, al livello locale, di mostre ed eventi (Anderson, 2005). Vi è un ampio dibattito sul tema della programmazione, dei risvolti economici, della interpretazione e dei diversi messaggi che si vogliono significare. Tuttavia, il riferimento va per lo più ai musei situati nelle grandi aree urbane, evidenziandone la rivitalizzazione e misurandone l'efficacia in termini economici (Plaza, 2000), mentre poco è stato detto sui musei situati nei piccoli centri urbani e rurali. Inoltre, il dibattito scientifico, così come i finanziamenti, si sono incentrati sulla cosiddetta cultura alta, lasciando ai margini la cultura popolare.

A livello globale, molti villaggi e piccole città, sebbene dotati di un importante patrimonio culturale materiale e immateriale, sono economicamente depressi e vedono le loro popolazioni, spesso le fasce più giovani, intraprendere la strada dell'emigrazione.

Vi può essere una qualche connessione

tra arretratezza economica e mantenimento del patrimonio culturale, nel senso che il più lento ritmo di crescita (rispetto ai più vivaci centri urbani, per esempio) può aver stimolato la conservazione del patrimonio architettonico tradizionale e delle tradizioni culturali. Per quanto tale patrimonio possa essere molto apprezzato dalle popolazioni locali e dai visitatori, non è certo che la sua valorizzazione produca benefici economici di rilievo. Spesso il patrimonio di un piccolo centro è simile a quello dei centri vicini, che peraltro si trovano a fronteggiare le medesime sfide. Non di rado, manca l'elemento di unicità culturale intorno al quale incentrare politiche di sviluppo.

Molti piccoli centri rurali in ritardo di sviluppo, situati in prossimità di aree urbane, tentano di realizzare strategie di sviluppo incentrate sulla valorizzazione turistica del proprio patrimonio. La creazione di un museo reca in sé il duplice obiettivo della conservazione e della potenziale ricaduta economica, tuttavia il successo che vi si associa è spesso parziale. Il presente contributo esamina il tema della creazione di musei in piccoli centri e, attraverso la documentazione di tre casi di studio, cerca di evidenziare pratiche virtuose nei percorsi di sviluppo del territorio basati sulla valorizzazione dell'identità locale. I musei esaminati sono il Museo delle Maschere Mediterranee, situato nel comune di Mamoiada (Sardegna, Italia), il Museo delle Icone su Vetro, situato nel villaggio di Sibiel (Transilvania, Romania) ed il Museo Comunitario del villaggio di Ait Iktel (Alto Atlante, Marocco). Queste realtà, pur nella diversità dei contesti territoriali di appartenenza, sono accomunate da simili vicende socio-economiche. Si tratta, infatti, di tre comunità rurali storicamente radicate, minacciate dall'emigrazione e dall'invecchiamento demografico e colpite da una lunga fase di fragilità economica e sociale che, attraverso la valorizzazione delle proprie specificità culturali, cercano di costruire una nuova prospettiva di sviluppo.

Il lavoro apporta un contributo innovativo alla letteratura sull'argomento, in considerazione dei seguenti elementi: in primo luogo, analizza il ruolo dei musei in piccole comunità rurali (tema che, come già osservato, è stato finora trascurato dal dibattito scientifico), in secondo luogo, esamina come gli aspetti della cultura popolare possono essere formalizzati in un museo che, a sua volta, può divenire un catalizzatore della crescita economica e, in terzo luogo, approfondisce tre contesti

territoriali ad alta valenza cultura, di cui poco si conosce.

I musei di identità nei piccoli centri

Le nuove valenze attribuite al concetto di patrimonio e la crescente attenzione per gli aspetti sociologici ed etnologici della cultura, elementi emersi in particolare dalla fine degli anni Sessanta del XX secolo, hanno ispirato anche nuove pratiche museali, sostanzialmente riconducibili ad un rafforzamento del legame tra i musei e le comunità (Hernández e Tresserras, 2001). Alla tradizionale immagine del museo come tempio della cultura delle élites, in cui si espongono oggetti fuori dal comune e all'interno dei quali regna un'atmosfera di silenzio di fronte alla quale il visitatore prova quasi un timore reverenziale, si affianca l'immagine di un museo semplice che comunica la cultura popolare, che espone oggetti della vita ordinaria, che racconta piccole storie locali, che si rivolge a tutti e che enfatizza la partecipazione dei visitatori.

Declinati come musei di identità, musei etnografici o ecomusei, queste realtà svolgono un ruolo sociale di rilievo nelle società contemporanee (Forni, 1999; Maggi, 2001). Nascono quasi sempre "dal basso", per volontà delle comunità locali, e costituiscono un segno di ri-appropriazione dell'identità e della tendenza a ri-progettare lo sviluppo attingendo al proprio patrimonio. Quest'ultimo, percepito non come un semplice fossile da esibire, ma come un qualcosa che vive, mostra la propria molteplicità di valori identitari (per connotare il carattere specifico del luogo), simbolici (per promuovere l'immagine del territorio) ed economici (per favorire processi di sviluppo) (Dansero e Governa, 2003).

Il forte legame con il territorio rende questa tipologia museale ben distinta dai musei d'arte contemporanea che si diffondono rapidamente in varie città del mondo, spesso in relazione a progetti di recupero urbano, e che si caratterizzano più per le loro spettacolari forme architettoniche, portando la firma di famosi architetti e costituendo delle attrattive in sé, che per gli oggetti che espongono (Plaza, 2000; Polveroni, 2007; Scalise, 2007). Mentre questi possono essere replicati ovunque, i musei di identità acquistano un senso solo in relazione al territorio in cui nascono.

Le riflessioni sulle cause che stanno a monte del sorgere dei musei identitari sono molteplici. Il postmodernismo tende a valorizzare le culture locali, considerate invece realtà ingombranti nella precedente

fase della modernizzazione, e la cultura è diventata oggetto di senso comune, bene primario di un'intera comunità, nuova risorsa su cui fondare politiche e strategie di sviluppo (Urry, 1995).

La globalizzazione, con la sua tendenza a creare una cultura standardizzata e omologante, spinge spesso le piccole realtà territoriali a ricercare e a difendere la propria identità. Attraverso il museo, la comunità decodifica il proprio patrimonio e gli assegna dignità ed autenticità. Pur di rappresentare e di comunicare il proprio sapere, si utilizzano tutti i materiali ritenuti valevoli di conservazione ed esposizione: dai reperti archeologici alle opere d'arte, dagli abiti e utensili di uso comune di generazioni passate agli oggetti che testimoniano vicende storiche importanti nella storia locale.

