

Leveno, 12 maggio 2015

“Il Turismo e lo sviluppo delle Comunità locali”

Premessa

Il *discorso pubblico* sul turismo non trova grande udienza nell'opinione comune del nostro Paese in quanto non lo si ritiene decisivo per le sorti della nazione. Di fatto non è certamente una questione all'ordine del giorno rispetto *all'agenda* di un Paese in profonda crisi economica, politica e sociale che stenta a darsi una scossa per uscirne a testa alta.

Le molteplici *urgenze* in cui si dibattono singole persone, famiglie, istituzioni, organismi economici, centri culturali, associazioni e parrocchie, in tempi così incerti e complessi e di penuria di risorse finanziarie, non permettono una lucida *coscienza di progettualità* circa l'ambito del turismo. Tutto questo non avviene per fatale dimenticanza o più semplicemente per il prevalere di altre priorità, ma per una *carenza* di cultura turistica.

In realtà si fa turismo, si promuovono “*turismo*” e “*turismi*” vari, si organizzano viaggi e pellegrinaggi, ma non si eleva il *tono* del dibattito sia *culturale* che *politico* ed anche *ecclesiale*. Se mai si discutono passaggi di proprietà o fusioni di grandi o piccole aziende di viaggio con relative restrizioni di personale e di budget, si deplorano insufficienze strutturali, si filosofeggia sulla meteorologia avversa, ma difficilmente si affrontano le questioni serie riguardanti il turismo.

Di fatto non si leva lo sguardo più in là. Si sta sulle problematiche contingenti del mercato, ci si arrovela su nuove destinazioni, si fanno previsioni sul futuro a sostegno di un'attività di routine, ristretta nella

cerchia degli attori interessati, gli agenti di viaggio, i promotori commerciali e altri soggetti di nicchia.

Queste sottolineature sono perfettamente in linea con l'atavico *costume italiano* a causa del quale *non si è mai posto*, in termini strategici e programmatici, il tema del turismo come settore integrante del “*sistema Italia*”, non solo sotto il profilo economico, ma anche dal punto di vista della “*coscienza*” globale degli interessi nazionali.

Flussi turistici e spendibilità finanziaria

Il nostro incontro diventa anche l'occasione per un bilancio in riferimento all'*attuale situazione del turismo* in presenza di una pervicace crisi economica che attraversa l'Italia e, in genere, il mondo occidentale. E' forse banale osservare che, in uno stato di *crisi* così prolungato e diffuso, chi ne soffre di più, in termini di settori di attività, è il Turismo. Le ragioni appaiono quasi ovvie: riguardano il *calo* di spese voluttuarie a fronte del venir meno della fiducia e dei mezzi finanziari.

La *fiducia* richiama il *futuro* più che il presente. E tuttavia influisce negativamente anche sul presente in quanto *restringe* la visione espansiva a favore di un risparmio di risorse e di scelte di sobrietà. La contrazione delle disponibilità finanziarie non favorisce quel turismo di massa che era la caratteristica dei tempi del benessere acquisito, stabile e diffuso.

Questo fenomeno ha procurato un *arretramento della domanda*, un *accorciamento* dei giorni di vacanza, una *diminuzione della spesa* in beni secondari, collegata alle concrete scelte di vita quotidiana. Tali tendenze in atto hanno contribuito ad alleggerire i flussi turistici con conseguenti ripercussioni economico-commerciali nelle tradizionali aree di accoglienza.

Anche sul versante dei *prezzi* e dei *costi* si è notato un lieve alleggerimento del carico finanziario, tuttavia non si vede come tale contingenza possa favorire una promozione convincente. Il fenomeno turistico, appartenendo ormai alla natura profonda dell'*uomo moderno*, cerca tuttavia di realizzarsi in *diverse modalità* del turismo stesso.

In tale prospettiva di certe condizioni sfavorevoli, la crisi rallenta la decisione e la durata di vacanza, *ma non esclude* l'esperienza delle vacanze e dei viaggi. Si tratta di *commisurare* il dispositivo finanziario con le opportunità differenziate dell'offerta turistica.

In realtà l'*uomo della modernità*, così espressivo nei desideri che definiscono la sua sensibilità e le sue tendenze individualistiche, *non rinuncerà* facilmente all'acquisizione del turismo come *ambito di libertà* e di *conoscenza*, se mai *selezionerà* le mete e le sue forme concrete di fruizione. Va anche aggiunto che, in un assetto di crisi economica, è favorito certamente il cosiddetto *turismo culturale*, delle città d'arte e dei complessi museali.

