

San Paolino's Voice

News from Rome

Arte cultura e turismo- il viaggio oltre la conoscenza e la valorizzazione- edizioni Marcianum press 2013

Arte, cultura e turismo:

il viaggio oltre la conoscenza e la valorizzazione

Alcune riflessioni dei maggiori esperti del settore a cura di Alessandro Di Paolo e Fabiano Longoni (Edizioni Marcianum press 2013)



<http://carlomafera.files.wordpress.com/2014/05/67053->

[cop arte cultura e turismo copia.jpg](#))

E' un libro che intende sottolineare l'importanza del turismo culturale e spirituale che diventa un'esperienza umana unica, irripetibile e arricchente per chi lo compie. Rappresenta quindi una crescita umana difficilmente realizzabile in altri modi. L'opera della Marcianum Press, che si distingue perché tocca sempre argomenti di alto livello culturale, si svolge seguendo tre ambiti: quello antropologico, quello economico e infine l'aspetto conoscitivo. Si parte dall'assioma di Lacan secondo il quale "il desiderio dell'uomo trova il suo senso nel desiderio dell'altro, non tanto perché l'altro detenga le chiavi dell'oggetto desiderato quanto perché il suo primo oggetto è di essere riconosciuto dall'altro". L'uomo cerca di conoscere l'altro e l'altrove, come un novello Ulisse mai pago e mai soddisfatto di una conoscenza personale o di un luogo diverso dal precedente. La dimensione di chi viaggia assume sempre due fondamentali aspetti: quella del viaggiatore che

tende ad essere cittadino del mondo e che trova immediate relazioni con gli ospitanti, rispettando le tradizioni e le culture locali e quella del semplice turista. Il viaggiatore invece conosce attraverso un incontro profondo con l'ospitante, con il paesaggio e con le opere d'arte. E' un incontro, non un semplice imbattersi, ed è legato alla coltivazione della memoria perché ricordare ci consente di ragionare e di conoscere veramente. Ecco l'importanza della bellezza e del livello estetico del sapere. Antoine de Saint-Exupery diceva che non si conosce veramente se non con il cuore. La contemplazione infatti avviene sì con gli occhi ma si compie a livello più profondo, e cioè con il cuore. Anche il semplice turista, pur partecipando alla sola dimensione massificata dell'immaginario collettivo, non può non scoprire le tante opportunità relazionali che soddisfa più incontrando gli altri che dentro di sé. Alla fine c'è un grande bisogno di incontrare il Tu del divino, l'Altro e il Totalmente Altro che fa sì che il viaggiatore si trasformi in pellegrino. I luoghi sono importanti per riconoscere questa Presenza attraverso le testimonianze storiche. È una ricerca di conferme fatte soprattutto in gruppo proprio per incontrare l'Altro dentro e fuori di noi.

Dal punto di vista economico, il turismo culturale potrebbe costituire una grande opportunità per gli Stati, sia per creare e cementare le relazioni politiche sia per sviluppare la crescita reale e la rinascita dell'occupazione. Soprattutto l'Italia, che possiede il 50 per cento del patrimonio culturale mondiale, potrebbe sfruttare questa immensa ricchezza culturale che invece viene utilizzata poco e male. I siti che vengono promossi e riconosciuti dall'Unesco sono soltanto 35 mentre quelli realmente usufruibili sono centinaia. Se soltanto il governo italiano ponesse attenzione al fatto che la cultura non è un optional, non è la ruota di scorta dell'economia ma potrebbe costituire la parte trainante di essa! Non sono le tasse la soluzione ai nostri problemi ma gli investimenti nei settori giusti, e quello culturale è proprio quello più adatto. Bene ha detto, centrando il nocciolo della questione, Fabio Poles, Segretario Generale della Fondazione Studium Generale Marcianum per la promozione di studi e ricerche, quando ha parlato di un turismo frutto di un'aggiornata imprenditorialità: " E' la cultura che genera il mercato. Se la cultura è debole, è debole anche il mercato. Se la cultura è forte, è forte anche il mercato".

Infine l'aspetto conoscitivo del turismo è forse la dimensione più forte. Come si diceva, è l'esperienza umana più profonda che raggiunge il "fondo della questione", e cioè che, al di là delle differenze, accomuna tutti gli uomini, di ciò che vale sempre, al di là di ogni relativismo e di ogni differenza culturale o economica. Michele Serra, giornalista e scrittore, afferma con grande acutezza che il turismo culturale rappresenta "la vittoria sul relativismo, e quindi sull'estraneità e sta nell'esperienza che il volto umano, prima di ogni diversità di declinazione di forme, ha le stesse caratteristiche in ogni angolo del mondo. Fare esperienza di questo ha un valore impagabile, anche come sconfitta del provincialismo e dello snobismo culturale...".

Educare alla bellezza. Questo è un tema ricorrente nelle mie ultime recensioni. La bellezza è un veicolo di conoscenza più forte e più profondo del semplice linguaggio scritto o orale che sia. Suscitare la memoria che apra all'infinito, credere che l'etica vada applicata non solo nei rapporti commerciali ma è un presupposto fondamentale per creare un'ottima relazione fra l'ospitante e l'ospite dove quest'ultimo non viene ritenuto un semplice turista ma un vero e proprio cittadino. Bisogna ritenere il turismo culturale come la più alta forma di turismo insieme a quello spirituale. Tali forme costituiscono un'esperienza umana straordinariamente unica e irripetibile portatrice di formazione e di crescita difficilmente realizzabile altrimenti.