Il rapido sviluppo del turismo culturale e gli effetti di crescita del territorio che vi si associano motivano l'adozione di strategie di valorizzazione delle peculiarità dei patrimoni locali (Amirou, 2000; Barreto, 2006; Sistu, 2007). In questa visione, i musei di identità possono arricchire l'offerta turistica, esprimere la diversità e l'unicità dei milieux che li hanno prodotti ed accrescere la competitività della destinazione (Karp et al., 2006). Oggi, l'unicità e l'autenticità rivestono un ruolo molto importante nella scelta delle località di vacanza e i turisti si mostrano desiderosi di scoprire le peculiarità dei sistemi territoriali, di apprezzare lo stile di vita dei loro abitanti e di conoscere i valori in cui questi credono (Richards, 2007; Staniscia, 2006). Il tempo di vacanza tende perciò ad affrancarsi dalla dimensione meramente ludica e si permea di nuovi significati che includono la conoscenza, l'incontro con l'altro, la condivisione, la scoperta dell'alterità dei luoghi e dei suoi abitanti (Thimothy e Boyd, 2006; Sistu, 2007). In questo scenario, il museo di identità consacra e certifica l'autenticità della cultura che racconta e di cui i visitatori sono sempre più alla ricerca. Il museo conferisce un marchio al sito visitato e facilita la scelta di cosa andare a vedere se si è alla ricerca dei tratti culturali di una località. Indubbiamente, ciò solleva alcuni interrogativi sulla legittimità di un processo che pretende di stabilire quali beni siano culturali e quali no, quali siano meritevoli di visita e quali no. Tuttavia, è importante osservare che, dal lato dei turisti, il grado di avvicinamento alla cultura del luogo visitato è un fatto soggettivo. I luoghi culturali istituzionalizzati costituiscono una "guida" al territorio, una porta di accesso per la conoscenza del luogo, sta poi a ciascun turista darne un'interpretazione,

approfondire la visita e fare altre esperienze.

La diffusione dei musei di identità è un fenomeno che interessa in particolar modo i territori marginali caratterizzati da un livello di sviluppo socio-economico relativamente basso, da un declino demografico e da una crisi delle attività tradizionali (Maggi, 2001). Sostanzialmente, si ritiene che essi abbiano la capacità potenziale di mutare la condizione di marginalità. Tuttavia, la relazione tra musei di identità e sviluppo turistico e locale non necessariamente è sinergica e virtuosa, dal momento che non sempre alla creazione di questi musei si associano effetti significativi per lo sviluppo delle comunità interessate. Affinché il museo di identità costituisca un vero volano per lo sviluppo del turismo e del territorio è necessario che esso si innesti nel più ampio sistema socio-economico locale, aggiungendo valore alle risorse del territorio, al saper fare dei suoi abitanti e alle loro capacità relazionali.

L'approccio metodologico

Il lavoro riferisce una sintesi dei risultati ottenuti da tre indagini sul campo condotte nei mesi di aprile e maggio 2007, per quanto riguarda il Museo delle Maschere Mediterranee di Mamoiada, nel mese di luglio 2007, per quanto attiene il Museo delle Icone su Vetro di Sibieli, e nel mese di aprile 2008 per quanto riguarda il Museo Comunitario di Ait Iktel. Le indagini sono state realizzate secondo il metodo qualitativo e si sono avvalse principalmente dell'osservazione diretta e di una serie di interviste e conversazioni casuali con amministratori locali, operatori turistici, residenti e turisti. Le interviste sono state condotte in italiano, rumeno e francese e, per la gran parte, esse sono state registrate e successivamente trascritte. In linea di massima, agli intervistati è stato chiesto di riferire se, conseguentemente all'apertura del museo, avessero notato una crescita del turismo nel loro villaggio e se, eventualmente, il museo giocasse un ruolo in questo processo. Gli intervistati sono stati avvicinati in ragione della conoscenza diretta dello sviluppo del turismo nella comunità. Per quanto vi fosse il rischio di enfatizzare le risposte positive, i dati di fatto riportati dagli intervistati hanno scongiurato tale rischio.

Le osservazioni in profondità realizzate dagli autori si sono estese ad un inventario delle attività economiche presenti nei villaggi, con particolare riferimento a quelle riguardanti il settore turistico. Essendo i tre centri piuttosto piccoli, ciò si è potuto

realizzare semplicemente passeggiando e prendendo appunti.

Lo studio sul campo è stato preceduto da una attenta analisi della letteratura inerente il turismo culturale e lo sviluppo locale, parte della quale è stata menzionata sopra, e dalla consultazione di una serie di fonti secondarie riguardanti le caratteristiche geografiche e socio-economiche dei villaggi in cui si trovano i musei oggetto dello studio. La combinazione delle suddette fonti ha fornito sufficiente materiale per elaborare una riflessione sul ruolo che i musei di identità possono giocare nello sviluppo turistico e locale dei territori marginali e in difficoltà di sviluppo.

Il Museo delle Maschere Mediterranee di Mamoiada (Sardegna, Italia): una rinnovata risorsa per lo sviluppo locale

Mamoiada è un villaggio di circa 2.600 abitanti situato nel centro della Sardegna, a 644 m sul livello del mare, nella regione storico-geografica della Barbagia, in provincia di Nuoro (Figura 1).



Figura 1. Localizzazione di Mamoiada. Fonte: GraphicsMaps.com, modificata, 2009.

Tradizionalmente, il paese viveva di agricoltura ed allevamento, due attività che assicuravano agli abitanti un buon livello di prosperità (Le Lannou, 1941). Attualmente la cerealicoltura, l'orticoltura, la coltivazione della vite e degli alberi da

frutta, l'allevamento degli ovini, la lavorazione del legno e le produzioni agroalimentari su scala parzialmente industriale costituiscono ancora i punti di forza del tessuto economico mamoiadino, ai quali si affianca un settore terziario che impiega la maggior parte della forza lavoro e che risulta fortemente dipendente dalla città di Nuoro, il capoluogo della provincia. Fra le attività economiche tradizionali conservano una significativa vitalità economica la produzione del vino Cannonau, del formaggio Fiore Sardo, del "pane carasau", dello zafferano, dei dolci locali, delle maschere lignee, del ferro battuto e dei mobili, in particolare delle cassapanche tradizionali. Tuttavia, gli elevati tassi di disoccupazione (27,2% contro una media provinciale del 21,2%) e di disoccupazione giovanile (52,3% contro una media provinciale del 50,2%) (<http://www.istat.it/>) costituiscono un indicatore di persistente stagnazione economica, causata da un'imprenditorialità debole che non è ancora riuscita a trasformare le risorse territoriali in occasioni di sviluppo locale sufficientemente solido.