Turismo e sviluppo delle Comunità

Riflettendo sul tema: "*Il turismo e lo sviluppo delle Comunità*", osserviamo, quanto sia del tutto interessante e suscettibile di riflessioni sui diversi profili di interesse. Infatti coniugare il "*turismo*" con la "*comunità*" assume il tenore di *scelta strategica* perché genera molteplici considerazioni di carattere sociologico, culturale, politico e umanistico in quanto costringe a verificare le diverse opportunità che ne possono scaturire.

Se si tiene in gioco lo *snodo dello sviluppo* – che appare *centrale* nella fattispecie dell'argomento che collega sviluppo e Comunità locale – si evidenzia con più dinamismo un ventaglio di *soluzioni* pratiche assai promettenti agli effetti di un turismo "*diverso*" e in realtà più idoneo alla

domanda di “*soggettività*”, di “*umanesimo*”, di “*cultura*”, di “*relazioni*” significative ed emozionali proprie del nostro tempo.

Queste caratterizzazioni fanno capo a istanze dell’individuo della post-modernità che va alla ricerca di *emozioni* forti non tanto raggiungibili nel semplice e scontato divertimento, ma nell’*approccio* alle opere artistiche e paesaggistiche intendendo sperimentare sensazioni estetiche che svelino nuovi significati di vita e nuovi orizzonti di conoscenza.

Conseguentemente se proviamo a *chiederci* che significa “*sviluppo*” nel turismo, siamo condotti a privilegiare le *dimensioni dell’umano* per una risposta esauriente al fine di appagare quella “*libido*” del conoscere e del sentire che abita nello spirito dell’uomo contemporaneo. Si tratta, per dirla sinteticamente del “*turismo dei sentimenti*”, del tutto intrinseco alla persona, e ancor più del “*turismo dell’anima*”.

In realtà il termine sviluppo innesca un *processo mentale e spirituale* capace di indicare un *movimento* di idee e di prassi migliorative rispetto allo stadio di partenza o allo stadio di fatto del tipo di turismo finora attuato in un dato territorio. Se si ritiene di incrementarlo, occorre interrogarsi a quali condizioni, per ottenere quali obiettivi, in quali settori specifici. E poi: sviluppo *a favore di chi* e *a scapito di che cosa*? Chi ci guadagna e chi ci perde?

Il “*modello*” dominante del turismo attuale, in situazioni di crisi, è chiamato ad un “*adeguamento*” in modo di trovare soluzioni più congrue e allo stesso tempo più *favorevoli* alla *persona* e alla *famiglia*. Dunque sarebbe necessario un *previo esame* del turismo attuale per *progettare-programmare* un turismo diverso che si attui a *proteggere* ciò che si è raggiunto o ad *ampliarlo*, visto che sussistono evidenti potenzialità.

Di qui si fa oggettiva la necessità di una *valutazione* dei valori in campo riferibili ad uno sviluppo dal *volto umano*, eticamente sostenibile,

mirato ad agevolare standard di qualità, sia a livello urbano che paesaggistico, sia a livello dei *bisogni più elevati* delle persone che dell'uso delle *strutture* di accoglienza, dei *mezzi* di trasporto, dei *tickets* di ingresso nei musei.

Il tema in questione in questo incontro induce ad aprire il discorso in riferimento al turismo che qui si attua. Senza entrare nel merito di un giudizio, appare convincente e sapiente che sia posto in relazione con “*lo sviluppo della Comunità locale*”, che si presenta come vasto spazio di operatività e di progettualità.

Di qui lo sguardo si sposta sulla *comunità* in quanto tale, ritenendo che il punto di criticità sia costituito dall'*impatto* del turismo con la comunità. Sicché la comunità, vista come *soggetto consapevole e intelligente*, va posta nelle condizioni di recepire il fenomeno, di formulare un discernimento e di trarlo a suo vantaggio con le debite precauzioni rispetto a valori irrinunciabili , pena lo smarrimento della *identità* stessa della comunità e del turista.

Sviluppo policentrico e diffuso

E' noto come sulla concettualizzazione dello “*sviluppo*” e sulla sua attuazione pratica, da decenni è in corso un dibattito senza fine a causa delle diverse teorizzazioni sia di carattere scientifico che ideologico. Certamente l'*idea di sviluppo* non si pone in termini neutrali in quanto implica scelte che riguardano *interessi* di vario genere.

