

Numero 4

Il Paradosso

ORGANO UFFICIALE DELLA FONDAZIONE ALARIO

Anno I Numero 4 • Settembre 2013

La rivista per la promozione dello sviluppo



FONDAZIONE
ALARIO
PER ELEA-VELIA
ONLUS



Le immagini di questo numero
sono di

TONI ISABELLA

In abbinamento con questo numero,
fino ad esaurimento, "Una Tartaruga
irraggiungibile", il fumetto "filosofico"
realizzato anche per i nostri lettori
dalla rivista Diogene.

EDITORE

FONDAZIONE ALARIO
PER ELEA-VELIA
ONLUS

Direzione e redazione
Viale Parmenide,
Loc. Marina 84046 Ascea (SA)
Tel +39 0974 971197
Fax +39 0974 971269
www.fondazionealario.it
info@fondazionealario.it

NUMERO 2

N.2/2013 Registro Stampa
Tribunale Vallo della Lucania (Sa)
Direttore editoriale
Carmelo Conte
Direttore responsabile
Andrea Manzi

DESIGN

Blur
Studio di Comunicazione
e Marketing
www.blurdesign.eu

STAMPA

Tipografia Gutenberg
Via G. Matteotti, 26
84084 Fisciano (Salerno)
+39 089 891385

ABBONAMENTI

Ordinario € 20,00
Sostenitore € 50,00
Benemerito € 150,00

SEGRETERIA DI REDAZIONE

Giuliana Raimondo
info@fondazionealario.it

INSERZIONI PUBBLICITARIE

Contatti e Info
Tel +39 0974 971197
Fax +39 0974 971269
Cell. +39 393 9691485

Carmelo Conte

Pasquale Persico

Gaetano Fierro

Silvia Siniscalchi

Andrea Manzi

Pino Grimaldi

Paola Villani

Barbara Ruggiero

Roberto Conte

Erminia Pellecchia

Mario Trombino

Geppino D'Amico

Benito Imbiaco

• • •

• • •

EDITORIALE

2 Una politica attiva dei Parchi

TERRITORI

5 Geoparchi, il domani sia eco-compatibile

10 Un' Area protetta per tre regioni

TERRITORI / TOPONOMASTICA

12 Una Riserva di nomi nelle città invisibili

INFORMAZIONE TURISTICA

18 L'anima dei luoghi alla prova del futuro

20 Marketing territoriale. "No Logo" per favore

22 Turismo sì ma culturale

INFORMAZIONE TURISTICA/ESPERIENZE

24 Il futuro è il Geo-giornalismo, a nord di Roma fanno così

INFORMAZIONE TURISTICA/FORMAZIONE

27 Occorrono manager per le nostre Città

ISTITUZIONI PROPONGONO

28 I territori del futuro imprenditori di se stessi

INIZIATIVE EDITORIALI

30 A fumetti le gesta d'Achille pie' veloce

PERSONAGGI

32 Castelli di storie

CULTURA/INTERVENTI

34 Ritorno ad Enotria

37 Qui Fondazione Alario

38 Lettere in Redazione

Una politica attiva dei Parchi

**Superare lo sviluppo duale della Campania
e ridare attualità all'idea delle macroregioni
Un'unica governance per le aree protette
della Val d'Agri, del Pollino e del Cilento
sintomo della tensione di un vasto territorio
attratto da svolte anche culturali e politiche**

Carmelo Conte

Nella Conferenza Internazionale sui Geoparchi, tenuta dal 2 al 6 settembre ad Ascea nell'anfiteatro della Fondazione Alario per Elea-Velia, sono prevalse riflessioni a carattere scientifico, di particolare interesse per la ricerca e la divulgazione delle conoscenze sui geo siti e le metafore della crisi ambientale ed economica: fragilità del territorio, manomissioni dell'uomo, catastrofi geofisiche, calamità naturali. Mentre sono restate nello sfondo la natura nel suo divenire, l'abitato, lo sviluppo compatibile ovvero il territorio vivente nelle sue relazioni interne ed esterne.

Appare, perciò, utile, anche per dare un seguito più generale e complessivo a tale evento, riprendere la discussione, avviata da "Il Paradosso", sulle aree protette regionali e la loro funzione strategica ai fini dello sviluppo. In una visione che proponga il superamento della Campania duale (zone interne e zone costiere, osso e polpa) a favore di quella delle Campanie incompiute: i nove ambiti insediativi previsti nel piano territoriale.

Un paradigma territoriale che opportunamente articolato può essere funzionale anche a una prospettiva più ampia, quella interregionale e dell'Europa che, come ricorda lo storico Federico Chabod, è nata nel Mediterraneo: quel mare illustre, sulle cui rive tanti popoli si sono mescolati, è stato una specie di "pre-Europa". Torna, attuale, a questo fine, l'idea delle macroregioni, immaginate nel disegno federalista di Cavour e Cattaneo e teorizzate, negli anni Ottanta, da una ricerca del professore Gianfranco Miglio, in cui si dimostra che le relazioni economiche fra le Regioni padane, fra quelle dell'Italia centrale e

quelle dell'Italia meridionale configurano l'esistenza di almeno tre potenziali macroregioni. Ebbene, il coordinamento nelle macroregioni ipotizzate per il Centro e il Nord è già in atto da tempo per l'economia, i mercati, le infrastrutture e gli interscambi con l'Europa. Sicché, in attesa che tale prospettiva maturi sul piano legislativo, appare utile e urgente renderla operativa e attuale, nelle forme possibili, anche tra le regioni del Sud. A partire dal ruolo strategico del Parco Nazionale del Cilento, del Vallo di Diano e degli Alburni, mettendolo in rete con altri parchi dell'Appennino meridionale, in particolare con il Parco Nazionale dell'Appennino Lucano Val D'Agri Lagonegro e il Parco Nazionale del Pollino che si estende a cavallo della Basilicata e la Calabria. L'unione, con governance comune e autonomia di gestione, di questi tre grandi ambiti, a tanto votati per storia, ubicazione, caratteristiche e preesistenze naturalistiche, costituirebbe una macro area di valore assoluto (la più grande dell'Europa occidentale).

Accordo per un polo euro mediterraneo

Un polo euro mediterraneo che, attraverso un accordo di programma, potrebbe diventare un primo nucleo di collaborazione, attrattivo anche della Puglia, su un tema specifico: l'ambiente e la natura come potenzialità produttive del Mezzogiorno. Si tratta di promuovere, con un'appropriata campagna mediatica - la Conferenza Nazionale della Stampa che si terrà il 12 ottobre prossimo avrà anche quest'obiettivo (vedi servizio a pag.18) - un modello di sviluppo sostenibile espressione di una realtà che cerchi

e detti il suo futuro, anche da un punto di vista culturale e politico. Significa, per dirla con Franco Cassano, non pensare il Sud alla luce della modernità ma la modernità alla luce del Sud, e bloccare la devastante vendita all'incanto delle sue bellezze e delle sue terre, e ribellarsi alla subalternità delle due facce antitetiche: paradiso turistico e incubo mafioso.

In altre parole, bisogna far rivivere - attraverso la conservazione dei luoghi più propri e la valorizzazione, senza limiti di confini, delle loro potenzialità - l'insegnamento sempre attuale della Magna Grecia: pensare e progettare la vita e il mondo, andare oltre le recriminazioni e i localismi, appartenere al mare e alla costa, non subire i tempi ma anticiparli.

Camus e le sfide dell'impossibile

Avere l'ambizione di sfidare la globalizzazione con una strategia di sviluppo, quella offerta appunto dai tre Parchi, impugnando una bandiera di valori e di concretezze, che potrebbe essere sventolata con le dieci parole che Albert Camus, nel 1953, scrisse su un foglietto perché le riteneva fondamentali: le monde, la douler, la terre, la mère, les hommes, le désert, l'honneur, la misère, l'été, la mer. È un appello a fare cose impossibili?

No, bisogna avere la consapevolezza che, vista la velocità del progresso, neanche l'impossibile è destinato a restare tale per sempre.







LE IMMAGINI DI QUESTO NUMERO SONO DI TONI ISABELLA

(ad eccezione delle foto che illustrano la ricerca di Silvia Siniscalchi e l'articolo di pagina 32).

Toni Isabella, nato ad Ascea, ha raccolto in poco più di 10 anni di attività circa 15.000 foto del Cilento e filmati sulla cultura cilentana. Ha realizzato un portale sulla Dieta Mediterranea e due guide del Cilento.

“Il Paradosso” ha scelto una formula particolare per l'iconografia, ogni numero è illustrato da un autore unico.

Copertina:

Sacco, panoramica

Pagina 3

Sacco, panoramica

Pagina 4

Castelnuovo Cilento, fiera dell'artigianato

Pagina 5

Caselle in Pittari, Palio del Grano

Pagina 6

Ascea capoluogo, olivo secolare; Palinuro, grotta delle ossa

Pagina 7

Ascea capoluogo, olivo secolare; Felitto, fiume Calore - oasi di Remolino

Pagina 9

Calvanico, orto della residenza rurale “L'incartata”

Pagina 11

Fico bianco del Cilento ad essiccare

Pagina 13

Campora, bosco

Pagina 19

San Mauro Cilento, lavorazione artigianale del vimini

Pagina 21

Roscigno vecchia

Pagina 23

Ascea, pane casereccio

Pagina 25

Piaggine, particolare portone in legno

Pagina 29

Calvanico, asino Nando

Pagina 31

Piano Vetrale, murales

Pagina 33

Caselle in Pittari, “Camp di grano”

Pagina 34

Pellare, vendemmia

Pagina 35

Oasi di Morigerati

Geoparchi, il domani sia eco-compatibile

**I giovani cilentani riscrivano la Geografia dei nostri territori per rompere le attuali gabbie evolutive
Sarà un'occasione di ripartenza per tutti:
allievi e professori, produttori e consumatori, albergatori ed operatori del turismo, emigranti ed immigranti**

Pasquale Persico

Si è svolta ad Ascea, nella prima settimana di settembre, la XII European Geoparks Conference sul tema "Geoparchi: un approccio innovativo per sensibilizzare l'opinione pubblica sui rischi geologici, i cambiamenti climatici e gli usi sostenibili delle geo-risorse". La importante manifestazione, svoltasi presso la Fondazione Alario per Elea-Velia onlus, ha richiamato circa cinquecento iscritti da quarantuno paesi dei cinque continenti. Il professor Pasquale Persico illustra, in questo articolo, la funzione dei Geoparchi, utilissima per affrontare le sfide del futuro e dare prospettive di soggettività al territorio.

I Geoparchi della rete europea e mondiale rappresentano una particolare categoria di territori che nell'ambito del progetto-processo lanciato dall'Unesco nel 2000 svolgono un ruolo decisivo nella conoscenza del potenziale di un territorio, e contribuiscono a definire meglio i temi dello sviluppo sostenibile.

Si tratta di territori che presentano elementi geomorfologici e geologici di particolare interesse per la ricerca e per la divulgazione didattica delle conoscenze, sono pertanto percepibili come potenziali attrattori di una nuova corrente di turismo, detta esperienziale, perché accanto al tema della vacanza mette come prioritario il tema dell'apprendimento.

Il Parco Nazionale del Cilento, del Vallo di Diano e degli Alburni, proponendosi alcuni anni fa, ha ottenuto anche la possibilità di ospitare l'incontro biennale della Rete Europea dei Geoparchi.

*Nuovi e inediti
itinerari
di apprendimento*

La Fondazione Alario, grazie alla sua vocazione ad ospitare convegni scientifici e culturali si è candidata ad essere struttura operativa di accoglienza ed il Parco Nazionale, dopo aver valutato gli standards qualitativi e quantitativi ha deciso di contare sulla Fondazione per dare agli ospiti l'accoglienza necessaria a trasformare l'opportunità del convegno in programma operativo di conoscenza della storia e delle diversità rilevanti di tutto il territorio del parco e delle aree contigue.

Ben 160 geositi sono stati censiti e descritti, dai primari come Montestella o Vesalo, ai focali come Velia ed ancora



da quelli complementari come Valle dell'Angelo ai numerosi secondari come Tortorella.

In questa classificazione emergono le mille ragioni per moltiplicare itinerari inediti e di apprendimento per le mille ricerche ancora da avviare, per presentare il territorio come potenziale laboratorio del mondo, un territorio che ha però necessità di essere nuovamente scoperto dalle popolazioni locali che pur conoscendo il proprio non sono ancora riuscite a sentirsi rete internazionale di conoscenza e di apprendimento.

500 delegati di tutto il mondo hanno stressato il potenziale di accoglienza di Ascea e del territorio tutto con interesse giornalistico internazionale per la presenza di scienziati e studiosi riconosciuti. (Vedi il maggiore vulcanologo vivente)

*Attivarsi
per diffondere
i risultati
della Conferenza*

Il Convegno aveva carattere scientifico e oggi bisogna fare insieme al Parco un grande lavoro di diffusione sul significato di queste presenze e guardare al grosso investimento in immagine fatto, per sfruttare tutte le ricadute potenziali.

Il Volume preparato per Il Geopark's Gaia Symposium è un documento prezioso per presentare anche agli operatori turistici oltre che alle scuole del Territorio il significato della voce della natura del Geoparco; questo non solo è coro multiplo del territorio ma può essere percepito come insieme di luoghi di appartenenza che da ieri sono patrimonio mondiale Unesco e luoghi di attrazione riconosciuti al pari di altri luoghi già noti per le valenze culturali e storiche, come Velia, la Certosa di Padula o Paestum.