L'immagine di Mamoiada è stata a lungo associata ad un contesto sociale particolarmente difficile, fatto di omicidi, rapimenti, abigeati, vendette e latitanze. Il paese, infatti, è stato teatro di una delle più sanguinose faide della storia della Sardegna, dovuta a inimicizie familiari e a furti di bestiame, che si è trascinata dal 1955 fino alla metà degli anni Novanta, che ha condizionato negativamente la vita dei mamoiadini e danneggiato gravemente l'immagine del paese e del territorio (Angheluddu e Zurbon, 2002). Solo il miglioramento del clima sociale osservato a partire dalla seconda metà degli anni Novanta (probabilmente da ricondurre al fatto che

la faida non ha lasciato superstiti o che comunque i sopravvissuti hanno lasciato il paese) ha finalmente fornito un'occasione preziosa per riprogettare con maggiore serenità il proprio futuro.

Oggi a Mamoiada si vive un'atmosfera di rinnovamento. Gli attori locali stanno sperimentando progetti di sviluppo territoriale fondati sulla valorizzazione delle peculiarità ambientali, culturali ed identitarie. In particolare, l'attenzione è incentrata sulle tradizionali maschere dei Mamuthones e Issohadores che, per la loro particolarità, conferiscono a Mamoiada un'immagine unica (Foto 1).

Si tratta, infatti, delle maschere più celebri del carnevale barbaricino che rinnovano ogni anno un rito arcaico e misterioso espresso attraverso una processione danzata. Questo rituale di origine pagana è sopravvissuto attraverso i secoli nonostante i ripetuti tentativi di eliminazione o modifica da parte delle autorità religiose e politiche. Esso si pone come vera e propria tecnica magica atta ad intervenire, nel passaggio dall'inverno alla primavera, sulle forze produttive della terra. In modo simile alle altre tradizioni europee, dal mar Egeo alla penisola iberica, dalle Alpi ai Balcani e alla Scandinavia, le genti della montagna, vestite di pelle, maschere e campanacci, esorcizzano le forze del male ed invitano le forze positive della terra e degli antenati a propiziare, tra la fine di dicembre e i primi giorni di febbraio, prosperità e ricchezza per i propri figli.

In questo clima di rinnovato interesse per il patrimonio locale come risorsa per il superamento delle criticità sociali ed economiche, nel gennaio del 2002, nasce il Museo delle Maschere Mediterranee (d'ora in poi Museo). Al di là del carattere unico dei contenuti, il Museo si distingue per la dinamicità delle gestioni (affidata ad una cooperativa di giovani locali) che non si limita alle visite guidate e all'offerta di laboratori didattici per le scolaresche, ma si estende ad una serie di azioni di marketing di particolare rilievo, sia per quanto attiene l'aspetto dell'autofinanziamento, sia per quanto attiene la promozione del territorio. Fin dall'avvio dell'attività, ogni anno sono stati realizzati calendari con immagini di fotografi affermati ed emergenti, oltre a mostre fotografiche sulle maschere, allestite sia in Italia che all'estero, in occasione della cui presentazione si sono organizzate degustazioni di prodotti tipici del territorio ed esposizioni dell'artigianato locale. Di recente, è stata promossa una serie di scambi internazionali con altri paesi aventi patrimoni culturali legati alle maschere, fra cui quelle dei Dogon del Mali. A conferma



Foto 1. Mammuthones (sinistra e destra) e Issohadore (centro). Fonte: Iorio, 2007.

del potenziale internazionale di una cultura fortemente territorializzata, nel 2006, le maschere mamoiadine hanno sfilato a Dublino. Il Museo ha partecipato a diverse fiere, quali il Salone del Restauro di Ferrara, il Forum-Esposizione dei Sistemi Culturali Territoriali di Siviglia, la Borsa Internazionale del Turismo Archeologico a Paestum.

Ma l'aspetto di maggior rilievo dell'azione della cooperativa, e che qui preme sottolineare per le finalità di questo studio, è l'attività di animazione del territorio. Nei fatti, si è creata una rete di relazioni, ancorché informale, tra i vari attori territoriali che si sta rivelando il vero punto di forza dello sviluppo locale. Si è creato un rapporto sinergico tra il Museo, il Comune, la Pro-Loco, l'associazione Atzeni-Beccoi (che raggruppa coloro che vestono gli abiti dei Mamuthones e Issohadores), i vari comitati che si occupano dell'organizzazione delle feste paesane, l'agenzia di servizi turistici Jannas, gli operatori della ricettività, della ristorazione e dei prodotti tipici. In particolare, la collaborazione instaurata con la suddetta agenzia ha prodotto una serie di proposte turistiche, molto apprezzate dai visitatori, che, attraverso combinazioni di biglietti cumulativi, associano alla visita del Museo la scoperta del patrimonio locale, il contatto con la popolazione (sistemazione nei B&B, pranzi in ristoranti tipici) e la conoscenza dei prodotti del territorio (visita al maestro che produce le maschere, alle cantine vinicole, ai laboratori che producono il pane carasau, i dolci, i formaggi, ecc.). In questo scenario, l'immersione nell'identità e nel patrimonio di Mamoiada non si esaurisce con la visita al Museo, ma continua lungo un percorso che coinvolge in modo attivo il territorio e i suoi abitanti. L'azione del Museo, pertanto, sembra aggiungere valore alle risorse del territorio ed il Museo stesso si pone come una risorsa giacché stimola sinergie tra gli attori locali e mobilita le loro capacità organizzative.

Nell'arco dei suoi cinque anni di vita, il Museo è stato visitato da circa 55 mila visitatori paganti. Si tratta di un dato ragguardevole per un piccolo comune della Sardegna interna anche in considerazione di ciò che accade nel contesto regionale, ove i musei ed i siti archeologici che superano la soglia dei 10.000 visitatori sono solo una ventina e risultano avvantaggiati dall'essere situati presso i principali assi stradali della regione o presso i comuni costieri ad alta vocazione turistica, cioè laddove il potenziale flusso di visitatori è più consistente (Corsale e Iorio, 2008).

L'istituzione del Museo ha innescato un processo di territorializzazione turis-

tica che sta modificando sensibilmente l'immagine del paese. Si possono scorgere gli embrioni di una rete di strutture ricettive formata da una locanda e 4 bed and breakfast che, nel loro complesso, rendono disponibili circa 65 posti letto. Certo, non si tratta di una capacità consistente da un punto di vista quantitativo, ma tuttavia importante, soprattutto in relazione ai processi di partecipazione degli attori locali e alle modalità di gestione delle stesse unità ricettive.