Tra rigoristi, possibilisti ed estremisti corre una linea discriminante alla cui origine ci sta la *visione dell'uomo*, dell'*ambiente*, dell'*economia* e dello stesso *progresso* dell'umanità, in quanto il turismo è di tale natura da coinvolgere e interpellare i *significati portanti* della vita in quanto il turismo interferisce con le esigenze più profonde dell'uomo.

Tramontate le ipotesi più estreme di carattere positivista o neoilluminista, comunque sempre “*ideologico*”, si va profilando una *sensibilità mediana* che si manifesta particolarmente comprensiva dei *valori non rinunciabili*, dove cioè, sia garantito la centralità della *persona*, della *comunità*, dell'*equilibrio ecologico*, della *tradizione* e della *civiltà locali*, del *lavoro* e delle *imprese*, nonché l'equo *utilizzo* delle risorse ambientali e artistiche, l'*offerta* intelligente di itinerari di vario genere.

Su questo orizzonte vasto e articolato va impostato un nuovo e brillante “*alfabeto*” turistico in grado di costruire un “*discorso*” dove la comunità sta al *centro* in un modo dominante, ma non autoreferenziale, per evitare che non sia implosivo ma inclusivo. La differenza implica uno sviluppo delle “*relazioni*” più che delle “*cose*”, delle *risorse umane* e delle *competenze* più che degli investimenti.

Dunque lo sviluppo non potrà non essere *compatibile e sostenibile*, equilibrato e ordinato secondo criteri di reddito diffuso, finalizzato a incrementare le diverse potenzialità “umane”. Sarà uno sviluppo che si attua attraverso il rispetto di un vivace “*policentrismo*” di istanze imprescindibili, compresenti, equamente e dinamicamente integrantesi, governate da strumenti attuativi rigorosi, e *spalmato* sul tessuto urbano e territoriale dei dintorni.

In tale prospettiva emerge la necessità di una *saggia regia politica* idonea a guidare i *processi di inclusione* e portarli a regime per realizzarli secondo istanze appropriate, operando come sintesi finale, prevedendo controlli e verifiche molto puntuali.

Mettendo a profitto *un'etica* amministrativa a tutta prova, occorrerà *vigilare* – attraverso un severo protocollo di intese e di metodo – al fine di tenere sotto vista gli *appetiti degli interessi* che favoleggiano quote di guadagni a danno degli altri punti di riferimento segnalati. Di qui si

evidenzia importante il ruolo proprio dell'*autorità vigilante* che gestisce un compito discriminante e regolatore al fine di connettere progetti, decisioni, attuazioni secondo una metodologia di trasparenza.

L'idea del "*policentrismo*" applicato allo sviluppo turistico "comunitario" obbliga ad assumere una visione "*sistemica*" degli agenti in causa, sia formali che informali, mediante la quale dar voce e rilievo ad *ogni elemento* caratterizzante il territorio, privilegiando la *cultura*, l'*occupazione*, l'*efficienza*, la *qualità* della vita, la *razionalizzazione* delle strutture di servizio.

Comunità e "vocazione" turistica

Se il turismo "*investe*" un territorio *storicamente antropizzato* da una ben precisata "*comunità*", questa non può non diventare la vera *protagonista* del suo sviluppo consapevole e integrale. Tale protagonismo va convalidato e sostenuto da *analisi* precise circa le *potenzialità* del territorio, va sottoposto a indagini multidisciplinari che rispondano all'evidenziazione della cosiddetta "*vocazione*" turistica del territorio e della stessa comunità.

Riguardo al territorio sussistono vocazioni "*pure*" e vocazioni "*spurie*", di natura primaria o di acquisizioni secondarie, dalle quali discendono scelte turistiche moniste o miste. In realtà *tutti i luoghi* – teoricamente – potrebbero vantare una predisposizione al turismo, ma non tutti i luoghi possiedono caratteristiche, potenzialità, risorse e culture tali da competere con altri.

In tale prospettiva "comunitaria", il turismo predispone ad assumere *mentalità* aperte, creative, multimediali, utilizzando strumenti comunicativi idonei, come i "*siti*", strutturando *servizi interrelati* e connessi al territorio. In tal modo la "*comunità*" viene ad essere

“*cablata*” e posta in rete, offrendo un’immagine di *efficienza* a disposizione del visitatore.