Anche il Ministro dell'Ambiente ha dovuto riconoscere che le perplessità ancora in seno al MAB sono infondate e che lo sviluppo dei Geoparchi è rete complementare alle altre reti di conoscenza come quelle dedicate alla Biosfera (MAB) o alla Biodiversità o Beni Culturali Unesco, perché la storia geologica del territorio ha un pensiero sul tempo lungo della struttura del territorio, ed è chiave interpretativa necessaria anche per affrontare i grandi temi del rischio connessi alla vita delle popolazioni insediate.

Ecco allora che nuovi racconti sul territorio e del territorio entrano in campo, le montagne hanno nomi da decodificare ed anch'esse raccontano storie della Natura: Gelbison è il Monte Sacro, ma da esso nascono successioni geomorfologiche che si distinguono fortemente dal Monte Stella e spiegano storia e storie di riconoscimenti da parte di popolazioni diverse.

Popolazioni insediate, geomorfologia e clima danno così conto della esagerata biodiversità culturale e culturale del territorio ed aiutano il racconto dell'accoglienza su patrimoni-territori che non credevamo di avere.

I Fossili di Magliano Vetere diventano più importanti di altri luoghi noti e nuovi riferimenti topografici si aggiungono ai saperi.

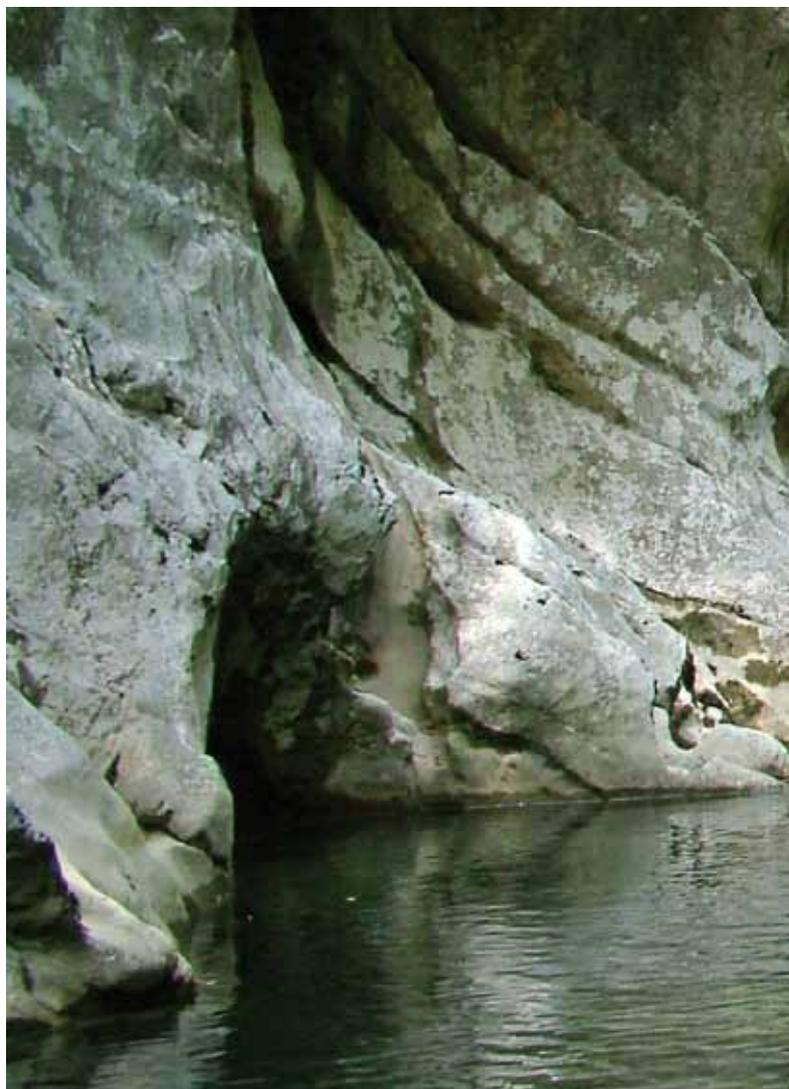
Finalmente un Monte Nascosto, il Cervati, rivela tutta la sua importanza ed è nuova piazza di riferimento di una città ancora da definire e scoprire.

La conoscenza moltiplica la capacità di ascolto e le cento melodie dell'acqua si rincorrono all'infinito. Le sorgenti Capodifiume ci parlano di Paestum e si rivelano insieme alle sorgenti dell'Auso i collegamenti con gli Alburni.

Per non parlare delle Sorgenti del Sammaro ed del loro suonare per i comuni dall'identità doppia, quella vecchia e quella nuova (Sacco, Roscigno, etc.)

Si fa fatica a pensare di andare in tutti i luoghi segnalati anche solo rincorrendo le voci silenziose e non dei mulini nascosti accanto alle grotte del Bussento e Le Polle Bussento.

E poi lo sgomento della risalita delle Forre incontami-





nate da cui rimbalza la forza e la bellezza della Natura, come quella di Magliano Vetere e del Mingardo. E le grotte? E' impossibile nominarle tutte pur selezionandole per bellezza o importanza.

Ed allora, perché i Geoparchi?

La domanda attende ancora mille risposte e la Fondazione può, come ha già fatto per la Biodiversità, diffondere un nuovo progetto di conoscenza, Ambientiamoci.

Facciamo nuovamente scrivere ai nostri giovani delle scuole del Cilento la Geografia dei nostri territori, quella fisica, quella ecologica e quella legata alla storia fino a suggerire rotture di confini culturali che funzionano da gabbia evolutiva.

I Geoparchi sono occasione di ripartenza per tutti, allievi e professori, produttori e consumatori, albergatori ed operatori del turismo, emigranti ed immigranti, stanziali e nomadi, per capire di più e costruire nuovi percorsi antifragili, per affrontare la complessità del futuro e dare prospettive e soggettività ad un territorio.

Il progetto della estensione della visione è già partito, altri parchi dell'Appennino meridionali chiedono al Parco del Cilento, del Vallo di Diano e degli Alburni di assistere la loro entrata in rete fino a prospettare un'unica soggettività in Rete nelle macroaree europee in formazione.

La Fondazione ha un ruolo di Formazione importante: la diffusione degli apprendimenti innovativi è il suo compito istituzionale, una visione è già disponibile ma gli apprendimenti diffusi sono ancora deboli.



Geoparks, an eco-compatible future

The young people of Cilento are rewriting the geography of our territory to break free from the present evolutionary framework or cage.

It will be a fresh new starting point for everyone:

Students and teachers, producers and consumers, hotel owners and tourist operators, emigrants and immigrants.

Pasquale Persico

The 12th European Geoparks conference took place in Ascea during the first week of September. The theme being "Geoparks: an innovative approach to awaken public opinion regarding geological risks and climate changes and the sustainable use of geo-resources". This important event was held at the Alario Foundation for Elea-Velia onlus. About five hundred delegates attended the conference representing forty-one different countries and five continents. In this article Professor Pasquale Persico illustrates the function of Geoparks and their positive uses when confronting the challenges of the future and giving prospective and subjectivity to the territory.

The Geoparks of the European and World network represent a special category of territory that within the ambit of the project-process launched by UNESCO in 2000 play a decisive role in the recognition of the potential of a territory and contribute to a clearer definition of the themes of sustainable development.

The territories in question present geomorphological and geological elements of particular interest to research and the popularization of this knowledge by means of education, for this reason they are perceived as potential attractions in, the new wave of tourism, the so called "complete experience", because running alongside the theme of holidays we find the parallel priority theme of learning.

A few years ago the Cilento National Park of Vallo di Diano and Alburni was granted the opportunity to host a bi-annual meeting of the European Geoparks network.

New and unpublished learning itinerary

Thanks to its vocation for hosting scientific and cultural conventions, the Alario Foundation was nominated to be the operational centre for the meeting and after having evaluated its qualitative and quantitative standards, the National Park decided to count on the Foundation to provide the guests with a welcome that could transform the opportunity of a convention into an operative programme that would acquaint them with the history and the relevant diversity found within the confines of the park itself and adjoining areas.

A census and description of a good 160 Geosites was made, from primary sites like MonteStella or Vasalo to focal sites like Velia and also complementary sites like Valle dell'Angelo to the numerous secondary sites like Tortorella.

From this classification emerged a thousand reasons to increase unpublished itineraries and to put into motion the thousand research projects not yet initiated, to present the territory as a potential laboratory to the world, but a territory that needs to be newly discovered by the local population that has not, as yet been able to experience the effect of an International network of knowledge and learning.

500 delegates from all over the world have witnessed the welcoming potential of Ascea and its territory, attracting the attention and interest of the International press with the presence of well known scientists and scholars (see, The worlds leading Vulcanologist)

Let's get into action to spread the results of the conference

The conference was of a scientific nature and today, together with the National Park we need to spread the word of the significance of these prestigious presences and look after this enormous investment that has been made and with the imagery still fresh in our minds of the conference cultivate and exploit all of the potential that has been allowed to relapse in the past.

The prepared volume for the "Geopark's Gaia Symposium" is a precious document that is to be presented not only to tourist operators but to the schools in the territory, the significance of the voice of nature within the Geopark; this is not just a multiple chorus in the territory but can be perceived as a togetherness or a "whole" of member sites that in the past were made part of our world heritage by UNESCO and areas of attraction known to be comparable to places already noted for their cultural and historical merit, like Velia, The Certosa of Padula and Paestum.

The Minister of the Environment also mentioned that any doubts that were harboured within the MAB are unfounded and that the development of the geoparks is a complementary network to the other networks of cognition, like the one dedicated to the Biosphere (MAB) or to the UNESCO cultural or Biodiversity sites, because the geological story of the



territory has a long term plan for the structure of the territory and it is also of key importance to interpret the needs when having to face the big risk factors connected to the lives of the residing population.

So here we find the new reports about the territory and from the territory, the mountains come under the spotlight, with names to decode and even they, relate stories of nature: Gelbison and Monte Sacro, from these we find geomorphological characteristics that make them easily distinguishable from Montestella and explain the history and stories of identity of the many diverse populations.

The established population, geomorphologia and climate, account for the vast cultural and agricultural biodiversity of the territory, each of these help and add to the theme of welcome in our patrimonial territory, giving us something that we didn't know we had.

The fossils found at the site of Magliano Vetere have become more important than from other noted sites and new topographic references are added to our bank of knowledge.

Finally a forgotten mountain, Cervati reveals all of its importance and is a new base from which there is a whole new city to define and discover.

Understanding, strengthens our capacity to listen and hundreds of water melodies flow infinitely. The Capodifiume springs speak of Paestum and they are revealed together with the springs of the Auso that join the Alburni.

Not to mention the springs of the Sammaro and their call to the towns with their double identity, that of the old and the new. (Sacco, Roscigno, etc.)

It is difficult to imagine going to all of these mentioned sites, still chasing the silent voices and not the hidden mills near the grottos of Bussento and Le Polle Bussento.

And then the wonder of the climb to the uncontaminated Forre where the forces and beauty of nature rebound, like that of Magliano Vetere and Mingardo. And the grottos? It is impossible to name them all or choose one over another for their beauty or importance.

So, why the Geoparks?

The question still awaits a thousand answers and The Foundation can, as it has already done for Biodiversity, publicize a new acquaintance project. Let's acclimatize ourselves.

Let's start again with our children in the Cilento scho-

ols, to learn the Geography of our territory, the physical, the ecological and that which is tied to our history, until we are able to break the cultural boundaries that act as an evolutionary cage.

The Geoparks are the chance to begin again for everyone, students and teachers, producers and consumers, hotel owners and tourist operators, emigrants and immigrants, residing citizens and nomads, to understand more and construct new strong ways, to confront the complexities of the future and give prospective and subjectivity to a territory.

The project to expand this vision has already started, other Appenine Parks in the South have asked the Cilento National Park of Vallo di Diano and Alburni to help them enter into the network so that there would be the prospective of a unique subjectivity in the network for the formation of a European Macro-area.

The Foundation has an important role to play in its formation: its Institutional duty is the diffusion of innovative learning, a vision that is ready initiated but diffusion of the learning process is still weak.

The attached map illustrates the new vision; the learning in depth and the spread of this knowledge are still under construction.



Un'Area protetta per tre regioni

**Appennino lucano Val d'Agri Lagonegrese
Cilento, Alburni, Vallo di Diano e Pollino
costituirebbero, unificandosi, un'unica realtà
ecologica, la più vasta dell'Europa occidentale
tesa ad un modello-pilota di sviluppo sostenibile**

*Gaetano Fierro**

Con l'approvazione della Legge Quadro sulle aree naturali (Legge 394/91) l'intero territorio italiano è stato interessato dalla nascita di nuovi Parchi nazionali e regionali e di Riserve naturali che costituiscono, in certi casi, per la loro estensione e contiguità un vero e proprio sistema di aree protette.

La regione Basilicata per la sua notevole diversità di ambienti e paesaggi, specie animali e vegetali, associazioni vegetali o forestali, singolarità geologiche, formazioni paleontologiche, comunità biologiche, biotopi, processi naturali, equilibri idraulici e idrogeologici ed equilibri geologici, ha attualmente oltre il 30% del suo territorio sottoposto a regime di protezione ambientale. Basti ricordare che in Basilicata sono presenti il Parco Nazionale del Pollino, il più grande parco nazionale d'Europa, e il Parco Nazionale dell'Appennino Lucano Val d'Agri Lagonegrese.

Le aree protette della Basilicata, in gran parte, sono in continuità geografica e naturale con le aree di eguale valenza naturalistica e antropologica delle regioni limitrofe, la Calabria e la Campania.

In particolare il Parco nazionale dell'Appennino lucano Val d'Agri Lagonegrese rappresenta la cerniera di connessione tra il Parco Nazionale del Cilento e Vallo di Diano ed il Parco Nazionale del Pollino.