Dal lato dell'indotto turistico si osservano dei segni di vivacità. Sono sorti, infatti, un ristorante, una pizzeria, un laboratorio che produce il tradizionale pane carasau, cinque cantine che imbottigliano il pregiato vino Cannonau di Mamoiada, un laboratorio di artigianato artistico, le cui creazioni richiamano spesso la maschera del Mamuthone. Inoltre, si sono irrobustite alcune attività che già esistevano e fra le quali si possono menzionare un laboratorio che produce le tradizionali maschere dei Mamuthones e Issohadores (l'attività del maestro intagliatore, che nasce come falegname, è ora dedicata quasi esclusivamente alla creazione delle maschere, di cui ha depositato il marchio), alcuni laboratori che producono i tradizionali dolci di Mamoiada, un market, che ha allestito uno spazio per la vendita delle produzioni locali, in specie il pane, il formaggio, la pasta fresca, i vini e i dolci. Si tratta di una microeconomia che produce, su piccola scala, prodotti di alta qualità. Ogni aspetto della produzione è curato nei minimi dettagli (ad esempio, il pane carasau è rigorosamente cotto con il forno a legna, i dolci sono fatti a mano e risultano quasi delle opere d'arte. Il loro ingrediente principale - la mandorla - proviene unicamente dalle campagne del paese) e vi è una cura particolare anche per il confezionamento (le bottiglie del vino cannonau "Mamuthone" sono impregiate da uno scampolo di stoffa del vestito dei Mamuthones e dall'incisione di una maschera, elementi utili anche come strumento di marketing). Tuttavia, non si è ancora in grado di soddisfare tutta la richiesta del mercato. Ciò induce a riflettere sui possibili scenari futuri di questa microeconomia e sull'opportunità di creare un consorzio fra i piccoli produttori della filiera alimentare vino-formaggio-pane-dolci al fine di ampliare il loro mercato di sbocco.

Tutti gli operatori del turismo e del suo indotto ritengono che il Museo abbia dato un notevole contributo allo sviluppo economico di Mamoiada in quanto ha favorito la creazione di nuove attivi-

tà, rafforzato l'identità locale e migliorato l'immagine che il paese offre di sé. Viceversa, sostengono gli operatori, permane una serie di carenze che limitano il consolidamento dello sviluppo turistico del paese. Alla scala locale, mancano figure turistiche professionalizzate, l'organizzazione dei servizi turistici è ancora improntata all'improvvisazione e l'abitato necessita miglioramenti nella qualità dell'arredo urbano. Alla scala dell'area più vasta, persistono deficienze nel sistema dei trasporti (Mamoiada non si raggiunge facilmente se ci si affida unicamente ai mezzi pubblici, in quanto la loro frequenza è tarata quasi unicamente sul pendolarismo degli studenti) e nelle relazioni con gli operatori economici e politici, in specie con quelli operanti nelle zone costiere (che costituiscono le aree turistiche più forti della Sardegna).

Cionondimeno, il paese ha senz'altro intrapreso un percorso di crescita economica e culturale inaspettato, se si guarda al difficile passato, e che forse non ha precedenti in tutto il panorama rurale della Sardegna.

Il Museo delle Icone su Vetro di Sibiel (Transilvania, Romania): la cultura contadina come chiave di sviluppo

Il caso di Sibiel, in Romania, mostra l'importanza delle interazioni fra turismo culturale e sviluppo locale in una tipica comunità rurale dell'Europa Orientale il cui sistema socio-economico è costituito da un substrato agrario preindustriale modificato dal controverso esperimento comunista del XX secolo e attualmente in fase di difficile riconversione verso l'economia di mercato, in un contesto di emigrazione ed invecchiamento demografico che rende particolarmente urgente la ricerca di nuove prospettive di sviluppo.

Il villaggio di Sibiel è situato nella Transilvania meridionale, circa 20 km a est di Sibiu, nella regione storico-geografica della Marginimea Sibiului (Figura 2).

Si tratta di una comunità rurale di origine medievale, posta tra le pendici settentrionali dei Monti Cindrel, parte della catena dei Carpazi meridionali, e i margini sud-orientali dell'altopiano transilvano. Sibiel, che fa parte della municipalità di Săliște, nella contea di Sibiu, conta circa 400 abitanti e le sue attività economiche prevalenti sono l'agricoltura, con produzione di cereali, ortaggi e frutta, l'allevamento, soprattutto di ovini, bovini e animali da cortile, e l'artigianato del legno e del ferro. Le attività agricole, in particolare, presentano un prevalente carattere di sussistenza e il



Figura 2. Localizzazione di Sibiel. Fonte: GraphicsMaps.com, modificata, 2009..

sistema socio-economico locale mostra ancora lineamenti tipici dell'età preindustriale, scarsamente modificati in epoca comunista da una parziale e temporanea fase di collettivizzazione. La popolazione del villaggio è sempre stata di etnia rumena, diversamente dai villaggi situati a nord-ovest e a nord-est, dove la popolazione tedesca, interessata da un forte movimento di emigrazione, è stata largamente sostituita, fra gli anni Settanta e Novanta, dalla minoranza rom.

Il tenore di vita della popolazione è modesto, limitato anche dalla mancanza di infrastrutture basilari. Il villaggio dispone di energia elettrica, reti telefoniche fisse e mobili, ufficio postale, centro culturale, asilo e scuola elementare, ma mancano ancora l'acquedotto e le fognature. Il centro principale della municipalità, Săliște, dispone invece di gran parte dei principali uffici e servizi pubblici decentrati a livello comunale ed il capoluogo di contea, Sibiu, è uno dei principali centri economici e culturali della Transilvania. La vicinanza ai due centri non ha impedito ma anzi rafforzato un movimento di emigrazione che ha ridotto la popolazione dai 1.570 abitanti del 1930 ai 450 del 2005.

Sibiel ha conservato un patrimonio culturale ed ambientale di grande valore, con una struttura urbanistica ed un impianto architettonico quasi intatti che testimoniano la vita tradizionale della Transilvania rurale. Le chiese ortodosse di origine sette-

centesca, le cappelle affrescate poste lungo gli incroci, le case di impianto tardogotico e barocco, le strade acciottolate, i ponti in legno sul torrente Sighiel, le rovine della fortezza magiara di Salgo, l'ampia superficie forestale e l'elevata biodiversità, insieme ad una cultura contadina ancora viva e a tradizioni etnografiche profondamente sentite da parte della popolazione (artigianato, gastronomia, musica, danze, leggende, costumi, festività di origine cristiana e pagana, usanze legate ai battesimi, ai matrimoni e al passaggio dall'infanzia all'età adulta) costituiscono una risorsa di grande rilevanza.

