

Scuola e nuove professionalita': la leva della Storia dell'arte per il settore ecoturistico

Una professione qualificata si ottiene partendo da lontano. La formazione e l'istruzione ottenuta nella scuola ne sono i presupposti fondanti.

Una formazione storico-artistica dovrebbe essere un diritto assicurato a tutti gli studenti come forma di cittadinanza attiva¹. Il Patrimonio culturale di un Paese deve infatti essere conosciuto e quindi difeso e valorizzato in modo consapevole da parte di tutti i cittadini, come e' stato anche raccomandato dall'UNESCO in occasione della Conferenza Internazionale sull'Educazione Artistica (Lisbona, 2006)².

Ma e' chiaro che chi si indirizza a professioni che rientrano nel campo turistico non puo' farne a meno. Invece, sia detto a latere della riflessione odierna, la bozza dei nuovi curricula governativi prefigurano l'attuale Istituto tecnico per il turismo come pure il Professionale per il turismo, la Grafica e la Moda senza la storia dell'arte!

Oggi qui vogliamo concentrare pero' il discorso su altro. Il focus della nostra riflessione sara' il seguente: quale puo' essere nella nostra societa' della complessita' il nesso tra Scuola, studi storico artistici, turismo sostenibile, e nuove tecnologie³?

L'ecoturismo si definisce come "pratica turistica caratterizzata da spostamenti organizzati nell'ottica di minimizzare l'impatto ambientale, dalla visita a attrazioni naturalistiche relativamente poco frequentate al fine di godere, studiare ed apprezzare gli ecosistemi. Inoltre l'ecoturismo prevede specificamente la contemporanea promozione di pratiche attive di tutela dei beni ambientali che rappresentano l'attrazione ecoturistica e la distribuzione di sostanziali benefici alla popolazione locale⁴

Dalla definizione scaturisce chiaramente il ruolo che la Scuola deve esercitare. Occorre infatti apprendere fin da studenti una simile modalita' di comportamento perche', come e' risaputo, si rispetta solo cio' che si conosce.

¹ Costituzione Italiana, art. 9

² I documenti preparatori e la relazione finale della Conferenza sono disponibili sul sito UNESCO (http://portal.unesco.org/culture/fr/ev.php-URL_ID=31381&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html). Si veda anche, la dichiarazione congiunta sottoscritta in tale occasione da InSEA, IDEA e ISME (Società Internazionale per l'Educazione alle Arti ; Società Internazionale dell'Educazione Teatrale ; Società Internazionale per l'Educazione alla Musica), volta a promuovere « nouveaux paradigmes appropriés en éducation, fondés sur la coopération plutôt que la compétition, qui pourront transmettre et transformer la culture en l'humanisant grâce aux disciplines artistiques » (http://www.idea-org.net/fr/articles/Alliance_Mondial_d'IDEA,_ISME_et_InSEA_/)

³ Non si puo' non citare il primo documento in cui e' comparso il concetto di sostenibilita', il Rapporto Brundtland (Our Common Future) del 1987 , commissionato dalla coordinatrice della Commissione mondiale sull'ambiente e lo sviluppo (WCED) di quell'anno Gro Harlem La sua definizione in breve era la seguente: "lo Sviluppo sostenibile è uno sviluppo che soddisfa i bisogni del presente senza compromettere la possibilità delle generazioni future di soddisfare i propri bisogni". Da cui appare chiaro che non si parla propriamente dell'ambiente in quanto tale, quanto più ci si riferisce al benessere delle persone, e quindi anche la qualità ambientale; ne emerge un basilare principio etico: la responsabilità da parte delle generazioni d'oggi nei confronti delle generazioni future, riferita ad almeno due aspetti dell'ecosostenibilità: il mantenimento delle risorse e dell' equilibrio ambientale del nostro pianeta.

⁴ HOLING, D., *Earth Trips*, Los Angeles, Living Planet.1991).