In Italia c'è un deficit infrastrutturale di cui si parla poco. È quello che riguarda la conoscenza. Adagiati su un patrimonio e una storia imparagonabili, abbiamo accumulato ritardi gravi nell'adeguare gli strumenti intellettuali con cui aggredire un mondo in rapida, drammatica

evoluzione.

Una delle cause della bassa crescita del Pil italiano rispetto a quello dei maggiori e diretti competitor può essere ascritta all'inadeguatezza di un sistema di formazione che non riesce a produrre figure e professionalità necessarie a sostenere la competizione e quindi lo sviluppo.

“L'Italia nel 2008 ha speso il 4,8% del Pil per l'istruzione, l'1,3% in meno rispetto alla media Ocse (6,1%). Il nostro Paese ha un tasso di laureati del 14% nella popolazione compresa tra il 25 e i 64 anni, tra i più bassi dei Paesi Ocse (solo Turchia e Brasile ne hanno meno). Quel che è peggio è che la quota di iscritti a facoltà scientifiche e ad ingegneria è ancora più bassa: in Italia non raggiunge il 24%, rispetto al 35,6% della Finlandia, al 33,4% della Germania, al 34,9% della Corea e al 26% della Francia. Il deficit è aggravato da un corrispondente eccesso di offerta sul lato dei percorsi formativi umanistici. Questo gap formativo si ripercuote anche sul settore del turismo, che è strumentale a una valorizzazione in termini economico-industriali del nostro immenso patrimonio culturale. In ambito turistico solo il 17% degli operatori possiede una formazione di livello superiore o universitario, contro il 35% dei nostri principali competitor europei. Questo è un elemento di assoluta rilevanza, considerato che per un rilancio dell'economia italiana la sfida del turismo, e soprattutto di quello culturale, è decisiva. Mentre – infatti – è molto aggressiva la concorrenza esercitata sul segmento balneare da destinazioni alternative, sia nel Mediterraneo che fuori dall'Europa, il turismo culturale è, e deve sempre più divenire, una nostra, specifica prerogativa. Vale la pena ricordare che anche il turismo culturale è nato in Italia, con la tradizione dei grand tour sei-ottocenteschi di cui Goethe ci ha lasciato memorabile traccia. La valorizzazione del patrimonio italiano necessita però di professionalità specifiche, di addetti con qualificazione elevata a tutti i livelli.” Questi i dati di una ricerca svolta dal Sole24 ore.

“Non possiamo limitarci a vivere di rendita, – continua la ricerca -pensando di continuare ad attingere ad un “giacimento” inesauribile. Quel tipo di approccio ha già mostrato tutti i suoi limiti e i suoi effetti distorsivi, anche in termini di stagionalità ed eccessiva concentrazione dei flussi del grande turismo in pochi luoghi, con la conseguente esclusione di molte aree ad elevato potenziale. Uno spreco ed una mortificazione delle nostre risorse che non possiamo più permetterci. Le cifre indicano chiaramente quale sia l'attrattiva del fattore artistico-culturale, che con 35 milioni di arrivi nel 2010 ha pesato per oltre il 35% del totale e una variazione positiva del 5,7% rispetto all'anno precedente. I margini di miglioramento sono comunque enormi se, come ha ricordato Roberto Cecchi su queste pagine, la metà dei 37 milioni di visitatori annui entra in solo 8 dei 424 musei statali italiani e se rammentiamo come il fatturato del turismo mondiale sia raddoppiato tra il 2000 e il 2010 e sia destinato a raddoppiare ancora nei prossimi dieci anni. Intercettare questo flusso, anche a quota di mercato costante, comporterà effetti importanti sul Pil e l'occupazione.”

Compito del ministero del Turismo, delle Regioni e degli altri enti competenti e interessati è anche di evitare che questi giganteschi flussi umani (nel 2012 si calcola che i turisti nel mondo supereranno il miliardo di unità) insistano nei “soliti” siti, soffocandoli, e che – al contrario – si diffondano sul tutto il territorio nazionale che in tal modo potrà valorizzare i suoi tesori, molti dei quali oggi sono nascosti o semi-sconosciuti.

“Se vogliamo davvero ritornare a crescere, – conclude la ricerca del Sole24ore – se vogliamo ricominciare a costruire un'idea di cultura sopra le macerie che somigliano assai da vicino a quelle da cui è iniziato il risveglio dell'Italia nel secondo dopoguerra, dobbiamo pensare a un'ottica di medio-lungo periodo in cui lo sviluppo passi obbligatoriamente per la valorizzazione dei saperi, delle culture, puntando in questo modo sulla capacità di guidare il cambiamento.

La cultura e la ricerca innescano l'innovazione, e dunque creano occupazione, producono progresso e sviluppo. La cultura, in una parola, deve tornare al centro dell'azione di governo. Dell'intero Governo, e non di un solo ministero che di solito ne è la Cenerentola. È una condizione per il futuro dei giovani. Chi pensa alla crescita senza ricerca, senza cultura, senza innovazione, ipotizza per loro un futuro da consumatori disoccupati, e inasprisce uno scontro generazionale senza vie d'uscita."

A cura di Carlo Mafera



Posted in [Uncategorized](#) on [May 20, 2014](#) by [carlomafera](#). [Leave a comment](#)

[CREATE A FREE WEBSITE OR BLOG AT WORDPRESS.COM. THE SUITS THEME.](#)

Follow

Follow "San Paolino's Voice"

Powered by [WordPress.com](#)