Il turismo culturale ha fatto la sua prima comparsa a Sibiel negli anni Settanta in seguito a un'iniziativa locale di valorizzazione di una delle più preziose e particolari risorse culturali del villaggio e della regione, la tradizione delle icone dipinte su vetro. Si tratta di un'antica arte praticata dai contadini rumeni di religione ortodossa che si dedicavano a questa attività nelle pause dal lavoro nei campi. Queste icone, che rappresentavano scene religiose filtrate attraverso la cultura contadina, godettero di enorme popolarità tra la gente delle campagne, dove ogni casa, anche la più povera, aveva almeno un'icona di Cristo, della Madonna o di un Santo (Foto 2).

La creazione del Museo delle icone dipinte su vetro si deve all'iniziativa di Padre Zosim Oancea, sacerdote ortodosso del villaggio, supportato in modo decisivo dagli abitanti di Sibiel e di altri villaggi. Giunto a Sibiel nel gennaio 1964, e reduce

da anni di persecuzioni a causa della sua attività religiosa, Padre Oancea maturò l'idea di creare un Museo delle icone su vetro in seguito al restauro dell'antica chiesa del villaggio, impreziosita da affreschi settecenteschi e dichiarata Monumento Storico Nazionale. Intenzionato ad arricchirne il patrimonio per favorirne l'inserimento in un itinerario culturale regionale, nel 1969 Padre Oancea invitò gli abitanti di Sibiel a donare le icone su vetro che custodivano nelle loro abitazioni, spesso in precarie condizioni di conservazione, per collocarle in un museo che mantenesse la memoria di un'arte in via di abbandono. In questo modo, grazie a donazioni personali degli abitanti di Sibiel e a nuove acquisizioni, si costituì una prima collezione di icone (circa 200 opere) ospitate nella prima sede del museo, un vecchio magazzino ubicato dietro la chiesa. Il progressivo incremento della collezione e l'aumento di visitatori, provenienti anche dall'estero, indussero, grazie a donazioni internazionali (in primo luogo da parte del Consiglio Ecumenico delle Chiese di Ginevra), alla costruzione di un nuovo edificio, ultimato nel 1983, che costituisce oggi la principale sede di un museo che custodisce ormai oltre 600 testimonianze della creatività artistica e del fervore religioso dei pittori contadini. Il museo, che attira oltre 15.000 visitatori l'anno, provenienti sia dalla Romania sia dall'estero, dispone di un sito internet molto articolato, tradotto in inglese e in italiano, e promuove pubblicazioni artistiche e scambi culturali di ambito nazionale e internazionale.

Uno degli obiettivi di Padre Oancea era, fin dalla creazione del museo, la promozione del turismo rurale come strumento per sostenere la cultura contadina e fornire agli abitanti una fonte di reddito supplementare, rafforzando al tempo stesso lo spirito comunitario. Le icone su vetro, l'agricoltura e l'ospitalità degli abitanti costituivano, nella coraggiosa visione del Parroco, gli elementi sui quali costruire il futuro del villaggio. Nonostante la proibizione formale di aprire strutture ricettive private, forme embrionali e sporadiche di agriturismo continuarono a svilupparsi negli anni Settanta e Ottanta. Gli



Foto 2. Icone su vetro. Fonte: Corsale, 2007

anni Novanta, caratterizzati dal tracollo del sistema economico di impianto socialista e dalla difficile riemersione dell'economia di mercato, hanno poi lasciato spazio alla nascita delle prime iniziative stabili negli anni Duemila.

Il villaggio di Sibiel, grazie alla presenza di un museo unico al mondo, fortemente radicato nella cultura contadina locale, e grazie alla valorizzazione della tradizionale ospitalità locale, è divenuto così uno dei centri pionieri nello sviluppo del turismo rurale in Transilvania e in Romania. All'ingresso del museo un grande pannello in legno, sul quale è stata incisa una mappa del villaggio, elenca le case nelle quali è possibile acquistare e consumare prodotti locali oppure trascorrere la notte. L'elenco comprende ormai 32 famiglie che offrono circa 130 posti letto e 800 posti per la ristorazione. I prodotti utilizzati, data la diffusione dell'agricoltura di sussistenza, provengono essenzialmente dal territorio del villaggio, e le grandi e antiche case a corte sono state solo parzialmente modificate per accogliere gli ospiti. Alcune abitazioni offrono la possibilità di dormire sui tradizionali letti di fieno o sulle tipiche stufe in muratura. Ai visitatori vengono generalmente proposte attività complementari di tipo culturale e naturalistico-sportivo che, non di rado, portano all'acquisto dei prodotti artigianali venduti presso il chiosco e presso la bottega del fabbro, entrambi situati nel cuore del villaggio. Alcune famiglie offrono, inoltre, la possibilità di partecipare ai lavori agricoli in un'atmosfera di condivisione dei tempi e degli spazi che può costituire un'esperienza fortemente coinvolgente per i visitatori. Il ventaglio di attività che viene proposto dalle famiglie del villaggio tende ad ampliarsi continuamente e va dai corsi di pittura al free-climbing, dalle corse in slitta sulla neve ai laboratori didattici (Barbu e Rucinski, 2006).

Il sistema turistico incentrato sul museo delle icone e sull'esperienza della vita rurale attraverso la ricettività familiare costituisce un esempio di sinergia nata dall'iniziativa locale in grado di creare concrete opportunità di sviluppo. La valorizzazione della cultura contadina, in tutti i suoi aspetti, costituisce evidentemente la chiave del suo successo. I visitatori stranieri provengono in gran parte dalla Germania, dalla Francia e dall'Italia e inseriscono Sibiel in itinerari di tipo culturale e naturalistico che includono anche le città e le fortezze transilvane di fondazione tedesca e i monti Carpazi e Apuseni. Diverse famiglie del villaggio hanno creato i propri siti internet o aderiscono a portali informatici che consentono anche ai turisti individuali di rag-

giungere il villaggio, che è comunque citato in tutte le principali guide turistiche internazionali. L'elezione della città di Sibiu a Capitale Europea della Cultura, nel 2007, ha ulteriormente amplificato la notorietà di Sibiel e della sua regione. In presenza di un tenore di vita molto modesto, il turismo consente alle famiglie di integrare i proventi dell'agricoltura ed i redditi di tipo pensionistico incentivando la conservazione del proprio patrimonio culturale e fornendo un'alternativa concreta all'emigrazione e all'urbanizzazione.

Non mancano, al tempo stesso, elementi di criticità che limitano i benefici dello sviluppo turistico. La sostanziale mancanza di supporto da parte delle autorità pubbliche, al livello municipale, provinciale e nazionale, tradisce un più generale problema legato alla difficoltà di creare reti in grado di rafforzare il marketing integrato del territorio. In mancanza di azioni forti in questo senso, si continua ad osservare una netta prevalenza del turismo escursionistico o di passaggio, con una proporzione relativamente ridotta di pernottamenti rispetto alle visite al museo o ai pranzi in agriturismo. Le stesse famiglie, pur collaborando tra loro secondo la strada indicata da Padre Oancea, rappresentano in realtà degli attori isolati che faticano a sviluppare collaborazioni di tipo sistemico. Ciononostante, il caso di Sibiel costituisce un esempio incoraggiante e di grande interesse per numerose comunità rurali alla ricerca di opportunità di sviluppo locale che ne preservino le specificità culturali e ambientali.