Dalla rappresentazione di questo quadro si evince che eguali interessi ci sono stati in Campania dove, grazie alla sensibilità ecologica di 80 Comuni, nel 1995, è stato istituito il Parco Nazionale del Cilento e del Vallo di Diano che, secondo in Italia per estensione, copre un'area di 181.048 ettari (il 62% dell'in-

tera provincia di Salerno).

Il D.P.R. del 5 giugno 1995 che ha decretato l'Ente Parco Nazionale del Cilento e Vallo di Diano, nei suoi compiti statutari, all'art. 2 comma B, prevede: "la salvaguardia dei valori antropologici, archeologici, storici ed architettonici e delle attività agro-silvo-pastorali e tradizionali".

Alla luce di quest'ampio scenario legislativo, che ha visto le Regioni Basilicata, Calabria e Campania molto attive nella definizione e gestione delle aree naturali protette considerate, riteniamo che ci siano tutte le condizioni per avviare un iter che possa portare, in un lasso di tempo relativamente breve, a definire un Accordo di Programma tra le tre Regioni, con il coinvolgimento del Ministero dell'Ambiente, le associazioni ambientaliste, le associazioni agricole e le comunità locali del territorio, ai sensi dell'art. 2, comma 203, lettera c) della Legge n. 662 del 28 dicembre 1996 e in attuazione dell'art. 1, comma 5, della Legge n. 394 del 6 dicembre 1991, per l'istituzione di un unico Parco che comprenda le Aree protette richiamate.

*Conservazione
e sviluppo,
un unicum*

In definitiva, la naturale aggregazione di questi tre parchi costituirebbe la più vasta Area protetta dell'Europa occidentale, avvalorando anche i principi su cui si basa Rete Natura 2000 (attuazione della Direttiva Habitat 92/43/CEE), che è un sistema coordinato e coerente, una rete di aree destinate alla conservazione della diversità biologica. Ciò consentirebbe, oltre agli obiettivi di conservazione e valo-

rizzazione delle risorse naturali, la realizzazione di un nuovo modello di sviluppo sostenibile, basato sull'uso responsabile delle risorse finite (acqua, energia, suolo, produzione di rifiuti), sulla promozione di attività economiche compatibili (agricoltura e turismo) e sulla valorizzazione della cultura delle tradizioni e delle tipicità locali.

La rappresentazione dei tre Parchi in un unicum rafforzerebbe, in chiave strategica, le potenzialità di un'area montana, concentrata nelle proprie energie economiche e competenze direzionali, che diventerebbe un grande polo attrattivo nel sistema geomorfologico euro-mediterraneo e ridisegnerebbe certamente sul territorio la presenza di nuove realtà istituzionali: Province, Comunità Montane, Comunità locali ed altro, con il compito di governare, in un'aggiornata programmazione interregionale, quelle aree oggi diventate o ritenute impropriamente marginali.

La lettura della storia geologica del massiccio montuoso dei tre Parchi, altresì, non può essere compresa appieno se non inserita nel quadro più generale degli eventi culturali che, nel corso di qualche milione di anni, hanno portato alla conformazione paesaggistica e morfologica dell'Appennino meridionale e, più in generale, alla evoluzione geodinamica del Mediterraneo centrale.

*Grande Lucania
un obiettivo
più che possibile*

L'aggregazione istituzionale dei tre Parchi costituirebbe, così, l'approdo coerente, a coronamento di una fervida stagione culturale in atto, ad un riconoscimento



giuridico-amministrativo di un'area geografica, che, in larga massima, si identificherebbe con la Grande Lucania di una volta.

Non è casuale che i tre territori aspirino ad essere unificati anche in virtù di altre argomentazioni politico-legislative, fatte in questi anni, che aprono nuovi scenari rispetto a quelli da noi proposti.

Se si leggono con attenzione le disposizioni legislative, approvate con la legge costituzionale del 18 ottobre 2001, n° 3, apparirà evidente che esistono fondate ragioni per operare non solo e non tanto per l'istituzione delle Province del Cilento e Vallo di Diano, ma per il prioritario e preliminare distacco dalla regione Campania di tutti i comuni lucani, a partire da Paestum fino a Sapri, per la zona costiera, e da Eboli fino a Sala Consilina, per le aree interne.

I nuovi poteri regionali, come disegnati dai rinnovati articoli 114 e 117 della Costituzione, pur nel rispetto del principio fondamentale di unitarietà ed indivisibilità della Repubblica, proclamato dall'articolo V, configurato una nuova forma di Stato, incentrato su una rinnovata dimensione delle autonomie locali e sul potenziamento amministrativo dei Comuni e delle Province, che non rappresentano più le circoscrizioni del decentramento statale e regionale, come trovatisi prima affermato dall'art. 129, ormai soppresso.

Ed inoltre, dopo l'abrogazione dell'articolo 128 della Costituzione (che aveva proclamato la derivazione dalla legge statale dell'autonomia degli enti locali minori, in conformità ai principi prefissati nelle disposizioni generali) i Comuni, le Province, le Città Metropolitane e le Regioni sono enti autonomi con

propri statuti, poteri e funzioni secondo i principi prefissati (direttamente) dalla Costituzione, e non più, si badi bene, dalle leggi generali dello Stato (art. 114 Costituzione).

In relazione alla fattispecie che ci interessa (consentire che alcuni Comuni del Cilento e del Vallo di Diano siano "staccati" dalla Campania ed aggregati alla Basilicata), l'attuale art. 132 della Costituzione prevede, al 2° comma, tale possibilità: "Si può, con referendum e con la legge della Repubblica, sentiti i Consigli Regionali, consentire che Province e Comuni, che ne facciano richiesta, siano staccati da una Regione ed aggregati ad un'altra".

Nessuna insidia per la Costituzione

Tale articolo, pur con le modifiche normative che hanno interessato il titolo V della Costituzione, mantiene sostanzialmente inalterati i principi ispiratori del nostro regionalismo, dal momento che già le norme transitorie e finali della Carta Costituzionale (art. XI) prevedevano la possibilità anche di istituire nuove Regioni, con il solo obbligo di sentire le popolazioni interessate.

Ovvero, il legislatore costituente non prevede alcun potere di veto per le Regioni, ma solo che siano sentite; in tal modo sottolinea l'importanza della scelta popolare che, naturalmente, deve avvenire tramite referendum limitato alle popolazioni interessate.

Questa è un'altra tesi, di assoluto rispetto, che circola nei movimenti pro Grande Lucania che sta richiamando altre simpatie ed interessi.

Nuovi corsi amministrativi e istituzionali

Noi, invece, siamo indirizzati a ragionare sul tracciato compiuto dalle vigenti leggi n° 394 del 1991 e n° 662 del 1996, che sono state virtuose per l'Accordo di Programma, brillantemente sottoscritto dalle Regioni Basilicata e Calabria, per l'istituito Parco del Pollino, avvenuto nel 1993 senza fratture sociali e in termini di accordo bonario tra i due enti interessati.

Ai fini della nostra proposta, queste leggi rappresentano un "precedente giuridico" che, sancendo il riconoscimento della unicità paesaggistica e antropologico-culturale dei tre territori considerati (Val D'Agri - Pollino - Vallo di Diano/Cilento), potrebbero accelerare, in avvenire, la loro unificazione. Compete, ovviamente, sempre alla politica, che va adeguatamente incalzata, di dare una risposta esaustiva alle nostre ragioni fin qui avanzate e costruite secondo una tempistica fatta di più fasi, consapevoli di inoltrarci lungo un iter istituzionale, complesso e ricco di incomprensioni.

●
* Già sindaco di Potenza, e vicepresidente e assessore all'agricoltura della Regione Basilicata.

Una Riserva di nomi nelle città invisibili

**Viaggio tra i toponimi degli Alburni, Cilento e Diano
con la proposta di un Atlante geo-toponomastico web based
strumento utile e innovativo per acquisire identità dei luoghi
senza chiudersi nelle barriere culturali tradizionali
ma investendo in rete e in scambi tra comunità lontane**

*Silvia Siniscalchi**

L'articolo che segue è una proposta ufficiale che Il Paradosso indirizza alle istituzioni e alle comunità del Cilento per la creazione di una Rete sinergica volta al rafforzamento, dal punto di vista geografico e culturale, del sistema di integrazione territoriale promosso dalla Fondazione Alario e, in particolare, dal progetto La Città del Parco. È auspicabile che, su questi temi, si apra un dibattito che possa rafforzare il senso di appartenenza e la disponibilità alla cooperazione. La proposta che Silvia Siniscalchi ha elaborato per la nostra rivista è stata presentata dall'autrice in Giappone al Convegno internazionale dell'International Geographic Union (Kyoto, 4-9 agosto 2013)

La Toponomastica, testimonianza a volte unica della saggezza del passato, è una miniera di informazioni racchiusa nel patrimonio stratificato di un territorio e delle sue collettività. Di qui la necessità di reperire e custodire i toponimi (in alcuni casi veri e propri "beni culturali") racchiusi in molteplici fonti (cartografia, catasti, dizionari, guide, archivi, testi letterari, indagini sul terreno, testimonianze orali, ecc.), con un'accurata analisi critica, interdisciplinare e "globale" di queste ultime e delle caratteristiche più propriamente geografiche dei nomi di luogo (ubicazione, rilevanza, scala di osservazione, classificazioni, distinzioni, interconnessioni, ecc.), nonché dei meccanismi onomaturgici che nel tempo li hanno prodotti o modificati (nella forma e/o nel significato).

In tale ambito opera il Laboratorio di Cartografia e Toponomastica Storica dell'Università di Salerno (fondato da V. Aversano e ora diretto dalla sottoscritta), volto a raccogliere, catalogare, analizzare scientificamente e impie-

gare, per la ricerca e l'insegnamento in ambito geografico, carte antiche e toponimi del territorio europeo e, soprattutto, italiano. I risultati sinora conseguiti sono fondati su un metodo schematico di analisi e classificazione (ideato appunto da Aversano) che, in progress, punta a racchiudere tutti i diversi tipi di approccio delle ricerche geo-toponimiche, in senso diacronico (lettura dei mutamenti territoriali attraverso i toponimi di secoli diversi) e sincronico (analisi della sedimentazione dei toponimi in una data area) ai fini della ricerca identitaria e di una pianificazione territoriale "geoculturalmente sostenibile".

Proseguendo su questa stessa strada e volendo ampliare tale metodo analitico-interpretativo attraverso l'uso delle nuove tecnologie, si vuole ora sperimentare la possibilità di realizzare degli atlanti geo-toponomastici informatico-telematici fondati sul GIS e sul semantic web, capaci di collegarsi con altre banche dati similmente organizzate e rappresentate, aperte all'interazione con il pubblico attraverso l'implementazione progressiva di un sistema di barcoding (fondato su Web Tag, guide virtuali e mappe georeferenziate). In tal modo, attraverso una semplice connessione alla rete Internet, tutti potrebbero interagire con le informazioni riguardanti un determinato toponimo e il luogo su cui insiste, recuperando i frammenti del passato per una migliore comprensione del presente.

A tal proposito il Cilento, grazie alle sue caratteristiche geografico-storiche e alla sua appartenenza al Parco Nazionale del Cilento e Vallo di Diano (P.N.C.V.D.) - incluso nel Patrimonio Mondiale Unesco dal 1998, come noto - rappresenta un campo di studio e spe-

rimentazione particolarmente adeguato, come dimostra un'analisi toponomastica realizzata qualche anno addietro dal La.Car.Topon.St. attraverso il confronto tra i toponimi desunti da cinque carte storiche comprese tra i secoli XVII e XIX, che ha avuto lo scopo di mostrare mutamenti e persistenze del rapporto tra collettività e ambiente e del peculiare "genere di vita" (per usare la celebre definizione di Vidal de la Blache) dei territori cilentani proprio attraverso una serie di riflessioni sui mutamenti e sulle persistenze dei toponimi con cui questi ultimi sono stati denominati nel corso dei secoli. Dall'analisi è emerso innanzitutto il perdurare di una forte interazione fra toponimi con significati antropico-territoriali (soprattutto di quelli indicanti sedi umane e/o di carattere religioso) e fisico-naturali, lasciando intendere l'importanza prioritaria del difficile rapporto uomo-natura nelle vicende e, quindi, nei processi onomaturgici del Cilento. Tale importanza è insita nella particolare vocazione economica di questa subregione campana, popolata sin dall'antichità ma secolarmente orientata, per motivi storici (a partire dal medioevo in poi, come più avanti ricordato), soprattutto verso le attività collinari agricole e silvo-pastorali piuttosto che verso quelle commerciali, vallive e marittime, come confermato dalla toponomastica locale.

*Tra paesaggi
materiali
e immateriali*

L'interazione tra collettività e natura dei luoghi, contraddistinti da un paesaggio e da una morfologia per molti aspetti sel-

vaggi e aspri, con numerosi centri abitati, per lo più di origine medievale e arroccati sui rilievi, è dunque alla base del quadro territoriale-identitario del Cilento e ne racchiude le più significative testimonianze geostoriche, nonché i presupposti per il suo sviluppo futuro, oggi spesso messo a rischio da interventi improvvidi e modifiche insensate. La progressiva perdita della memoria geografica dei luoghi e del *genius loci* che li identifica, nel moltiplicarsi di paesaggi anonimi, frammentati e mercificati, infatti, è un processo in atto anche in questa subregione, soprattutto sulla fascia costiera. All'alterazione degli elementi identitari dei territori attraverso processi di cementificazione incontrollata, spesso abusiva, si accompagnano spesso avvilenti iniziative pseudoculturali o dichiaratamente "nazional popolari", del tutto estranee alle realtà geografiche di riferimento e causa di ulteriore abbruttimento e imbarbarimento dei luoghi.