Inoltre, la **legge 29 marzo 2001 n. 135**, pur con tutti i conflitti di competenza Stato-Regioni aperti dalla legge n. 3 / 2001 che ha riformato il Titolo V della Costituzione, ricorda che (art. 2) “La Repubblica:

- a) **riconosce il ruolo strategico del turismo per lo sviluppo economico e occupazionale del Paese nel contesto internazionale e dell'Unione europea, per la crescita culturale e sociale della persona e della collettività e per favorire le relazioni tra popoli diversi;**
- b) favorisce la crescita competitiva dell'offerta del sistema turistico nazionale, regionale e locale, **anche ai fini dell'attuazione del riequilibrio territoriale delle aree depresse;**
- c) **tutela e valorizza le risorse ambientali, i beni culturali e le tradizioni locali anche ai fini di uno sviluppo turistico sostenibile;**
- d) sostiene il ruolo delle imprese operanti nel settore turistico con particolare riguardo alle piccole e medie imprese e al fine di migliorare la qualità dell'organizzazione, delle strutture e dei servizi;
- e) promuove azioni per il superamento degli ostacoli che si frappongono alla fruizione dei servizi turistici da parte dei cittadini, con particolare riferimento ai giovani, agli anziani percettori di redditi minimi ed ai soggetti con ridotte capacità motorie e sensoriali;
- f) tutela i singoli soggetti che accedono ai servizi turistici anche attraverso **l'informazione e la formazione professionale degli addetti;**
- g) valorizza il ruolo delle comunità locali, nelle loro diverse ed autonome espressioni culturali ed associative, e delle associazioni *pro loco*;
- h) sostiene l'uso strategico degli spazi rurali e delle economie marginali e **tipiche in chiave turistica nel contesto di uno sviluppo rurale integrato e della vocazione territoriale;**
- i) **promuove la ricerca, i sistemi informativi, la documentazione e la conoscenza del fenomeno turistico;**
- l) **promuove l'immagine turistica nazionale sui mercati mondiali, valorizzando le risorse e le caratteristiche dei diversi ambiti territoriali.”**

Si profila così un'altra forma di turismo, il turismo culturale che diversi studi hanno dimostrato essere divenuto uno degli strumenti più potenti della competizione urbana globale per attrarre visitatori, imprese, capitale internazionale. Non si tratta più solo di richiamare visitatori nei musei o turisti nelle città d'arte, né soltanto di attirare le numerose componenti del turismo culturale che ormai ha qualifica di turismo di massa. E' un nuovo rapporto che lega città, cultura, turismo e al quale la pianificazione deve dare risposte non convenzionali e far riflettere sui modelli di sviluppo possibili per sistemi turistico-metropolitani che vogliano essere competitivi, coesi, sostenibili. “L'elemento dominante il turismo culturale è divenuto, in sostanza, quello dell'esperienza della cultura e il desiderio di sperimentare stili di vita diversi dal proprio⁵”, definizione meglio comprensibile alla luce del Nuovo Codice dei Beni Culturali, che identifica il patrimonio culturale attraverso due componenti: a) i beni culturali, come cose mobili ed immobili che hanno un interesse artistico, storico,

⁵ GEMMITI, R., *Turismo, creatività, cultura. Un 'memorandum' geografico-economico per Roma*, p. 2
Paper reperibile sul sito dell'autore: <http://geostasto.eco.uniroma.it/utenti/gemmiti>, in part. p. 3

archeologico...; b) i beni paesaggistici, quali espressioni dei valori storici, culturali, naturali, morfologici ed estetici⁶.

Si e' osservato che alcune forme di valorizzazione di un sito possono avere un grande effetto promozionale al momento ma poi rivelarsi scarsamente efficaci in tempi piu' distesi. E' il caso delle "Capitali Europee della cultura"; quando una citta' viene proclamata tale, si verifica un incremento del 50% del turismo. Ma negli anni a seguire la cultura risulta promossa in quanto settore economico e non come chiave di promozione dei valori e dell'identita' della citta'⁷

E valorizzare l'identita' di un luogo significa creare una governance policentrica in cui non si valorizzano solo le emergenze da sempre note e ricercate ma tutto il tessuto della citta' e del suo contesto: i centri minori, la campagna con cui deve crearsi coesione e collaborazione e sviluppo sostenibile. Ma perche' cio' sia possibile occorre formare fin dalla giovane eta' generazioni di cittadini in grado di saper vedere e saper comprendere i valori e le potenzialita' culturali dell'ambiente che li circonda.