Il Museo Comunitario di Ait Iktel (Alto Atlante, Marocco): la comunità locale come protagonista

Il villaggio montano di Ait Iktel rappresenta un caso interessante di sviluppo socio-economico avviato grazie allo spirito di iniziativa di una comunità locale che è riuscita a compiere passi significativi verso la valorizzazione del patrimonio culturale e ambientale di una regione fortemente isolata e minacciata dall'emigrazione.

Ait Iktel è situato nella regione montuosa dell'Alto Atlante, circa 100 km a sud di Marrakech (Figura 3).

Si tratta di una comunità rurale di circa 120 famiglie, per un totale di 800 abitanti, collegata per mezzo di sentieri e strade non asfaltate agli altri centri agricoli montani della provincia di Marrakech (Foto 3).

Le fonti di reddito sono costituite essenzialmente dalla coltivazione del grano e dell'ulivo e dall'allevamento di ovini e caprini, praticate quasi esclusivamente per il

sostentamento della famiglia. In seguito al massiccio movimento di emigrazione che ha colpito la regione a partire dagli anni Sessanta, anche le rimesse degli emigrati sono entrate a far parte stabilmente delle fonti di reddito del villaggio, dato che in ogni famiglia almeno un componente vive e lavora a Marrakech, Casablanca o Rabat.

La comunità di Ait Iktel, di lingua e cultura berbera, ha conservato la tradizionale



Figura 3. Localizzazione di Ait Iktel. Fonte: GraphicsMaps.com, modificata, 2009..

architettura in terra cruda e pietra tipica dei villaggi dell'Atlante e mantiene in vita costumi ed usanze che derivano dall'antica fusione fra le pratiche pagane autoctone e la religione islamica penetrata a partire dall'VIII secolo.

Diversamente dagli altri villaggi della regione, Ait Iktel ha reagito alla sua condizione di marginalità sperimentando un'innovativa forma di cooperazione locale autogestita che ha preso il nome di "Association Ait Iktel de Développement" (AID). L'iniziativa è nata nel 1995, quando la mancanza di infrastrutture basilari, quali l'acqua potabile e l'elettricità, stava spingendo un numero crescente di abitanti, in particolare giovani, verso l'emigrazione, minacciando la sopravvivenza futura della comunità. Una prima esperienza associativa era già stata sperimentata nel 1992 sotto forma di comitato per la salvaguardia dei costumi del clan berbero Ghoujdama, che abita il villaggio.

L'obiettivo di sviluppo prioritario, individuato autonomamente dagli abitanti, era l'accesso all'acqua potabile. Fino ad allora l'acqua era fornita da una fontana a pompa azionata manualmente, con notevoli disagi

per le famiglie poste ai margini del villaggio e con rischi derivanti dalle mediocri condizioni igieniche e dalla periodica scarsità idrica. La nascita dell'Associazione costituì un passaggio formale necessario per ottenere finanziamenti pubblici e pri-



Foto 3. Veduta di Ait Iktel. Fonte: Corsale, 2008

vati in favore del villaggio. Attraverso la mobilitazione degli abitanti emigrati a Casablanca, l'Associazione riuscì a contattare l'Ambasciata del Giappone, che si offrì di finanziare il progetto idraulico. Il successo dell'iniziativa portò all'elaborazione di nuovi progetti per l'elettrificazione del villaggio e la costruzione di una scuola secondaria, in modo da creare le premesse per affrancare il villaggio dalla dipendenza finanziaria dalle comunità di emigrati e per migliorare la qualità della vita frenando l'emigrazione e stimolando la nascita di attività economiche alternative all'agricoltura di sussistenza (Mernissi, 1997).

L'Associazione, che opera affiancandosi alla tradizionale assemblea di villaggio (jema), è composta da un rappresentante per ogni famiglia. Si tratta di un esperimento di partecipazione democratica nato dal basso che ha attirato l'attenzione di diverse ONG internazionali e della stessa Banca Mondiale. I nuovi progetti hanno portato alla realizzazione di infrastrutture per l'irrigazione degli orti, con un aumento significativo delle rese agricole, all'elettrificazione del villaggio, con un minore ricorso al legname ed un rallentamento del tasso di disboscamento, e all'apertura della nuova scuola, nella quale le lezioni sono impartite in arabo, berbero e francese. Grazie alla realizzazione dell'acquedotto, per la prima volta nella storia del villaggio, le donne si sono liberate dall'oneroso compito dell'approvvigionamento idrico ed oggi

l'85% delle donne fra i 4 e i 19 anni frequenta la scuola. E' stato costruito anche un presidio sanitario, dotato di ambulanza, che ha permesso di abbattere rapidamente l'incidenza delle malattie infettive e di introdurre i primi elementi di educazione sessuale. Questi edifici sono stati realizzati nel rispetto dell'architettura tradizionale in terra cruda e pietra, e grazie a questa attenzione per la memoria e per il patrimonio l'Associazione ha vinto, nel 2001, il prestigioso Premio Aga Khan per l'Architettura. Diversi emigrati sono rientrati stabilmente nel villaggio per partecipare ai nuovi progetti di sviluppo.

Il progetto più innovativo ed originale riguarda l'apertura del Museo Comunitario, che attesta l'importanza della percezione del legame tra turismo culturale e sviluppo locale presso gli abitanti del villaggio. Il museo, che ha sede in una casa tradizionale, è strutturato come centro sociale e culturale e, accanto alle collezioni, ospita degli spazi comuni che vengono abitualmente utilizzati e vissuti dagli abitanti, in particolare dalle donne. Mentre, infatti, l'accesso agli uffici pubblici e alla sala dell'assemblea di villaggio sono rigidamente regolamentati dalla legge o dal diritto consuetudinario, e spesso riservati, formalmente o meno, alla componente maschile, l'apertura di uno spazio a frequentazione libera permette agli abitanti di incontrarsi in tutta tranquillità e di rafforzare lo spirito comunitario.