Il recupero dell'identità di questi ultimi rappresenta quindi il necessario passo per la tutela e valorizzazione delle loro vocazioni e singolarità, conformemente alle odierne linee programmatiche europee, nazionali e locali di preservazione e potenziamento dei caratteri identitari e culturali di una collettività. Tra questi ultimi i toponimi, quali reperti immateriali ma tangibilmente significativi per la percezione dell'identità territoriale, sono strumenti privilegiati per indagare a fondo il rapporto uomo-ambiente nelle sue strutture socio-economico-culturali passate e presenti. È ormai noto, infatti, che le caratteristiche geo-storiche remote e/o attuali di un territorio sono racchiuse nella genesi, formazione, distribuzione e nel significato originario dei suoi toponimi. Proprio per questo motivo la Toponomastica, pur essendo una disciplina tradizionalmente riservata ai linguisti, è da lungo tempo impiegata nelle ricerche geografiche con metodo di studio comparato e diacronico, richiamando, in virtù della sua complessità, una quantità notevole di studi pluridisciplinari. Tra i più recenti emergono quelli legati al concetto di "Semantic Web", una delle branche di ricerca delle I.C.T. (Information and Communications Technologies), ufficialmente riconosciute nei primi anni '90 del secolo scorso da parte della comunità geografica internazionale (con la nascita della Commission on Geography of Telecommunications and Information dell'I.G.U.) e della stessa Commissione

Europea.

Ispirandosi appunto a questo tipo di orientamento si vuole qui proporre la descrizione di un più ampio modello "ontologico" di organizzazione e rappresentazione dei toponimi fondato sul concetto di Semantic Web, sulla cui base progettare la realizzazione di un "Atlante geo-toponomastico del Parco Nazionale del Cilento e Vallo di Diano" concepito come sistema informativo dinamico e capace di stabilire relazioni semantiche tra elementi formalmente diversi, evidenziando le possibilità di uno sviluppo teorico e applicativo delle I.C.T. applicate alla ricerca geografica. Se l'ontologia secondo la definizione originaria di Aristotele (*Metafisica*, IV, 2, 1003, a20) è la "scienza che considera l'essere in quanto essere", in ambito informatico è invece inteso come strumento per descrivere, rappresentare, concettualizzare qualcosa che vogliamo modellare in un'applicazione.

Lo scopo finale dell'operazione punta a interrelare in un'ottica sistemica i toponimi del P.N.C.V.D. e i luoghi su cui insistono con tutti gli elementi geografici, storici e culturali e con tutte le fonti disponibili che possano riguardarli, per mostrare i caratteri identitari più profondi del loro contesto geografico ed evidenziarne i mutamenti nel corso dei secoli, sia a scopo scientifico-conoscitivo che in vista di una futura pianificazione territoriale. L'Atlante intende così inserirsi nell'ambito delle linee programmatiche del P.T.R. Campania 2006 e di tutte le politiche territoriali fondate su una diversa organizzazione della maglia amministrativa locale che, nel caso della Campania in generale - "creatura assai più della storia che della geografia" (G. Galasso) - si rivelano quanto mai opportune. L'odierna Campania, infatti, è stata "costruita" dopo l'Unità d'Italia (era uno dei compartimenti statistici di Pietro Maestri per le rilevazioni dell'Istituto Centrale di Statistica) ma non corrisponde a una realtà geografica effettivamente omogenea già solo considerando la contraddizione tra il significato del suo etimo latino (*campus* "luogo pianeggiante") e il prevalere, nella sua attuale estensione, delle aree di montagna e collina su quelle di pianura (rispettivamente 35%, 50% e 15% secondo l'Annuario Statistico Campano). È dunque necessario avviare delle politiche di gestione del territorio fondate su una conoscenza



geografica diretta e concreta dei luoghi per poterne davvero individuare i punti di forza e le criticità. In tale operazione, volta alla valorizzazione delle identità territoriali locali attraverso il recupero e lo sviluppo delle conoscenze relative al loro passato e al loro presente, i geografi sono coinvolti in prima persona, tanto più perché abituati a orientare le proprie indagini verso la costruzione e l'implementazione di "reti" fondate sulla logica sistemico-relazionale.

Quest'ultima, infatti, da almeno vent'anni è al centro dei piani regionali di riqualificazione e sviluppo territoriale. Per quanto riguarda il P.N.C.V.D. tra i vari progetti orientati in tale direzione emerge quello denominato "La città del Parco" (attualmente ripreso e valorizzato dall'onorevole Carmelo Conte, già Ministro delle Aree Urbane e oggi presidente della Fondazione Alario), fondato sull'idea di creare delle aggregazioni fra comuni per la formazione di sistemi di sviluppo omogenei, prescindendo dai confini delle vecchie province. Si punta così alla realizzazione di un sistema di interrelazioni territoriali per la trasformazione dei programmi singoli e saltuari in procedure di gestione e manutenzione continua, secondo il concetto del "mettere in rete" - o, appunto, "a sistema" - i singoli progetti previsti per la crescita e lo sviluppo dell'area. Tale prospettiva punta in particolare a sostenere lo sviluppo di un'impreditoria privata locale consapevole e di un turismo sostenibile, costruendo e/o rafforzando una "logica reticolare" che superi le "carenze di sistema" dell'economia meridionale, in una prospettiva geografica di tipo relazionale, attraverso lo sviluppo di reti interne (tra attori locali) ed esterne (tra attori locali e soggetti di altri territori) per l'attuazione di sinergie dirette a valorizzazione delle risorse territoriali.

Tale obiettivo è particolarmente difficile da raggiungere nel caso dei comuni del P.N.C.V.D., non solo per oggettive carenze infrastrutturali ma, soprattutto, per radicati motivi socioculturali. Le collettività locali, infatti, tradizionalmente ancorate, per circostanze geografiche e storiche, più alla collina e alla montagna che non al mare, sono state abituate per secoli a un isolamento "autarchico", imparando a sopravvivere con i propri mezzi nella convivenza con "una debole e incerta idea di Stato", coltivando "il sospetto, il particolarismo, la

diffidenza, la chiusura" e "un comportamento rispetto al potere centrale inteso non alla leale collaborazione, ma a giovarsi, in termini di utile personale, delle occasioni disponibili" (M. Mello).

Il passaggio verso una cultura fondata all'opposto sull'idea di cooperazione e interrelazione è dunque particolarmente arduo e richiede l'uso congiunto di strumenti molteplici e diversificati.

Uno di questi, appunto, può certamente essere l'uso di internet e del computer, quali accattivanti "attrattori", soprattutto per le nuove generazioni, orientati verso la logica del "web" ossia della "ragnatela" e della connessione reticolare. In direzione di tale filosofia si muove appunto l'idea dell'Atlante geo-toponomastico del P.N.C.V.D., che intende così inserirsi all'interno di una visione progettuale sinergica e interrelata, che veda la collaborazione di ambiti disciplinari differenti, unendo la logica del semantic web con quella di una rinnovata geografia economico-amministrativa orientata in un'ottica sistemica.

Ascea e lo scempio paesaggistico

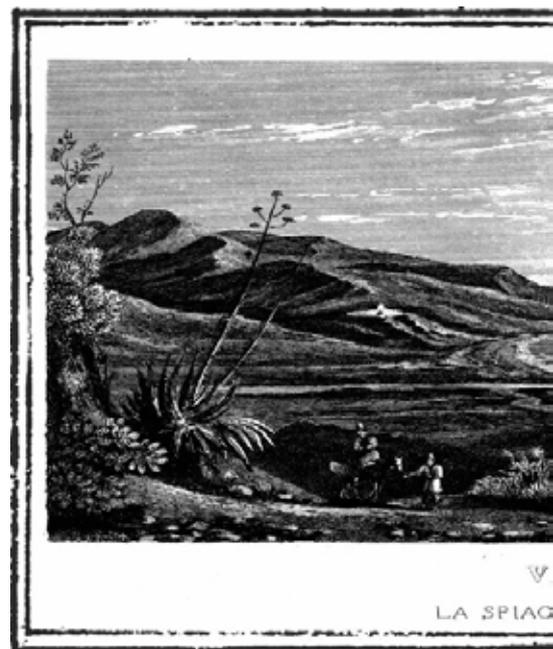
Per offrire un esempio pratico di come l'Atlante geo-toponomastico intenda presentarsi e operare all'interno di tale prospettiva, comprendendo nel suo ambito i toponimi di tutti i comuni del P.N.C.V.D. si è scelto come caso di studio esemplificativo il comune di Ascea, antica Velia-Elea, colonizzata nel VI secolo a.C. dai Focesi dell'Asia Minore e divenuta uno dei principali centri di cultura della Magna Grecia. Strabone (Geografia, VI, I), nel descrivere il golfo di Salerno tra Punta Campanella e la piana di Paestum, così scrive infatti a proposito di Elea:

I Focesi che la fondarono la chiamarono Iela; altri da una certa fontana che vi si trova la dicono Ella, e i moderni Elea. Furono poi di questa città Parmenide e Zenone filosofi pitagorici. E parmi che per opera di questi due, od anche prima di loro, quella città fosse governata con buone leggi [...] Antioco dice ch'essendo presa Focea da Arpago generale di Ciro, que' cittadini che poterono mettersi in mare colle intiere famiglie, primamente navigarono sotto Creontide a Cirno ed a Messalia; e che scacciati da que' luoghi fondaron Elea: il qual nome lo derivano alcuni dal fiume Eleeto. Questa città è distante da Posido-



Johannes Janssonius, *Itala nam tellus / Graeciamaior erat / Ovid IV Fastor / Haec Italiae pars / nunc primum de prisca / aerugine est abstersa et eiusmodi ut videre licet ni/tori reddita (1640 ca)*.

Da notare il rovesciamento dello stivale italiano, con la Puglia rivolta verso nord e la Campania, Calabria e Sicilia verso est e nord est. Si tratta di un espediente ereditato dalla cartografia medievale con cui si intende attribuire maggiore importanza all'Italia Meridionale, già Magna Grecia, qui rappresentata con le antiche denominazioni. Con il rettangolo rosso è stato qui evidenziato



Velia / La spiaggia di Velia, di autore ignoto, 1830 ca, incisione all'acquaforte. Collezione privata Nicola Ventre, Agropoli.



il golfo su cui si affaccia Ascea (che viene chiamata con l'antico nome di Hyele-Elea). Il toponimo odierno (in dialetto "a ?ia" e nelle carte sei-settecentesche "l'ascea" o "Lascea") secondo Battisti è probabilmente una deformazione dell'antico toponimo Isacia, isola con porto a 5 km da Velia, ricordata da Strabone e da Plinio, ed ora concresciuta sulla collina su cui sta Ascea. Per Finamore sarebbe invece un nome bizantino da un *ascaios* (?) che significherebbe luogo non sinistro, quindi favorevole all'approdo (Dizionario di toponomastica, UTET).



nia circa duecento stadii; e dopo di essa è il promontorio Palinuro.

Memore del suo passato di colonia greca e di sede della celebre scuola filosofica eleatica, Ascea può essere considerata una località rappresentativa della realtà cilentana già a partire dal significato del toponimo, che racchiude in sé il profondo legame tra natura e uomo, sia che voglia indicare la felice posizione del centro (ben esposto al sole e ai venti), sia che richiami la forma collinare del terreno su cui sorge (cui si approssimano bianche falesie affacciate sul mare alternate a spiagge estese e sabbiose) sia che sottenda, ancora, la presenza dei corsi d'acqua (il fiume Alento e i tratti terminali di alcuni suoi affluenti).

Vi si aggiungono inoltre la ricchezza della vegetazione naturale e coltivata (il bosco, la gariga, il seminativo, il frutteto, l'oliveto, il castagneto da frutto) e un paesaggio antropico caratterizzato dalla presenza di centri collinari e, in pianura, di case rurali sparse. Oltre che per le risorse naturali, le memorie geostoriche e le potenzialità ancora inesprese, Ascea spicca però anche per le evidenti criticità paesaggistiche e ambientali che la affliggono. La città odierna, infatti, è in crescente difficoltà per le pressioni e le tensioni esercitate, a suo carico, da un turismo sempre più massificato e da sviluppi insediativi sovradimensionati rispetto alle esigenze locali e, soprattutto, gestiti male rispetto al bacino d'utenza.

La struttura insediativa è carente di servizi e di collegamenti e risulta scarsamente integrata al resto del territorio, pur ospitando una quantità elevata di popolazione residente (5568 abitanti secondo i dati ISTAT del 2012, distribuiti su una superficie di 37 Km², con una densità di circa 150 abitanti per km²).

Il disagio emerge in particolare dalla crescita incontrollata della frazione di Ascea Marina, testimonianza dei danni causati da una serie di modifiche paesaggistiche determinate da logiche particolaristiche e poco avvedute che hanno prodotto risultati devastanti per il territorio costiero, tanto più paradossali perché diverse scialbe e antiestetische costruzioni in cemento sorgono proprio a due passi dagli scavi archeologici dell'antica Elea. L'entità del danno emerge non solo dall'osservazione diretta ma anche dagli studi di settore condotti in questi anni, come quelli finalizzati alla realizza-

zione del "Piano Urbanistico Comunale" di Ascea, dai quali si evince appunto che i principali problemi del centro «sono connessi ad una crescita edilizia che, per l'intensità e soprattutto per le modalità con cui si è verificata, ha prodotto fenomeni di pressione ambientale e di frammentazione paesistica eccedenti la sostenibilità» (G. Campioni-G. Ferrara).

