



TURISMO CULTURALE

*donne e uomini
nell'economia della ospitalità
come cura delle persone e del territorio*

Manifesto dal Cilento

quindicimaggioduemilasedici

Il parco nazionale del Cilento, Vallo di Diano e Alburni.

Il territorio cilentano dispone di tante e significative risorse paesaggistiche, artistiche, archeologiche e culturali che non hanno adeguato rilievo nell'offerta turistica regionale e nazionale. La natura che in pochi minuti passa dal mare alla montagna, il clima mite anche d'inverno, la meraviglia dei siti archeologici e dei monumenti, la cultura materiale, gli stili di vita sedimentati e virtuosi, la bellezza del mare, le tradizioni religiose e musicali potrebbero essere una grande occasione per aumentare in maniera significativa la qualità e la quantità del turismo sociale e culturale.

Il turismo genera un significativo indotto nell'agricoltura, nel commercio, nell'artigianato e può fornire risposte importanti alla crisi che ancora investe il nostro Paese e il Mezzogiorno in particolare.

L'identità: riconoscersi nella storia condivisa di una comunità.

Il Cilento ha sofferto e soffre di una identità frammentata. I processi di omogeneità sono stati lenti e l'istituzione del Parco che pure spingeva verso la formazione di una consapevolezza di Comunità, non è riuscita a generare un senso di appartenenza capace di travalicare i confini consueti e definire un orizzonte ampio nel quale avrebbero potuto riconoscersi tanto chi abita tra le colline dell'interno quanto chi ha di fronte il mare.

Anche gli interventi strutturali e l'erogazione delle risorse si sono spesso mossi tamponando o affrontando il caso per caso, le singole emergenze. L'esempio della costa è eloquente. Iniziative pure significative di singoli Comuni hanno potuto poco nel fronteggiare i fenomeni gravissimi di erosione della costa o dell'inquinamento, o del rischio di scomparsa di colture e specie. Solo un governo e un senso comune *radicati sul territorio* ma non *localistici* possono dare alle singole azioni un significato generale e possono potenziarne l'efficacia trasformandole in necessarie premesse per favorire la costituzione di Comunità Locali Sostenibili.

La fisionomia è il frutto sedimentato e originale del rapporto fecondo che nel tempo si è stabilito e vive tra natura e cultura. L'area del Parco ha una grande originalità di insediamenti. Qui la natura e la cultura si sono fuse in un paesaggio che è ancora bellissimo nonostante l'omologazione, gli insediamenti abitativi disordinati, l'incuria delle tracce del passato. La scarsa consapevolezza.

La cultura materiale.

Le tradizioni, le consuetudini sociali, le abilità artigiane, i riti, le abitudini, gli oggetti che rendono possibile un rapporto produttivo delle donne e degli uomini con l'ambiente costituiscono, tutti insieme, la *cultura materiale* di una comunità. Il suo originale stile di vita. La sua lingua e i suoi simboli.

Nella cultura materiale si annidano le specificità delle singole aree, le tracce lasciate dal tempo. Ogni oggetto è il frutto consapevole di un'abilità generata dalla necessità e, anche, dal desiderio di bellezza e di armonia che affonda le sue radici in quel luogo.

Ogni piatto è sintesi di colture e saperi miscelati seguendo regole antiche che donano inimitabili sapori e profumi. Qui nasce il valore relazionale della *dieta mediterranea*.

A scrivere la sceneggiatura di una civiltà e a renderla inimitabile contribuiscono allo stesso modo e con lo stesso rilievo tanto le tracce monumentali quanto le abitudini e i saperi, gli usi e le tradizioni.

Il modello turistico

Un territorio senza città ha il privilegio di non subire gli svantaggi dell'urbanizzazione e di godere di una vita quotidiana e di un rapporto con il paesaggio che possono essere offerti a chi sceglie un turismo attento alla fisionomia del territorio, libero dall'ossessione del consumo, curioso della cultura di chi lo ospita. A questo turismo preoccupato di contribuire a costruire virtuose sintesi fra chi vive nei luoghi e chi quei luoghi attraversa va dedicata grande attenzione sapendo che dalla natura che assumerà quella sintesi dipenderà l'affermarsi di un modello turistico con straordinarie possibilità di ricadute economiche e culturali.

Viaggiare consente di vivere esperienze che rispondono ad esigenze profonde, ad inquietudini e a domande che la vita pone. Non solo svago e riposo ma, anche, sintonia con quel variegato "palinsesto narrativo delle molteplici dimensioni del vivere" che è il territorio.

Su tutto deve prevalere una *cultura dell'ospitalità* che qui ha ragioni e radici antiche e che deve imparare a coniugarsi con la capacità di un'offerta di altissima qualità mai standardizzata o sacrificata in modelli senza storia e senza geografia.

Ogni ospite, ogni turista, ogni viaggiatore deve trovare nell'accoglienza che gli si riserva, nelle cose che mangia, nelle abitudini che guarda, nella bellezza che lo circonda, un'occasione per soddisfare le sue esigenze più profonde, il suo bisogno di sfuggire all'omologazione conservando e offrendo la sua storia a chi lo ospita e ascoltando le storie di chi incontra.

È necessario restituire al viaggio il suo senso più profondo che evita qualsiasi ostentazione e che si condensa in incontri veri, in esperienze autentiche e appassionate. Chi ci lascia, chi lascia il Cilento, deve andarsene con il desiderio di tornare, di rivedere cose e luoghi che ha visto ma, anche, tutto quello che non è riuscito a vedere.

Strutture piccole dotate di tutto quanto serve ad abitare il presente ma anche capaci di definire abitudini e pratiche non intrappolate nella modernità e nelle sue contraddizioni. Colture antiche riprese con amore e offerte come ingredienti per piatti rispettosi della natura e dell'incedere delle stagioni. Occasioni continue di scambio (fiere, rassegne, conferenze, passeggiate naturalistiche, feste religiose, biblioteche tematiche itineranti, concerti, Musei) che travalicano il tempo estivo della vacanza, che durano tutto l'anno e rivitalizzano la vita delle comunità senza preoccuparsi della spettacolarizzazione che rende effimero tutto ciò che tocca.

Saper fare, saper raccontare, saper vivere.

Su queste tre competenze che vanno continuamente curate e accentuate, si deve forgiare un modello turistico capace di creare benessere e di generare modelli di accoglienza originali rispettosi insieme della tradizione ma, anche, anticipatori di forme di convivenza sempre più felici perché sempre più in sintonia con la natura.

È necessario creare relazioni virtuose con chi viene da altri "mondi", ascoltare e farsi ascoltare. Definire un modello di accoglienza in cui tutti e tutte sono coinvolti. Tanto chi ospita che chi è ospitato. Una *economia della ospitalità* che si manifesta come *cura* delle persone e del territorio e come *relazione*.

Un'economia che affronta la crisi strutturale dal verso giusto, da quello della difesa, della protezione e della valorizzazione dei *beni comuni*. Un'economia civile capace di intercettare la finanza e gli investimenti etici, sia quelli fondati sulla responsabilità sociale dell'impresa, sia quelli pubblici. Per una volta integrati a difesa del futuro dell'umanità possibile e delle nuove generazioni.

Quale domani? è una domanda a cui bisogna dare una risposta strutturale. A partire dal Cilento, per la Campania, il Mezzogiorno, il Mediterraneo.