La sezione destinata all'esposizione raccoglie oggetti che rappresentano la memoria del passato e la realtà del presente, contenendo costumi, utensili e fotografie che testimoniano l'identità locale. Il museo comprende inoltre un laboratorio di tessitura, nel quale i giovani del paese possono produrre e vendere le proprie creazioni, ed uno spazio comune dotato di televisore e computer, che, come l'annessa biblioteca, sono a disposizione sia degli abitanti sia dei visitatori. Il museo costituisce anche la sede dell'Associazione, ed è quindi il luogo in cui si svolgono le assemblee e i dibattiti sui progetti di sviluppo. Il Museo Comunitario, mettendosi al servizio sia dei visitatori sia degli abitanti, ha le potenzialità per diventare un centro culturale di rilevanza internazionale. L'Associazione ha infatti attivato i primi gemellaggi ed i primi programmi di scambio per ospitare studenti stranieri interessati alla cultura berbera.

Come nel resto dell'Alto Atlante, le aspettative della popolazione legate alla crescita del turismo culturale, rurale e naturalistico sono molto alte. Queste forme di turismo, presenti nella regione in maniera embrionale fin dagli anni Trenta, hanno conosciuto un rapido sviluppo a partire dagli

anni Ottanta, soprattutto in seguito al programma di cooperazione franco-marocchino "Projet Haut Atlas Central" il cui obiettivo era la promozione di forme di agriturismo in grado di fornire fonti di reddito per gli abitanti incentivando la preservazione del patrimonio culturale ed ambientale e frenando l'esodo rurale. La vicinanza alla città imperiale di Marrakech e la presenza del Parco Nazionale del Toubkal, avvenuta nel 1942, avevano già portato la regione alla notorietà internazionale.

In diversi villaggi, tuttavia, la forte crescita del movimento turistico di massa avvenuta negli anni Novanta e Duemila ha generato un impatto ambientale e sociale molto controverso, producendo vantaggi per gli attori esterni e svantaggi per gli attori locali e portando in molti casi al degrado dell'architettura tradizionale e alla sua sostituzione con modelli estranei al contesto culturale locale.

Nel caso di Ait Iktel, il forte senso di identità comunitaria ha reso gli abitanti protagonisti del processo di sviluppo ed ha consentito loro di aprirsi agli stimoli ed alle risorse del mondo esterno senza lasciarsene travolgere. Diverse famiglie hanno così scelto di aprire le proprie case ai turisti, i quali, attraverso la visita al Museo Comunitario, possono entrare nella dimensione locale ed adottare comportamenti rispettosi dell'ambiente sociale e naturale che li ospita, beneficiando di un'esperienza culturale fortemente coinvolgente. Le produzioni agricole ed artigianali del territorio si avvantaggiano della presenza di visitatori che contribuiscono all'economia locale e al mantenimento dell'Associazione stessa. Attraverso i contatti con il mondo esterno e grazie all'innalzamento del tenore di vita, inoltre, la comunità ha la possibilità di riflettere sul proprio rapporto con le risorse naturali e di correggere comportamenti fortemente impattanti che si erano diffusi in passato, quali il disboscamento eccessivo e lo smaltimento superficiale dei rifiuti.

In questo modo, attraverso la partecipazione democratica, la valorizzazione della propria identità culturale e l'apertura al mondo esterno, una piccola comunità di montagna ha tracciato un cammino di sviluppo sostenibile originale che può rivelarsi di notevole importanza.

Conclusioni

A differenza della gran parte degli studi sui musei che, come già osservato, si focalizzano sui musei di grandi dimensioni situati in aree urbane, il presente contributo ha analizzato le opportunità per lo sviluppo turistico e locale derivanti dall'apertura

di piccoli musei in tre contesti territoriali marginali e in ritardo di sviluppo. E' emerso che, in breve tempo, queste comunità hanno sperimentato almeno una fase di avvio di attività turistiche con implicazioni positive per lo sviluppo economico e sociale. Pertanto, le esperienze del Museo delle Maschere Mediterranee di Mamoiada, del Museo delle Icone su Vetro di Sibiè e del Museo Comunitario di Ait Iktel costituiscono dei casi di indubbio interesse all'interno dei progetti di sviluppo del territorio aventi come tema dominante l'identità locale e il turismo culturale.

Per tutte le tre comunità rurali considerate, la cultura contadina, espressa dalle maschere dei Mamuthones e Issohadores nel caso di Mamoiada, dalla pittura delle icone su vetro nel caso di Sibiè, dagli oggetti e utensili della vita rurale nel caso di Ait Iktel, si è dimostrata non già un fossile, ma un'importante risorsa per il rafforzamento dello spirito comunitario e per l'azione collettiva di reazione alla marginalità territoriale. L'istituzione dei musei ha comunicato questa cultura ed ha aggiunto valore al territorio innescando importanti ricadute economiche e sociali. Fra le prime si possono citare la nascita di forme di ospitalità a livello familiare, l'incentivazione della produzione agricola e il rafforzamento dell'artigianato locale. Fra le seconde un posto preminente spetta alla rinnovata percezione che le comunità hanno di sé e del proprio territorio (esse hanno preso coscienza del valore della cultura locale e del saper fare di cui sono in possesso), al dialogo che si è attivato tra gli attori locali, all'apertura di relazioni con l'esterno e alla fiducia verso il futuro.

L'apertura dei tre musei, situati in contesti geografici differenti ma accomunati da situazioni di relativa marginalità socio-economica, ha quindi dimostrato di poter innescare meccanismi di sviluppo partecipato, agendo principalmente su tre ambiti:

- l'emersione di reti fatte di incontri, dialoghi, collaborazioni, interazioni e sinergie con attori chiave all'interno dei microcosmi locali (artigiani, agricoltori, artisti, operatori turistici, amministratori, associazioni, scuole) e in contesti più ampi, attraverso la sedimentazione, in parte spontanea e in parte organizzata, di scambi di esperienze e di progetti congiunti con altre realtà socio-economiche e culturali;
- la creazione di spazi nei quali elementi-simbolo della memoria locale riescono a recuperare una visibilità che, sebbene in un contesto parzialmente estraneo rispetto alla matrice di origine, quale la sala espositiva o il laboratorio didattico,

fornisce occasioni di riflessione e di crescita sia alla popolazione dei villaggi sia ai visitatori provenienti da contesti esterni, favorendo l'interazione tra luoghi e tempi diversi;

- la moltiplicazione di iniziative economiche autonome da parte delle famiglie locali, in particolare in ambito turistico, generalmente con una forte connotazione rurale, culturale e naturalistica, in grado di integrarsi con le attività economiche preesistenti [sustainable livelihoods (Tao e Wall, 2009)], conciliando tradizione locale e apertura verso il mondo esterno e ampliando quindi il ventaglio delle opportunità economiche in grado di costituire un'alternativa all'emigrazione e all'esodo rurale.