Questo e' perfettamente in linea con la moderna concezione dell'economia che dall'economia industriale (riduzione dei costi per ampliamento dei margini) e' passata all'economia dell'informazione (innovazione e creativita' per poter ridurre i costi). Di qui anche la necessita' di una formazione continua perche' ogni persona possa esercitare una cittadinanza attiva.

Innovazione e creativita' trovano nell'insegnamento della Storia dell'Arte (o delle Arti) un settore privilegiato per il suo essere naturalmente interdisciplinare. Multimedialita', comprensibilita' oltre i linguaggi verbali, vocazione interculturale, appello a tutte le forme dell'intelligenza umana e del cognitivismo caratterizzano questo insegnamento ponendolo come elemento cruciale per ogni cittadino, ma, soprattutto per sostenere la formazione di chi intende lavorare nel campo del turismo.

In questa occasione vogliamo ricordare due iniziative di particolare significato. La prima sono le Olimpiadi del Patrimonio che l'ANISA (Associazione Nazionale degli Insegnanti di Storia dell'Arte) che presiede organizza da ormai cinque anni in collaborazione con il Centro dei Servizi Educativi del MiBAC e con il MIUR.

E' un'iniziativa che valorizza le eccellenze della nostra scuola ma, soprattutto, mira a creare competenze autentiche e situate, in grado di andare oltre la comprensione ritualistica, meccanica, convenzionale. La scuola troppo spesso si accontenta del compromesso delle risposte corrette, mentre la comprensione vera genera competenze e padroneggiamento del sapere e valorizza la molteplicita' dei punti di vista, senza privilegiare l'intelligenza logico-linguistica logico-quantitativa.

Gli studenti di tutta Italia hanno potuto studiare e conoscere nel dettaglio monumenti e siti della propria regione secondo una logica progettuale di *learning by doing*. Sono

⁶ D.L. 22/1/2004, n. 42 "Codice dei beni culturali e del paesaggio", luglio 2002, n. 137", G.U. n. 45, 24/2/2004 – S. O. n. 28.

⁷ MONCLÚS F.J., *Barcelona's planning strategies: from Paris of the South to the capital of west mediterranean*, GeoJournal, n. 51,2000, pp.57-63; MONCLÚS F.J., *The Barcelona model: an original formula? From reconstruction to strategic urban projects*, Planning Perspective, n. 18, 2003, pp. 399-421.

entrati in relazione con altri loro coetanei ugualmente impegnati nella stessa competizione e ciascuno ha imparato dall'esperienza altrui. In futuro vorremmo estendere l'azione promuovendo dei gemellaggi tra le varie scuole per potenziare la trasferibilità delle loro conoscenze.

La prossima edizione delle Olimpiadi del Patrimonio verterà sui luoghi dell'Unità di Italia. La manifestazione rientrerà infatti tra quelle celebrative del 150° di questo evento storico la cui ricorrenza nel 2011 appare un'occasione irrinunciabile per rafforzare l'identità nazionale in prospettiva europea. A tal fine l'ANISA ha da poco sottoscritto un nuovo protocollo di intesa con il MIUR.

Con ciò ci introduciamo alla seconda iniziativa che qui vorremmo menzionare. Si tratta del progetto "Alla scoperta del tuo Paese" elaborato di concerto tra il MIUR e il MiBAC (protocollo di intesa del 29 gennaio 2009).

“Obiettivo dell'iniziativa incentivare il turismo scolastico in Italia, promuovendo la conoscenza della storia nazionale e delle culture locali. La tendenza prevalente nelle scuole, invece, secondo i dati forniti dall'Osservatorio sul turismo scolastico del Touring Club, privilegia i viaggi all'estero, che raggiungono il 59,7% del totale contro il 51,3% delle mete italiane.