Quella che un tempo era un'area contraddistinta dalla presenza di una ricca macchia mediterranea (cisti, mirto e lentisco) affacciata sull'ampia baia in cui sfocia la Fiumarella, è divenuta così un disordinato agglomerato di cemento, privo di identità e storia. Il che non può non avere delle ricadute sulla popolazione, sia dal punto di vista materiale che psicologico, così come ampiamente dimostrato dagli studi recenti sul rapporto tra collettività e territorio (anche a partire dalle ricerche di Tarja Keisteri sull'interazione tra paesaggi e collettività a scale diverse di osservazione).

Anche l'odonomastica costiera ha risentito della distruzione del paesaggio, con la comparsa di denominazioni fasulle, costruite a tavolino, richiamanti ora i filosofi della scuola eleatica (via Parmenide, via Zenone), ora le divinità (via Cerere, via Nettuno, viale delle Sirene) e i luoghi della Magna Grecia (Leucosia, Corso Elea), ora gli elementi naturali (viale del Sole, via del Mare), senza che però alla base di tali denominazioni vi sia alcun reale processo di territorializzazione, ossia di legame geostorico con i luoghi su cui insistono. Il carattere artefatto dei toponimi rende ancora più stridente il contrasto con lo squallore dei luoghi denominati, accentuando lo stato di desolazione e anonimato che oggi caratterizza il territorio asceota prossimo al mare, frutto della distruzione del paesaggio di un tempo e, con esso, degli elementi identitari custoditi nelle caratteristiche naturali e antropiche che lo contraddistinguevano.

Pertanto il recupero di questi ultimi passa necessariamente attraverso la valorizzazione del paesaggio originario, con i suoi beni materiali e immateriali (tra cui la toponomastica), quale indubitabile fattore chiave del processo di sviluppo locale di Ascea, che include in uguale proporzione il recupero di criticità pregresse e la messa in valore di potenzialità sino ad oggi ignorate, con una decisa inversione di rotta nella politica pianificatoria, che metta un freno alla proliferazione

edificatoria ed allo spreco della risorsa. Gli ambiti di intervento individuati per il recupero del paesaggio di Ascea sono individuati nelle seguenti voci: riequilibrare i sistemi insediativi, sovraesposti alle conseguenze dello sviluppo edilizio o interessati da processi di abbandono, applicando regole diversificate per il riutilizzo dell'esistente e il contenimento delle aree di espansione e del consumo di suolo; promuovere il recupero di identità del costruito, dando grande importanza al prestigio del luogo urbano, ridefinendone la morfologia, ridisegnandone i confini, organizzandone gli accessi, progettando gli spazi pubblici, stabilendo un dialogo costante tra l'architettura e il paesaggio; individuare possibilità alternative di riconnotazione delle aree marginali o di frangia che costituiscono oggi i luoghi della non-identità urbana, anche ricorrendo all'uso di sistemi verdi alla piccola ed alla media scala; migliorare le condizioni di benessere degli abitanti, tenuto conto del ruolo portante svolto dagli spazi ineditati e dal verde urbano per il recupero ecologico della città e il controllo della forma della città (G. Campioni-G. Ferrara).

In effetti il fondamento di questo cambio di prospettiva è già contenuto nella Convenzione Europea del Paesaggio del 2000 (ratificata dal Parlamento italiano con la Legge n. 14 del 09/01/2006), che definisce la percezione del paesaggio come base concettuale per la prassi territoriale ed evidenzia la necessità di salvaguardarne ogni elemento caratteristico. Il paesaggio, infatti, è riconosciuto giuridicamente quale «componente essenziale del contesto di vita delle popolazioni, espressione della diversità del loro comune patrimonio culturale e naturale e fondamento della loro identità» (2000, cap. I, art. 5).

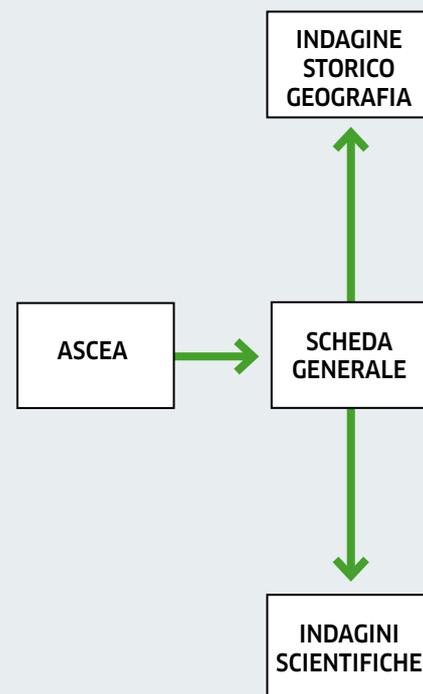
Il senso del progetto

A partire da questi presupposti, considerando che ogni nome è espressione di una collettività nel suo rapporto con il territorio, sia dal punto di vista materiale che percettivo e psicologico, lo studio dei toponimi e la loro messa in rete entra a buon diritto nell'ambito delle politiche di recupero paesaggistico e di pianificazione "dal basso" su cui si fondano le odierne politiche ispirate al concetto di governance territoriale. Il recupero, la

classificazione e la trasformazione dei toponimi in elementi esportabili in una banca dati organizzata secondo il modello del web semantico rappresenta proprio uno degli strumenti per il rafforzamento e l'ampliamento di tali orientamenti.

Secondo l'idea del suo fondatore (Tim Berners-Lee), infatti, il Semantic Web è un ambiente "virtuale" (inteso nella sua accezione latina di "potenziale") in cui informazioni e dati, descritti e interrelati secondo sistemi "ontologico-semantic" (che descrivono gli oggetti reali attraverso la logica formale), possono diventare reperibili attraverso motori di ricerca "intelligenti", favorendo la cooperazione tra studiosi di tutto il mondo (T. Berners Lee, J.A. Hendler, O. Lassila, 2001). Pertanto, la descrizione ontologica dei toponimi e, nel caso in questione, degli odonimi di Ascea - concepiti dal punto di vista dell'Atlante come geo-based location (riproduzioni spaziali georeferenziate, individuabili attraverso un GPS e rappresentabili attraverso i GIS) - può rappresentare tutti i loro nessi e significati all'interno di una città virtuale, ossia potenziata dal punto di vista quantitativo e qualitativo, rendendo evidenti tutti gli elementi territoriali immateriali appartenenti alla geostoria dei luoghi. Nella prospettiva del web semantico si intendono così ampliare le indagini geografiche sui toponimi, superando ogni interpretazione etimologica astratta, per prestare invece la giusta attenzione al loro significato territoriale, a partire dall'analisi di tutti i possibili punti di vista sotto cui li si potrebbe considerare e delle loro interrelazioni intrinseche ed estrinseche.

Secondo tale prospettiva i toponimi e gli odonimi dei comuni del P.N.C.V.D., raccolti, censiti, interpretati e descritti ontologicamente, devono confluire come "lemmi" nel sistema informativo dell'Atlante, in connessione con altri documenti e oggetti geografici di riferimento organizzati secondo i nodi logici del web semantico. In tal modo, attraverso l'amplificazione delle possibilità di percezione e comprensione delle risorse visibili e "invisibili" del territorio, l'Atlante può contribuire a valorizzare i luoghi dal punto di vista geografico, paesaggistico e turistico-culturale, in riferimento alle loro macro e microaree. Al turismo culturale, infatti, l'Atlante può significativamente contribuire non solo rendendo disponibili i dati sul web, ma anche attraverso gli attuali sistemi di



Proposta per la possibile rappresentazione di un toponimo (in questo caso Ascea) nell'Atlante geo-toponomastico del P.N.C.V.D.. I contenuti e i nessi riportati non sono statici, ma frutto di combinazioni dinamiche tra gli oggetti descritti ontologicamente. Nel modello semantico, infatti, i dati e i loro significati, a livello concettuale, sono rappresentati con l'uso di linguaggi ontologici che possono esprimere ogni tipo di relazione mediante una classificazione gerarchica delle relazioni stesse (tra oggetti, concetti e connessioni principali) nonché produrre automaticamente altre informazioni, esprimendo nuovi concetti e relazioni in aggiunta a quelli esistenti a partire dai dati originali, attraverso l'implementazione della logica formale. Si tratta dunque di un modello ideale per integrare dati provenienti da fonti diverse, quali sono quelle della



Toponomastica. Infatti, nella ricerca geografica in particolare, come anticipato, si devono considerare numerosi rapporti riguardanti i toponimi di un determinato territorio, comprese le molteplici fonti di reperimento (carte storiche e/o recenti, documenti d'archivio, opere letterarie, tradizioni orali e così via). Il significato di un toponimo, quindi, deve essere interpretato tenendo conto delle fonti, del luogo specifico su cui insiste e delle relazioni con altri toponimi, più o meno contigui. Il web semantico interpreta al meglio questa esigenza, permettendo di stabilire nessi dal punto di vista dello spazio sistemico, assoluto (rapporto deterministico/possibilistico/funzionale tra società e ambiente) e cartografico, attraverso l'esplicitazione (nel linguaggio ontologico) dei rapporti semantici tra gli elementi di una rappresentazione.

barcoding. Il vantaggio in termini di rappresentazione dei significati e delle loro relazioni per la comprensione geografica delle dinamiche del territorio cilentano ha quindi un valore considerevole. Il problema consiste piuttosto nel definire la modalità con cui presentare un insieme di toponimi all'interno del web semantico, ossia nella modalità con cui mostrare le loro relazioni interne/esterne (in senso diacronico e sincronico) e il legame con il territorio di cui sono parte. Ci soccorre a questo punto la possibilità di immaginare ciascun toponimo dell'Atlante come una struttura a grafo, le cui relazioni sono espandibili, potenzialmente, all'infinito.

Il Semantic Web

La difficoltà di rappresentare le relazioni semantiche tra toponimi nasce innanzitutto da quella di dovere decodificare il significato a partire dal contesto geografico-storico per poi tradurlo in un linguaggio logico-formale. I significati dei toponimi, infatti, rappresentano il prodotto e non la semplice somma di elementi territoriali interdipendenti; messi "in rete" possono quindi rivelare le caratteristiche peculiari di un'area geografica che, in stato di isolamento, potrebbero non rivelare affatto. Di qui l'obiettivo di rendere espliciti i loro significati e le loro complesse interrelazioni attraverso la loro rappresentazione in un sistema semantico. A tale scopo i toponimi dell'Atlante geo-toponomastico del P.N.C.V.D. devono essere preliminarmente indagati e fondati su una "documentazione integrata", frutto della costruzione dinamica di relazioni ontologicamente fondate tra fonti diversificate, rese visibili attraverso un'interfaccia adeguata. Per offrire un'idea complessiva delle relazioni ontologiche di ogni toponimo si può quindi fare ricorso a una mappa di tipo reticolare ("a grafo") che lo mostri al centro di una rete di interrelazioni logiche con tutte le possibili informazioni che lo riguardano, mostrando con evidenza (potenzialmente anche a scale diverse) le sue possibili interrelazioni con altri elementi territoriali.

Queste interrelazioni - è importante sottolinearlo - non sono statiche ma dinamiche, dipendendo, con il passare del tempo, dal variare dei legami fra toponimi considerati e documenti collegati, grazie a ulteriori indizi e ipotesi di

ricerca. Si aggiungono così nuovi nessi dinamici tra toponimi ed elementi geografici, storici, linguistici e/o dialettali dei luoghi su cui insistono, collegandosi alla rete territoriale complessiva di cui sono parte (insieme ai microtoponimi e agli odonimi), alle diverse fonti che li contengono (documenti d'archivio, opere letterarie, cartografie di riferimento, fonti orali, indagini sul terreno), alla loro tipologia e relativa classificazione.

Conclusioni

Il modello proposto per la realizzazione dell'Atlante geo-toponomastico del P.N.C.V.D., attraverso la costruzione di un sistema geografico basato sulla acquisizione di dati georeferiti interrelati con la conoscenza geostorica e l'indagine diretta sul terreno, punta a valorizzare i paesaggi dell'area considerata con nuove fonti informative accessibili, dinamiche e aggiornabili in tempo reale, aggiunte alle conoscenze già consolidate per la comprensione geografica dei territori che vi ricadono, nelle loro relazioni interne ed esterne, verticali e orizzontali.

Si è così cercato di rendere evidente come la toponomastica, trattata in ottica geografico-sistemica e unita alle moderne tecnologie del semantic web, sia capace di produrre delle visioni dei paesaggi potenziate nelle loro espressioni geostoriche e nelle loro potenzialità di sviluppo sostenibile e rispettose delle vocazioni e predisposizioni delle loro aree territoriali di riferimento. L'unione tra metodo geografico e nuove tecnologie produce dunque dei risultati in linea con la necessità di indagare il territorio nelle sue molteplici espressioni secondo una logica relazionale, capace di ampliare la riflessione anche agli elementi immateriali del territorio, includendoli in un sistema olistico di carattere informatico-telematico, ossia in un organismo virtuale che riproduca e manifesti visibilmente tutte le interazioni complesse presenti in un'area territoriale.

Parte dunque per l'appunto da tali presupposti la proposta di studiare la geografia e la storia dei comuni del P.N.C.V.D. attraverso i toponimi, testimonianza delle plurisecolari forme di interazione dell'uomo con l'ambiente, per una migliore comprensione del loro presente e per l'individuazione delle possibili soluzioni ai loro problemi attuali.