Valorizzando ogni aspetto della *comunità territoriale* ed elaborando un vero “*progetto globale*” di sviluppo turistico, si moltiplicano le opportunità in particolare per quanto concerne la *bellezza* del paesaggio, l’ambiente, il *patrimonio* artistico e gastronomico: sono aspetti che si conformano in un’*unità organica*.

E infine non si dimentichi nel frattempo, che il suo successo dipende dalla qualità della promozione e dei *soggetti e figure di servizio* che, dotati di buone virtù personali, di conoscenze linguistiche e di cultura delle tradizioni locali, presentano il *volto* vincente di tutta l’operazione.

Turismo di qualità e turismo selvaggio

Di qui si comprende come il turismo ha bisogno di *sguardo lungo*, cioè di una *comunità* capace di una *percezione di sé* di livello e coltivi una “*visione*” che si prospetta in avanti mediante *investimenti* che privilegino l’*intelligenza* creativa e la competenza multipla rispetto alle nuove “*esigenze*” del turismo che appaghino la ricerca di *significati* esistenziali.

Queste virtù vanno del tutto coordinate da un’“*idea*” generatrice e unitaria, tale da essere fonte di ispirazione e di ulteriori iniziative in armonia con l’originale intuizione. E’ l’idea di un turismo di *qualità*, accattivante e sorprendente, idoneo a far “sognare” gli ospiti.

In realtà il turismo, per essere autentico e redditizio, deve esprimere l’*identità-carisma* della stessa *comunità ospitante*, deve essere un *evento* continuo che valorizza ogni profilo della popolazione locale, deve promuovere una *qualità della vita* da offrire a chi soggiorna perché riparta migliore e ritorni per un ulteriore appagamento.

In tale prospettiva si deve temere l'invasione del *turismo selvaggio*. Questa morfologia turistica costituisce un vero *disprezzo* del patrimonio identitario della comunità. A fronte di un apparente vantaggio commerciale che facilita l'immediato, tale turismo *deruba i valori* iscritti in un tessuto antropico millenario e inimitabile.

La *comunità locale* deve difendersi e va difesa dai nuovi “*barbari*” con l'*addomesticarli* e con l'*acculturarli* secondo i parametri valoriali ben evidenti in modo che gli “ospiti” diventino subalterni e soggiogati dai valori della stessa comunità.

Chiesa e turismo

A questo punto potrebbe essere interessante uno sguardo sull'ambito ecclesiale. L'impegno della Chiesa nel valorizzare le diverse istanze del turismo, si è fatto via via più consapevole anche se ancora timido per un pregiudizio culturale e pastorale che fatica ad essere superato.

Tuttavia l'attenzione sempre più rilevante da parte della Chiesa sta a significare una *sensibilità* particolare, sempre coltivata con cura, verso temi *umanistici*, *storico-artistici*, e *valoriali* in genere, rispetto all'*etica* del turismo, alla *dignità dell'uomo*, al contesto vitale della *comunità* di vita e alla salvaguardia del creato.

Da sempre la Chiesa, attraverso la prospettiva illuminante della *Dottrina Sociale* che informa i suoi orientamenti sociali e culturali, promuove nel turismo le grandi istanze della *giustizia* e della *pace*, la difesa del *creato*, le civiltà e il patrimonio artistico e del *paesaggio*, i diritti delle *comunità* locali come aspetti non secondari-marginali, ma idonei a una *visione integrale dell'uomo*, del suo *habitat* nativo e protettivo, nel concerto più ampio delle nazioni.

Con tutta evidenza la Chiesa mira all'adempimento della sua *missione* di evangelizzazione e di promozione umana, del tutto inerente allo

sviluppo delle singole persone, dei popoli e delle comunità, secondo i principi evangelici e l'accrescimento delle responsabilità civili da parte dei cristiani e degli organismi preposti al turismo.

Conclusione

Nel turismo la *comunità* è chiamata a proteggere e salvaguardare la sua identità *storico-culturale-tradizionale* e il suo spessore *umanistico* in quanto costitutivi della sua stessa esistenza. Ciò deve avvenire in modo *inclusivo* e *convincente*, come uno “scambio di doni”, in una *unità di misura* che è la Comunità.

In tal senso il turismo può rappresentare il “*volano*” di uno sviluppo che arricchisce sia la comunità autoctona e sia chi vi soggiorna per ragioni di *nuove esperienze di umanesimo*, alla ricerca di se stessi e del senso ultimo dell'avventura esistenziale.

+ Carlo Mazza

Vescovo di Fidenza