Certo, il cammino verso il consolidamento dello sviluppo locale è ancora lungo, ma forse si è intrapreso il giusto percorso, se per giusto si intende un progetto di sviluppo fondato su valori materialmente mediati cioè su valori che fanno presa su risorse uniche e irripetibili altrove (Dematteis, 2007), condiviso dalla comunità e nel quale questa ha l'opportunità di essere protagonista.

Se è vero che le relazioni tra musei, turismo culturale e sviluppo locale non sempre sono positive e possono cambiare nel tempo e, in casi estremi, rivelarsi più un insuccesso che un successo, le esperienze qui riportate suggeriscono che, affinché un museo agisca da stimolo per lo sviluppo delle piccole realtà urbane o rurali, esso deve cercare di fare presa sulle risorse culturali locali. Tentare di "inserirsi" nel sistema locale, aggiungendo valore alle risorse che già esistono, e stimolare le capacità acquisite dalla comunità, piuttosto che agire come un elemento isolato senza link con il territorio ed i suoi abitanti, sono le azioni – chiave per evitare che il patrimonio culturale diventi un "fossile" con risultati incerti per lo sviluppo della comunità.

Bibliografia

- Amirou, R.
2000 *Imaginaire du tourisme culturel*. Paris: PUF.
- Anderson, R.
2005 "To thrive or survive? The state and status of research in museums", *Museum Management and Curatorship*, 20, pp. 297-311.
- Anghelèddu, G. e Zurbon, E. A.
2002 *Disamistade. Una storia di vendette in Sardegna*, Ernst-August Zurbon Filmproduktion: Deutschland.

- Ashworth, G.J. e Tunbridge, J.E.
2000 *The tourist-historic city: retrospect and prospect of managing the heritage city*. Oxford: Pergamon.
- Barbu, I. e Rucinschi, D.
2006 "Descoperirea Romaniei: turismul rural s-a nascut la Sibiel". *Jurnalul Național* (21 luglio 2006).
- Chhabra, D.
2008 "Positioning museums on an authenticity continuum", *Annals of Tourism Research*, 35 (2), pp. 427-447.
- Corsale, A. e Iorio, M.
2008 "Musei di identità e processi di sviluppo del turismo culturale. L'esperienza del Museo delle Maschere Mediterranee di Mamoiada, Sardegna". *Quaderno di lavoro Crenos*, n. 2. Cagliari: Cuec.
- Dansero, E. e Governa F.
2003 "Patrimoni industriali e sviluppo locale". In Dansero, E., Emanuel, C., Governa, F. (a cura di). *I patrimoni industriali* (pp. 9-42). Milano: Franco Angeli.
- Dematteis, G.
2007 "L'insostenibile leggerezza dell'invenzione patrimoniale". In Sistu, G. (a cura di), *Vagamondo. Turismi e turisti in Sardegna* (pp. 263-265). Cagliari: Cuec, Cagliari.
- Forni, G.
1999 "Ethnographic museums in Italy: A decade of phenomenal growth". *Museum International*, 51 (4): 47-51.
- Governa, F.
2007 "Sviluppo turistico e sviluppo locale: Quali relazioni". *Quaderni IReR*. Milano: Guerini.
- Graburn, N.
1998 "A quest for identity", *Museum International*, 50, 3, pp. 13-18.
- Harrison, J.
1997 "Museums and touristic expectations", *Annals of Tourism Research*, 20, pp. 23-40.
- Hernández, J. B. e Tresserras, J. J.
2001 *Gestion del patrimonio cultural*. Barcelona: Ariel.
- 2010
- Iorio, M. e Corsale, A. "Rural tourism and livelihood strategies in Romania", *Journal of Rural Studies*, Vol. 26, Issue 2, pp. 152-162.
- Jansen-Verbeke, M. e van Rekom, J.
1996 "Scanning museum visitors: urban tourism marketing", *Annals of Tourism Research*, 23, pp. 23-40.
- Karp, I., Kratz, C., Szwaja, L., Ybarra-Frausto, T., Buntinx, G., and Kirshenblatt-Gimblett, B.
2006 *Museum frictions: Public cultures/global transformation*. Durham: Duke University Press
- Le Lannou, M.
1941 *Pâtres et paysans de la Sardaigne*. Tours: Arrault.
- Maggi, M.
2001 "Ecomusei, musei del territorio, musei di identità". *Nuova Museologia* 4: 9-11.
- Mernissi, F.
1997 *Les Aït Débrouille*. Casablanca: Fennec Editions.
- Plaza, B.
2000 "Guggenheim museum's effectiveness to attract tourism". *Annals of Tourism Research*, 27 (4): 1055-1058.
- Polveroni, A.
2007 *This is contemporary! Come cambiano i musei d'arte contemporanea*. Milano: Franco Angeli.
- Richards, G.
2007 *Cultural tourism. Global and local perspective*. New York: Haworth Press.
- Scalise, I. M.
2007 "Siamo un volano per l'economia ecco perchè ci chiamano". *La Repubblica* (15 ottobre, 2007).
- Silberberg, T.
1995 "Cultural tourism and business opportunities for museums and heritages sites". *Tourism Management* 16 (5): 361-365.
- Sistu, G.
2007 (a cura di) *Immaginario collettivo e identità locale. La valorizzazione turistica del patrimonio culturale fra Tunisia e Sardegna*. Milano: Franco Angeli.
- Smith, M. e Robison, M.
2006 *Cultural tourism in a changing world: Politics participation and (re) presentation*. Clevedon: Channel view publications.
- Staniscia, B.
2006) "Sviluppo locale e turismo. Un percorso di ricerca". in Buzzetti, L., e Montanari A. (a cura di). *Nuovi scenari turistici per le aree montane* (pp. 51-80). Trento: Valentina Trentini Editore.
- Tao, T. C. H. and Wall, G.
2009 "Tourism as a Sustainable Livelihood Strategy". *Tourism Management* 30 (1): 90-98.
- Thimothy, D. J. and Boyd, S.W.
2006 "Heritage tourism in the 21st century: Valued traditions and new perspectives". *Journal of Heritage Tourism* 1 (1): 1-16.
- Tufts, S. e Milne, S.
1999 "Museums: a supply-side perspective", *Annals of Tourism Research*, 26 (3), pp. 613-631.

Urry, J.
1995 *The Tourist Gaze*. London: Sage.

Siti internet:

Istituto Nazionale di Statistica (Italia):
<http://www.istat.it>

Museo delle Icone su Vetro di Sibiel: <http://www.sibiel.net/>

Museo delle Maschere Mediterranee di Mamiada: <http://www.museodellemaschere.it/>

Villaggio di Ait Iktel: <http://www.aitiktel.com/>.

Recibido: 04/03/09

Reenviado: 10/06/10

Aceptado: 16/06/10

Sometido a evaluación por pares anónimos