L'anima dei luoghi alla prova del futuro

Il 12 ottobre ad Ascea promosso dalla Fondazione Alario e dall'Università Suor Orsola Benincasa di Napoli il Congresso nazionale dell'informazione turistica con il patrocinio di Fnsi, Odg, Enit. Sul tappeto il rapporto tra crescita economica, comunicazione e marketing. Nuove iniziative web (e non solo) pronte al varo

Andrea Manzi

I luoghi hanno dentro di sé lo sviluppo, è un dato di fatto che più o meno vale sempre.

Occorre però tirare fuori tale vocazione alla crescita, renderla evidente e, poi, proporla sul mercato mondiale, dopo averla coltivata con cura, comparandola con le concorrenze vicine e lontane e immunizzandola dai rischi di deperimento.

Le potenzialità sono sempre al bivio, perché possono imboccare la direzione giusta o allontanarsi dalla meta.

Strategie territoriali con il concerto delle istituzioni

C'è quindi un nesso tra informazione, comunicazione, geografia e marketing che va colto senza indugi per orientare lo sviluppo e offrire una bussola alle sfide contemporanee dei territori con vocazioni specifiche e spiccate. Tale nesso, però, fonda sulla conoscenza dei luoghi e degli abitanti, operazione in sé complessa - soprattutto per aree diffuse e policentriche come il Cilento/Diano - perché "conoscere" presuppone percorsi complicati (oltre che eterogenei), che entrano innanzitutto nella storia, nella geografia e nell'economia.

La realtà, purtroppo, non sembra tenere in alcun conto che la "società dell'informazione" ha assunto il rilievo di risorsa fondamentale dell'economia mondiale. Talvolta nel Meridione non si è consapevoli nemmeno del fatto che la simultaneità nelle notizie ha modificato le dinamiche sociali tanto da porsi come elemento essenziale della modernità. E ci si continua a comportare come al tem-

po delle interazioni sociali basate sulla prossimità fisica, sulla conoscenza e sullo scambio diretti.

Tale gap si avverte soprattutto in terre di confine come il Cilento, nelle quali è evidente lo scontro tra il parassitismo della tradizione e la forte, purtroppo ancora inappagata, tentazione di incrociare il futuro.

La sfida di comunicare/informare si incammina così su un doppio binario, che presuppone una nuova strategia dei fini, ma anche l'adozione di metodi che rinnovino le pratiche operative consolidatesi nel tempo.

L'occasione di guardare al futuro ce la fornisce quotidianamente la "Città del Parco", la nuova sfida della Fondazione Alario rivolta alla costruzione di una realtà sociale complessa che vada oltre l'attuale (e improduttiva) forma urbis, superandola in una tessitura di relazioni e di servizi avanzati.

Confini geografici nell'era della rete

Le diversità, una volta in rete, trovano così integrazioni funzionali che vivono al di fuori dei confini geografici ed operano, con unità di intenti, nel confronto "produttivo" con il mondo globale. Ma tale dialogo rappresenta ancora un'eccezione, e questo è il gap da superare. Per favorire la nascita di una nuova cultura della cooperazione e costruire una governance all'altezza degli obiettivi, già nel numero zero de *Il Paradosso*, abbiamo parlato di "città/territorio come variante postmoderna della città diffusa, modello di organizzazione basato sulla rete e la cooperazione dei comuni" (Carmelo Con-

te). In una comunità vasta così intesa, che dialoga a fatica con il mondo, nel quale tenta di ritrovare le ragioni e i valori di mercato della propria malferma identità, informare (e più ancora comunicare) non è né potrà essere un'attività "neutrale", nel senso che essa sarà costretta a fare i conti con il passaggio del Cilento/Diano da realtà (semi)protetta a Città viva e produttiva. Economia ed economia della conoscenza diventeranno, in questa possibile, rinnovata identità territoriale, aree intimamente connesse, radicalmente implicate e condivideranno percorsi (soprattutto multimediali) di formazione e di scambio.

Confronto strategico per obiettivi mirati

È nata così la nostra esigenza di confrontarci sul passaggio del turismo dalla improvvisazione creativa - più o meno riuscita ma comunque limitata - alla progettazione strategica, tentando di capire in quali ambiti e con quale peso l'attività di comunicazione/informazione dovrà essere funzionale agli obiettivi di sviluppo e di riconversione di quest'ambito. Non escludiamo di promuovere dei "supporti" di rete che esprimano competenze innovative e inedite di taglio cronistico. Noi vorremmo poterle formare. Su queste basi abbiamo organizzato il Congresso della informazione turistica (il programma nelle pagine a seguire), un momento di analisi e di proposte, che si svolgerà il 12 ottobre nell'Auditorium della Fondazione Alario con i patrocini della Fnsi, dell'Ong, dell'Enit e dell'Uni-

versità Suor Orsola Benincasa (a seguire gli interventi di due relatori, il professor Pino Grimaldi e la professoressa Paola Villani, che anticipano alcuni dei temi di fondo del congresso). Per nuove iniziative che stiamo avviando, l'Università Suor Orsola Benincasa fornirà la collaborazione scientifica ed operativa anche attraverso la sua Scuola di Giornalismo diretta da Paolo Mieli. Per quanto riguarda le imminenti attività che presenteremo in occasione del Congresso di ottobre anticipiamo soltanto che esse investiranno un'area complessa e saranno unificate da un'agile struttura che avrà l'obiettivo dell'informazione territoriale multimediale e della fornitura di servizi

complessi ad istituzioni, aziende, scuole e cittadini, che vogliono vivere la Città del Parco non soltanto come area di meraviglie, ma come centro di eccellenza affacciato sul mondo. Nelle pagine che seguono raccontiamo, attraverso la voce di chi ce l'ha fatta, un'esperienza multimediale (www.intoscana.it) che è riuscita ad essere il riferimento decisivo di un territorio.



Marketing territoriale

“No Logo” per favore

L'idea che si debba partire da un marchio è paradossalmente una sottovalutazione della cultura visiva, del design e della comunicazione, non è la considerazione del valore e del potere dell'immagine. Il brand territoriale è un punto di arrivo non di partenza. Sarà utile, nell'era del web 2.0 la funzione strategica del geo-giornalista, intuizione di nuovo conio nata nel laboratorio della Fondazione Alario

Pino Grimaldi

Certo detto da chi si occupa di design della comunicazione, da quasi una quarantina di anni, sembrerà davvero un paradosso. Ma forse proprio per questo, non partire dal brand, marchio o che dir si voglia, è un'affermazione che lascia perplessi. Mi spiego: i simboli appartengono alla storia, i marchi alle imprese. Un marchio che dovrebbe promuovere un territorio non può seguire i percorsi di un'impresa. Un marchio è sempre di “qualcuno” e quando nasce prima che sia stata definita la “proprietà”, che in questo caso dovrebbe essere la comunità cilentana, nel suo insieme di forze economiche, sociali, culturali e politiche, rischia di creare divisione piuttosto che consenso, ma rischia anche di non essere utilizzato nel modo utile ed efficace.

È accaduto a molte esperienze di brand territoriale. Se vogliamo guardare alle storie di successo non possiamo che ricordare il marchio di New York, di quel geniaccio di Milton Glaser: I (cuore) NY.

I ♥ NY

Non si tratta di un semplice monogramma con il pittogramma del cuore, è la più grande invenzione di city branding della storia del design.

La vicenda rappresenta la più famosa “case history” di branding territoriale, ma parte dalla volontà di una committenza che sapeva esattamente cosa voleva ottenere.

Ora la questione è proprio questa. Una committenza non definita, non costituita come tale, in qualunque formula associativa, anche la più informale, deve comunque avere chiari almeno cinque semplici concetti:

1. Chi promuove il brand;
2. Quale strategia è sottesa;

all'utilizzo del brand.

3. Chi sono gli attori: ideatori, gestori e beneficiari;

4. Quali tempi e quali risorse saranno destinate al Piano di marketing;

5. Come vengono definite le regole di utilizzo di un brand territoriale.

Ad esempio: chi lo registra, a nome di chi? chi ne deterrà la proprietà? Se non si riflette su queste procedure si rischia di non raggiungere alcun risultato qualificato.

Il marchio territoriale è un elemento grafico, ma è anche uno “strumento” potente; è il *simbolo* (pittogramma, monogramma, diagramma, con un complesso sistema di design in ogni caso), dietro il quale deve agire la comunità tutta, collettivamente protesa ad ottimizzare i benefici di una forza di penetrazione che il brand esercita, se ben ideato, minuziosamente strutturato, accuratamente declinato nelle sue articolazioni. I molti casi di insuccesso hanno alla base la mancanza di questi elementi.

Dove l'iniziativa ha avuto enorme fortuna, oltre NY, è Amsterdam, con il logotipo “i'amsterdam” che è già un *claim*, uno *slogan*, o in italiano, una dichiarazione di senso, tradotta in una soluzione verboiconica essenziale, ma potente.

Ad Amsterdam sono riusciti a creare un enorme sistema di identificazione del messaggio urbano, dai gadget, al web, dalle segnaletiche stradali (sistemando enormi lettere con il logo nelle piazze), a tutto il sistema di accoglienza e di benvenuto, ma anche una ben articolata serie di “prodotti” e servizi, materiali e immateriali, per promuovere i quali il piano è stato declinato accuratamente ed è diventato il protagonista del “design system”.

Un'esperienza meno felice anche dal punto di vista del design - non sono

noti i risultati economici - è stato il brand di Pensacola, in Florida. In questo caso il modesto valore dell'aspetto visivo e l'eccessiva declinazione concettuale delle parole-chiave non ha giocato a favore, ma in particolare - ciò che a mio parere conta di più - è che il Committente (la locale Camera di Commercio) ha “firmato” l'iniziativa come propria, all'interno del brand.

È facile comprendere che mettere a viva forza un cappello su un brand territoriale è come dire “tutto il buono che ne verrà è merito nostro”; è una scelta che manca di lungimiranza e di una visione strategica.

È già accaduto anche al bellissimo brand “Italia”, dell'Enit (ideato da Franco De Vecchis nel 1987). Sono state impegnate molte risorse e istituite commissioni pletoriche di “grandi inesperti” di comunicazione per “rifare” (ne ho scritto altrove) un lavoro già esistente e perfettamente utile ad un progetto - mai avviato - di Marketing Italia.



Per non parlare del mai nato brand territoriale delle due nostre coste: amalfitana e sorrentina, che non troveranno un accordo se non con un “miracolo impossibile”, (l'ossimoro è il mio pensiero), goffamente passati per tentativi di accorpare segmenti diversi e target non omogenei, pensando che siano i marchi la soluzione.

A questo punto credo di poter chiarire perché sono contrario a partire dai marchi, ma preferisco - consiglio caldamente - di partire da un Piano, di vedere prima di ogni scelta di design “Chi” vuole avviare un piano di marketing terri-



toriale, “Chi” può diventare “incubatore-laboratorio” di un progetto di rilancio e valorizzazione.

Se fossi cilentano guarderei al nuovo corso della Fondazione Alario, alle numerose iniziative di alto profilo culturale e scientifico e allo spirito innovativo che stanno emergendo e di cui questa rivista è anche testimone, per immaginare un soggetto “no profit” che possa favorire - restando super partes - la nascita e l’implementazione di un Piano di marketing territoriale. La Fondazione possiede sufficiente credibilità, prestigio e non è vittima del campanilismo che è uno dei principali gap dello sviluppo dei territori. Del resto si coniuga perfettamente anche con il titolo dell’intervento dell’On Conte sul numero “0” di questa rivista, dell’aprile scorso: “Città territorio, oltre il campanile”, con la innovativa proposta di Città Parco.

Ma c’è dell’altro, la capacità di attrarre turisti, favorire la destagionalizzazione, valorizzare il patrimonio culturale anche immateriale, ma soprattutto rivolgere l’offerta a segmenti più attrattivi e “altospendenti”, per quanto attiene agli imprenditori e a tutti gli operatori del Cilento (comprendendo in questa bellissima parola il Vallo di Diano e gli Alburni) andrebbe accompagnata con infrastrutture tecnologiche di nuova generazione (ma con il rischio dei luna park virtuali), sia per quanto attiene agli aspetti tecnologici, sia per quello che concerne la formazione di figure professionali trasversali, le cui competenze sappiano dialogare e “navigare” nelle innumerevoli potenzialità e nella complessità del Web 2.0 che, oltre ad essere uno slogan fortunato, descrive però piuttosto bene il ribaltamento di ruoli prodotto dalla rete e l’enorme valore quanti-qualitativo detenuto dai social net-

work, dalle reti relazionali, e dai soggetti che gestiscono l’informazione e la comunicazione sia web che tradizionale.

Sempre su questa rivista, proprio il direttore Andrea Manzi, ha proposto una nuova figura del Geo-giornalista, una figura che nasce proprio alla luce delle nuove esigenze di comunicazione e informazione, laddove le funzioni tipiche del Web 2.0 sono l’interazione e la creazione di contenuti da parte degli utenti.

Senza voler ignorare l’immensa questione della qualità e della banalizzazione prodotta dalla rivoluzione digitale, resta tuttavia un tema urgente trovare nuove articolazioni per la formazione in questo nuovo mondo (ancora non per tutti soggetto ad una inesorabile rivoluzione digitale).

Il marketing territoriale necessita di figure professionali trasversali, che sappiano dialogare e lavorare in team; io amo definirlo il *blur*, l’indistinto; la formula per condividere conoscenze e competenze è la dimensione detta del *knowledge sharing*. Condividere conoscenza significa interazione e scambio di informazioni, esperienze, pratiche tra team con interessi e obiettivi comuni, finalizzato al miglioramento dei processi per raggiungere risultati. E cos’è il marketing territoriale se non un processo di *knowledge sharing* tra chi deve “attrarre” e chi viene attratto in un’area?