Il progetto "Alla scoperta del tuo Paese", promosso dall'Associazione Mecenati 90, vuole portare i ragazzi a riflettere sul senso e sul significato contemporaneo dell'essere italiani, a riscoprire l'identità nazionale attraverso una migliore conoscenza delle identità locali.

La gita di fine anno, in quest'ottica, può essere la conclusione di un processo di avvicinamento condiviso con i ragazzi, attraverso lo scambio, la conoscenza e la ricostruzione di importanti eventi della storia d'Italia.

Sarà bandito il concorso “Un viaggio alla scoperta dell'Italia”: per parteciparvi le scuole secondarie di I e II grado dovranno gemellarsi e compiere insieme un lavoro di ricerca e di studio allo scopo di presentare un progetto per la realizzazione di un viaggio d'istruzione consapevole.

I migliori progetti di viaggio, selezionati secondo criteri qualitativi indicati nel bando predisposto dal ministero dell'Istruzione, di concerto con il MiBAC, saranno realizzati in collaborazione con i due ministeri.

Un sito dedicato al turismo scolastico consentirà di condividere e di fruire di numerosi materiali sulla storia e la cultura del nostro Paese, e renderà possibile la collaborazione continua di ragazzi provenienti da Istituti distanti fra loro.

Gli studenti avranno la possibilità di accedere ad archivi e a testimonianze d'eccezione; si definiranno **apposite convenzioni** per aiutare i ragazzi portatori di handicap o provenienti da famiglie disagiate. Saranno incentivati i viaggi in treno per contribuire allo sviluppo del trasporto meno inquinante”⁸

⁸ BALDI, M., , articolo sul sito del Governo Italiano www.governo.it).

Come si vede il progetto si vale anche dello strumento tipico dei nostri tempi nella cosiddetta FAD (formazione a distanza di 4^a generazione): il blog (da web log) che è una sorta di diario informatico molto amato dai giovani, e non solo, fondamentalmente per la spontaneità di comunicazione che lo caratterizza.

Uno studio per la Fondazione Enrico Mattei dell'ENI ⁹, ha dimostrato come il web, facendo leva sull'immediatezza, l'informalità e la genuinità delle informazioni che permette di veicolare, si presenta come uno strumento capace non solo di facilitare ma anche di influenzare le scelte di acquisto.

Infatti “Il turismo è un prodotto complesso le cui caratteristiche intangibili fanno sì che il suo acquisto sia caratterizzato da un elevato grado di incertezza derivante dall'impossibilità di toccare e valutare preventivamente il prodotto che ci si accinge ad acquistare. È questo il motivo per cui, nella scelta della destinazione turistica, il consumatore si affida molto spesso a fonti di informazione credibili e controllabili, in primo luogo racconti ed esperienze vissute da parenti, amici e conoscenti. Il passaparola risulta quindi uno strumento efficace per ridurre il disagio e l'incertezza associati alla decisione della vacanza. Il passaparola avviene tradizionalmente tra conoscenti e attraverso interazioni interpersonali dirette che, di conseguenza, coinvolgono un numero limitato di individui.¹⁰”

Il web consente di creare una comunità molto più ampia e, soprattutto, “composta di persone estranee tra loro che si scambiano reciprocamente informazioni, consigli e suggerimenti e che raccontano le loro esperienze in città sotto forma di diario di viaggio, corredandole di foto e video.¹¹”

Utilizzando il web quindi gli studenti avranno a disposizione uno strumento potente e loro congeniale per comunicare, studiare, apprendere. Con il valore aggiunto di divertimento.

⁹ LANZA, E., MALIZIA, W., DEL CORPO, B., *Collaborative on-line Network: promuovere il turismo con il web 2.0 Rapporto sullo sviluppo sostenibile*, giugno 2007.

¹⁰ Cfr nota n. 9

¹¹ Cfr nota n. 9