I geo-giornalisti - se posso permettermi di offrire uno spunto - li immaginerei capaci di amplificare, approfondire, raccontare i valori del patrimonio tangibile e immateriale che il territorio esprime, con la sua storia, l’arte, l’economia, le persone; la politica dovrebbe promuovere questi processi, non stare a guardare e intervenire a posteriori.

Un brand territoriale è come

una bandiera, rappresenta un sito, un insieme di città, paesi, un popolo e i valori culturali che esso esprime; serve a riconoscersi, ma serve anche a produrre la sintesi necessaria perché nella confusa e inesorabile semplificazione che i nuovi media richiedono, si possa affermare l’identità dei luoghi che il brand, se ben progettato, deve poter esprimere.

Naturalmente il mondo che va sempre più verso la connessione globale, come diceva Rifkin al principio del secolo: “nella new economy sono le idee, i concetti, le immagini - non le cose - i componenti fondanti del valore” (J.Rifkin *L’era dell’accesso. La rivoluzione della new economy*, Milano 2000). Sembrerebbe prevalere il primato dell’immagine, invece io credo che la battaglia tra *verbocentrismo* e *oculocentrismo*, che poi è cultura della visione, sia sempre in atto.

L’idea che si debba partire da un marchio è paradossalmente una sottovalutazione della cultura visiva, del design della comunicazione, non è la considerazione del valore e del potere dell’immagine. Non si spiegherebbero diversamente gli innumerevoli siti e portali web che nascono - anche nel Cilento - ritenendo di mettere un cappello su una sedia per diventare interlocutori di chissà quale progetto, di chissà quale business, senza capire che non è solo nella tecnologia che si trova lo sviluppo. È come costruire strade per un territorio nel quale nessuno sa dove vuole andare. Mi viene di pensare al Totò e Peppino di: “Per andare dove vogliamo andare, da dove dobbiamo andare? Sa è una semplice domanda”. Peccato che le risposte siano molto complesse. Non a caso il vigile milanese non ha risposto. Ma non avrebbe certamente risposto “ci vuole un marchio”.



Turismo sì ma culturale

Rendere compatibili gli obiettivi di conservazione e sviluppo con il sostegno delle nuove tecnologie. Su questi fronti il Cilento ha iniziato un buon lavoro e le iniziative della Fondazione Alario si svolgono all'interno di un fermento che lascia ben sperare

*Paola Villani**

Si chiama “Distretto culturale avanzato” e si declina in una infinita varietà di reti, fisiche e non, ma soprattutto suona all’orecchio di amministratori e operatori come un nuovo modo di intendere, leggere e governare i territori, individuandone vocazioni e coordinandone le diverse azioni di sviluppo. È la nuova metodologia di approccio che intende i territori come “sistemi” e soprattutto che chiede un cambio culturale forte, una capacità di attivare sinergie e collaborazioni tra i diversi settori dell’economia e del lavoro: produttori, addetti ai servizi, amministratori pubblici, imprese, professionisti e, non da ultimo, intellettuali e uomini di cultura.

Il punto di partenza è dunque la possibile convergenza di metodi di valorizzazione, promozione e soprattutto gestione e organizzazione che possano essere applicati anche al vastissimo ambito della cultura e dell’ambiente, e di un turismo che, qui e ora, oggi nel Mezzogiorno, non può declinarsi se non come turismo culturale. E questo in un ormai nuovo scenario del paesaggio culturale, il più vasto possibile, quello che nasce da un’accezione dilatata, come sancito dal nuovo Codice per i Beni Culturali che ormai includono e integrano beni materiali e immateriali, in una corretta gestione e valorizzazione, perché possano davvero considerarsi Cultural Heritage e possano davvero declinarsi in uno “sviluppo sostenibile”. Questo metodo e quest’approccio, crediamo, troverebbero una straordinaria occasione di progettazione e applicazione proprio nel Cilento, un ‘territorio’ che unisce beni culturali materiali e immateriali; un territorio che vanta archeologia, ambiente, storia, enogastronomia, spettacolo e tanto al-

tro, e che si presta a una molteplicità di turismi. Un territorio che da sempre ha saputo narrare storie, nella convinzione che i territori non siano solo spazi fisici ma luoghi ideali dell’immaginario, storie, narrazioni, che alimentano miti e immagini che corrono per il mondo. E il Cilento ha sempre raccontato, suscitato l’immaginazione di stranieri e viaggiatori che da secoli vi hanno sempre visto un insieme di posti magici, fascinosi, a volte horribilis. Scriveva per esempio Francois Lenormant nel secondo Ottocento: “Gli abitanti di Napoli e Salerno scorgono le montagne del Cilento giusto di fronte, dall’altro lato del golfo, a sole undici leghe di distanza, ma neanche ci pensano ad avventurarsi. Sembra davvero che oltre Paestum si levi una barriera insuperabile per tutti, al di là della quale s’estende un paese tanto ignoto quanto lo è il cuore dell’Africa”. Naturalmente uno dei primi e maggiori attrattori è stata Paestum, con un parco archeologico visto come il simbolo della nascita della civiltà. La forza e possanza di quelle architetture così poco raffinate era il segno tangibile di una Magna Grecia che talvolta ha influenzato la Grecia stessa, il luogo ideale di una civiltà che precede Pompei ed Ercolano e che ha suscitato la fantasia, specie inglese, di una vera alba dei popoli. Solo così si spiega il fascino irresistibile che attraeva viaggiatori, scrittori, poeti, pittori, verso quell’angolo di mondo al quale era così difficile accedere, tanto da rendere il viaggio a Paestum una vera sfida alla natura. Una natura paludosa che sembrava voler superare e dominare l’architettura: Natura contro Storia, in una secolare dicotomia che a Paestum sembrava trovare un punto di incontro e di tregua. Il viaggio a Paestum

era una sfida al pericolo, alle insidie della natura forse più che la ascesa al “formidabil monte, sterminator Vesevo”. E il Cilento si prestava come scenografia di quel gusto gotico che tanta fortuna ebbe in Inghilterra, Francia e poi negli Stati Uniti. Naturalmente Paestum si legava a tutto il Cilento. Già nell’antichità le località costiere, interessate dalla presenza di coloni greci, erano accomunate ai miti più noti: la spedizione degli Argonauti, le avventure di Ulisse, le imprese di Ercole, il viaggio di Enea. E i luoghi conservano con i loro toponimi le narrazioni dell’antica mitologia: punta Licosa, capo Palinuro, Herculia scomparsa, il santuario di Hera Argiva. Dal mito al pensiero.

Perché è lo stesso Cilento ad ospitare le grandi scuole del pensiero greco, con Parmenide e Zenone. Un territorio così ricco deve oggi sapersi narrare e dovrebbe puntare, più di tutti, su di un sostenibile sviluppo attraverso il potenziamento del turismo culturale. Un turismo culturale che sia a dimensione “diffusa”, come occasione di sviluppo di tante realtà periferiche che magari hanno interessanti “patrimoni” poco valorizzati. E una dimensione diffusa anche come garanzia di “destagionalizzazione” delle diverse mete e come strumento di gestione delle strutture ricettive del territorio e naturalmente come occasione di crescita ed occupazione.

Il recente intervento del Commissario europeo Johannes Hahn - in visita a Pompei - in tema di beni archeologici e beni culturali in genere e di turismo, occupazione e rilancio del mezzogiorno, è stato accolto con gran favore.

Sono passaggi chiari, evidenti, condivisibili - e forse ripetuti - da tutti.

Eppure, ancora non tradotti



mai, davvero mai, in precise politiche e progetti. Insomma, in teoria siamo tutti d'accordo sulla centralità del patrimonio culturale per lo sviluppo, richiamiamo tutti l'art. 9 della Costituzione. E siamo tutti d'accordo anche sul fatto che un serio progetto di conservazione e fruizione del patrimonio culturale del paese vede come bene capitale il centro-sud, e in particolare regioni che in nessun altro campo potrebbero avere il ruolo di protagoniste che hanno in questo: Sicilia, Puglia e naturalmente Campania. Se in teoria sembra tutto chiaro, nella pratica continuiamo a osservare singolari fenomeni di difficile interpretazione.

Serve un patto generazionale

Continuiamo a credere che la formula turismo culturale sia un ossimoro, che economia e civiltà siano concetti oppositivi; che gestione economica, organizzazione, marketing e nuove tecnologie siano contrari a crescita civile e culturale.

Continuiamo a esser intimamente convinti che conservazione sia alternativo a valorizzazione turistica. Continuiamo a ritenere il turismo, anche quello culturale, come sinonimo di attività residuale, quasi spontanea, subita ma non rilevante, in una ipotetica gerarchia delle discipline e dei settori economici che relega all'ultimo posto il turismo. E continuiamo a credere che in questo settore in fondo servono poche competenze, che le imprese possono avvalersi anche di profili professionali non di eccellenza.

Eppure le istituzioni e gli atenei, docenti e ricercatori sono impegnati da anni nello studio e nella formazione in

questo settore; alcuni lavorano a nuovi modelli di valutazione e gestione, per un cambio culturale che punti alla nuova - ormai condivisa - ampia accezione di valore: valore che è economico ma non solo; è culturale, sociale, civile. Forse occorre ancora imporre alcune parole-temi e principi e valori: per esempio quello di sostenibilità, responsabilità, patto generazionale. Forse è nel concetto di sostenibilità che va cercata una chiave risolutiva.

È nel "turismo sostenibile" che riescono a trovare un luogo ideale di convergenza i conservatori dei beni culturali, gli economisti; le ragioni della cultura e quelle della gestione. Inizialmente limitato alle questioni ambientali e alla salvaguardia dell'equilibrio ecosferico, oggi il tema della sostenibilità si è diffuso ed ampliato, declinandosi in una molteplicità di direzioni, che coinvolgono diversi ambiti di applicazione e di studio, dall'economia alla sociologia, al turismo appunto. È ormai opinione condivisa che il termine "sostenibilità" si proponga anche alle imprese nella forma della "responsabilità sociale", in riferimento ad una sostenibilità di ordine economico e ad un ormai necessario rapporto, ancora tutto da scrivere, tra impresa e territorio di riferimento.

Manca un unico marchio

Anche nell'ambito dei beni culturali, "sostenibilità" si declina come conservazione e tutela, ma anche valorizzazione, che può trovare nelle nuove tecnologie - e non ultimo nel virtuale - un'arma decisiva e risolutiva, una strada per

promuovere sviluppo da un lato e tutela dall'altro. Su questi fronti il Cilento ha già iniziato a lavorare, e le iniziative della prestigiosa Fondazione Alario si inseriscono senza dubbio all'interno di un fermento e una capacità progettuali che lasciano davvero ben sperare. Dobbiamo solo augurarci che si potenzi la capacità di fare rete e diffondere capillarmente, anche nei piccoli operatori e nella cittadinanza in genere, una vera cultura dell'ospitalità e del lavoro di squadra, un senso di appartenenza a quello che deve diventare, in Italia e nel mondo, un unico grande marchio: il Cilento.

●
* Presidente Corso di Laurea in Progettazione e gestione del Turismo culturale presso l'Università Suor Orsola Benincasa di Napoli

Il futuro è il geo-giornalismo ma a nord di Roma fanno così

È possibile dar voce a un'Area e fare marketing territoriale, lavorando sulle notizie e comunicando a 360 gradi: ecco il portale di servizio intoscana.it che promuove e fa televisione con le risorse del web

Barbara Ruggiero

Le nuove sfide dell'informazione e della comunicazione passano per la creazione di percorsi e processi innovativi. E il laboratorio di geogiornalismo - idea lanciata nello scorso numero della rivista Il Paradosso - rappresenta una sfida per il territorio del Cilento, del Vallo di Diano e degli Alburni, esportabile anche in altri contesti.

Il geocronista esce dagli steccati classici dell'informazione tradizionale per sviluppare sistemi e processi radicalmente innovativi: non si tratta più solo di raccontare; ma di comprendere un territorio, di decifrarne le caratteristiche, di "analizzarlo", di diventarne "specialisti".

Un progetto ambizioso - la cui idea sarà lanciata il 12 ottobre nel corso del congresso sull'informazione turistica - che non ha precedenti.

Esistono invece anche dei progetti volti a creare un sistema integrato di comunicazione e di informazione che serva a favorire e promuovere lo sviluppo di un territorio. In un panorama comunicativo in cui si è abituati a salvaguardare solo il proprio orticello, l'idea di un sistema integrato di comunicazione e di informazione è una risposta chiara anche in termini di marketing territoriale, di promozione dei propri prodotti e servizi e, più in generale, di unitarietà e di unità di intenti; il progetto, automaticamente, contribuisce a rinforzare l'identità di un territorio che deve emergere con le sue peculiarità, le sue tipicità e le sue caratteristiche. In poche parole, la costituzione di un'agenzia per la comunicazione e l'informazione viaggia di pari passo con il progetto della promozione e sviluppo territoriale.

Ma quante realtà esistono in Italia che fanno informazione cercando

di promuovere al tempo stesso anche il territorio?

Struttura complessa con figure border-line

Il primo caso è quello di intoscana.it. Si tratta di un portale di informazione nato nel 2006 per volontà della Fondazione Sistema Toscana, creata dalla Regione Toscana e dal Monte dei Paschi di Siena, proprio con l'obiettivo di promuovere e valorizzare il turismo della regione.

Un sistema di comunicazione - quello ideato dalla Fondazione Sistema Toscana - che ad oggi occupa in termini lavorativi circa 40 persone, come illustra il direttore di intoscana.it, Davide De Crescenzo: "In questo periodo abbiamo una struttura complessiva di quaranta dipendenti, tutti impiegati su progetti digitali. Ovviamente non si tratta solo di giornalisti: con noi lavorano molte figure che lavorano solo ed esclusivamente con il web, così come abbiamo delle persone che si occupano solo del marketing".

Quello di intoscana.it è il primo tentativo di dar voce a un territorio, di fare marketing territoriale facendo leva sull'informazione e sulla comunicazione a trecentosessanta gradi: si tratta di un portale di servizio che fa informazione, marketing territoriale, televisione solo ed esclusivamente con le risorse del web.

"Il nostro obiettivo è quello di raccontare la regione con la "r" minuscola - spiega il direttore della testata intoscana.it, Davide De Crescenzo - parliamo della Toscana e di tutte le sue eccellenze".

Il portale è on line da oramai sette anni, dal 2006 ed è una realtà con-

solidata nel panorama del web per quello che riguarda la promozione territoriale della regione. Al 2005 risale la nascita della Fondazione Sistema Toscana, che - spiega De Crescenzo - "è stata istituita dalla Regione Toscana assieme alla Banca Monte dei Paschi di Siena appositamente con l'obiettivo di promuovere il sistema territoriale toscano con strumenti di comunicazione multimediale integrata".

"L'idea - racconta il direttore - era quella di creare un vero e proprio portale di accesso alla Toscana per raccontare questa regione e allo stesso tempo valorizzarla. La Fondazione nacque con l'intento di aiutare questo progetto. Poi, ovviamente, nel corso degli anni l'esperienza è maturata".

Intoscana.it - che a sette anni dalla sua nascita si avvicina a un "profondo restyling" - è un vero e proprio portale unico di riferimento e di accesso a tutte le notizie e le informazioni utili che riguardano la Toscana; si tratta, in poche parole, "di un portale di sistema, con contenuti multimediali, giornalisti e varie figure multimediali che lavorano a questo progetto". Nel corso degli anni il sito è diventato "un punto di riferimento in regione per quello che riguarda la promozione giornalistica e multimediale".

Nel 2008/2009 - racconta De Crescenzo - il progetto ha avuto una forte virata verso la promozione turistica e multimediale con l'affiancamento del portale del turismo turismo.intoscana.it.

Si tratta di uno dei siti di turismo principali a livello europeo ed è anche una delle nostre anime più attive e vitali con un dimensione legata alla produzione di contenuti che riguardano il turismo e la cultura di qualità. Oltre al canale appositamente dedicato al tu-

rismo, dal 2008 abbiamo implementato la nostra presenza on line con i social media". Si tratta di un progetto oramai consolidato che "intende valorizzare un intero territorio": "abbiamo una serie di altri siti correlati a intoscana.it - spiega De Crescenzo - che sono dedicati alle associazioni dei toscani nel mondo, all'eno-gastronomia, giusto per fare degli esempi. Attraverso una rete di nostri collaboratori gestiamo un vero e proprio arcipelago web che ha l'obiettivo di promuovere un territorio".

I progetti di informazione e comunicazione della Fondazione toscana muovono risorse importanti, anche in tempi di spending review. "Una delle ultime campagne di promozione turistica 'Voglio vivere così' ha comportato un investimento di circa dieci milioni di euro in cinque anni. E sono cifre importanti per il web. Certo, siamo una Fondazione a partecipazione regionale, ma svolgiamo anche una serie di progetti digitali che ci portano ad avere risorse autonome. Tra le manifestazioni che promuoviamo c'è, per esempio, il Festival di Internet a Pisa, quello della Creatività...".

Da qualche tempo, poi, la Fondazione si è ulteriormente rafforzata con l'acquisizione della ex Mediateca, agenzia regionale, arrivando, dunque, a diventare un vero e proprio polo multimediale.

«Inglobando la Mediateca, e una delle sue principali attività quale quella della Toscana Film Commission, oramai la Fondazione si occupa dei vari aspetti della multimedialità. E intoscana.it è un ramo digitale giornalistico ed editoriale del sistema».

Giornalismo e marketing territoriale come fanno ad andare di pari passo? "Noi siamo giornalisti per raccontare questa realtà" - spiega De Crescenzo, che da sette anni lavora al progetto. "Il nostro approccio è quello di approfondimento di contenuti. Noi vogliamo raccontare una regione, nel pieno rispetto di tutte le norme deontologiche della professione giornalistica. Per noi la cattiva notizia non funziona; il nostro intento è valorizzare le buone notizie. Non a caso escludiamo per nostra scelta la cronaca nera e la cronaca giudiziaria. La nostra è una informazione di servizio con taglio di reportage, da settimanale di approfondimento. Noi giornalisti facciamo questo. Poi, per le attività di advertising, allertiamo i colleghi dell'area marketing.

Sintetizzando, l'attività giornali-

stica editoriale ha l'obiettivo di produrre effetti di marketing territoriale. Costruiamo l'immagine della regione di un certo tipo, nel pieno rispetto dei codici di deontologia".

*25mila contatti
al giorno, 150mila
amici su Facebook*

Intoscana.it dà soddisfazioni agli ideatori anche in termini di visitatori: "Abbiamo 25mila contatti unici al giorno, anche se la pagina fan su Facebook conta oltre 150mila sostenitori. Diciamo che siamo riusciti a muovere numeri importanti.

Poi, a breve, con la messa on line del nuovo sito, vedremo di dedicare spazio anche al discorso pubblicitario".

Il progetto della Fondazione Sistema Toscana risulta essere il primo

che coniuga informazione e marketing territoriale. Ma l'idea non è stata seguita a ruota da altri progetti? Lo abbiamo chiesto a De Crescenzo che monitora periodicamente la situazione: "Restiamo i primi e unici al momento, nel senso che non esistono, sul piano nazionale, europeo e internazionale, portali come intoscana.it, che in sé ha diversi aspetti. Siamo una testata giornalistica con portale, abbiamo un taglio da magazine con forti livelli di aggiornamento che offre servizi e vuole raggiungere risultati in termini di marketing territoriale. E non esistono ancora altri progetti che abbiano una forte integrazione anche con la dimensione 'social': noi siamo un portale ibrido, con figure professionali ibride. E non siamo il classico sito delle pubbliche amministrazioni che 'muore' subito perché poco aggiornato".



12 ottobre, 09:30
Fondazione Alario,
Auditorium "Parmenide"
Viale Parmenide, loc. Marina,
84046 Ascea (Sa)



FONDAZIONE
ALARIO
PER ELEA-VELIA
ONLUS



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
SUOR ORSOLA
BENINCASA

Congresso Nazionale

L'IN- FORMA- ZIONE TURIS- TICA

Comitato scientifico:

Roberto Conte, Pino Grimaldi
Andrea Manzi, Paola Villani

Segreteria organizzativa:

Giuliana Raimondo
Tel. 0974 971197 • 393 9691485

Dopo decenni il Sud
s'interroga
sulla notiziabilità
dello sviluppo
territoriale e lancia
la sfida
del geo-giornalismo

Si ringrazia per la collaborazione
Associazione Giornalisti Campania
Valle del Sarno



Occorrono manager per le nostre Città

**All'Università Suor Orsola Benincasa di Napoli
nuovo corso di laurea per il turismo sostenibile
Lucio d'Alessandro: "Il lavoro sulle opportunità
alla base della difficile sfida che attende la Campania"**

Roberto Conte

Progettazione e gestione del Turismo culturale.

È questo il nome ambizioso del primo corso di laurea italiano specificamente dedicato alla valorizzazione del turismo culturale. Nasce da quest'anno a Napoli, all'Università Suor Orsola Benincasa (con immatricolazioni aperte fino al 5 novembre) proprio come risposta alla necessità di rilanciare lo sviluppo economico del Mezzogiorno anche e soprattutto attraverso la valorizzazione del turismo internazionale. "Si tratta di un nuovo percorso di studi calibrato sulle esigenze e sulle potenzialità del territorio e adeguato alle richieste del mondo del lavoro, aperto a collaborazioni con associazioni ed organizzazioni internazionali che operano nel settore dei Beni Culturali e del Turismo sostenibile, nella convinzione che il turismo può essere davvero risorsa solo se si declina come turismo sostenibile, turismo culturale e ambientale". Presenta così il nuovo corso Lucio d'Alessandro, Rettore dell'Università Suor Orsola Benincasa, sottolineando che "si punterà proprio alla sostenibilità come nuova cultura del turismo, formando nuovi professionisti in grado di progettare e gestire queste nuove frontiere del settore: una sfida urgente e non più rimandabile che attende la Campania e l'intero Mezzogiorno".

*Ampi spazi
agli stage
in azienda*

Molte le novità del Corso di Laurea: discipline con lezioni in lingua inglese, ma aperte anche a principianti, (Travel Literature, Management for Tourism e Inter-

net and New Media), nuovi docenti ed esperti provenienti dal mondo delle professioni e delle imprese e insegnamenti calibrati sulle esigenze del mercato: Politiche per il turismo, Statistica dei fenomeni turistici, Scritture per il turismo, Storytelling digitale e Marketing per i Beni Culturali. Ampio spazio agli stage in azienda e alla possibilità di project work da realizzare con associazioni di categoria o enti internazionali.

Una capillare azione di orientamento ai saperi e alle competenze che sarà garantita da due tutor senior dedicati agli studenti, per una classe di iscritti che non potrà superare i cento studenti. Molto interessante l'ampia varietà di sbocchi occupazionali previsti per questa nuova figura di esperto in progettazione e gestione del turismo culturale, che potrà svolgere funzioni polivalenti all'interno di aziende pubbliche o private: analisi e lettura dei territori nel loro patrimonio culturale, analisi del mercato del turismo, ideazione e gestione di progetti di valorizzazione del territorio, applicazione di nuove tecnologie di comunicazione e web marketing per piani di valorizzazione integrata. "È un progetto ambizioso in cui crediamo molto e sul quale abbiamo investito moltissimo - evidenzia il Rettore d'Alessandro - perché il rilancio del Mezzogiorno e della Campania in particolare non può non coinvolgere la nostra prima risorsa, il turismo, e in particolare il turismo culturale". Ed in effetti ad oggi bisogna fare i conti con dati talvolta sconcertanti. Uno su tutti: Pompei ha meno visitatori di Gardaland. "Dati inaccettabili - evidenzia d'Alessandro - che impongono una serissima analisi da condurre con il rigore degli strumenti scientifici di ricerca, un'analisi finalizzata

a ripensare seriamente alla promozione e valorizzazione di un comparto che ha infinite potenzialità, non soltanto nel classico patrimonio museale, ma soprattutto in un patrimonio 'diffuso' che include i centri storici e gli altri siti Unesco, le aree archeologiche all'aperto, palazzi e chiese storiche, e naturalmente il patrimonio paesaggistico e il patrimonio demoetno-antropologico: feste religiose, tradizioni popolari, dieta mediterranea, percorsi eno-gastronomici". Insomma un progetto ad ampio raggio che deve coinvolgere un'ampia rete di soggetti: istituzioni, enti pubblici e privati e naturalmente l'università, con un sistema formativo efficace che sia in grado di far crescere in saperi e competenze i futuri addetti al comparto. Ed è questo l'obiettivo ambizioso ma concreto che si pone il neonato corso di laurea che l'Università Suor Orsola Benincasa ha voluto dedicare alla progettazione e alla gestione del turismo culturale.



I territori del futuro imprenditori di se stessi

Aurelio Tommasetti, nuovo rettore dell'ateneo salernitano auspica per la Città del Parco un giusto mix tra le logiche top-down e bottom-up: una programmazione top-down può essere razionale, ma superficiale, non valorizzando a fondo le esperienze "dal basso". Una bottom-up può essere concreta e coesa, ma magari non in grado di guardare in avanti. L'importanza dei partneri territoriali

Erminia Pellecchia

A soli 47 anni si inserisce nella scia dei rettori più giovani d'Italia, come Flavio Corradino dell'Università di Camerino ed Alberto Bomparad dell'Imt di Lucca, addirittura con un predecessore illustre come Maria Chiara Carrozza, che dal governo della Scuola superiore Sant'Anna è assunta al ruolo di ministro dell'Istruzione. Il napoletano Aurelio Tommasetti, professore ordinario di Economia aziendale, membro del consiglio di amministrazione dell'ateneo di Salerno dal maggio del 2009, presidente del Consorzio osservatorio dell'Appennino Meridionale e del Nucleo di valutazione Adisu Salerno, rappresenta, quindi, in un Paese gerontocratico come il nostro, sicuramente una piccola, grande rivoluzione, l'uomo giusto, per età e per curriculum, per velocità di pensiero, tenacia e determinazione, in grado di affrontare le sfide di un mondo globalizzato che pretende una sempre maggiore competitività, professionalità e strategie dinamiche e che vede l'Italia, in particolare il suo Mezzogiorno, in forte ritardo sia per proposte che per difficoltà di fondi.

Di ostacoli nel suo cammino e in quello dell'ateneo che lo vedrà alla guida, da novembre, quando scadrà ufficialmente il mandato del suo predecessore Raimondo Pasquino, fino al 2019, ce ne sono tanti. Ma da bravo economista si pone al comando dell'azienda Campus, disegnando un "piano" teso a valorizzare le risorse dell'ateneo, scientifiche, materiali, immateriali, finanziarie, economiche e soprattutto umane, perché, dice, "le persone sono il perno di una nuova fase di sviluppo dell'Università, un unicum sia nella capacità di distinguersi, sia nella forza di coesione, nella prospettiva di esaltare ulteriormente le caratteristi-

che del territorio, paesaggistiche, storiche, archeologiche, artistiche, imprenditoriali e culturali.

Parola d'ordine: un nuovo Umanesimo che possa integrare i vari campi (sociale, culturale ed economico), combinandoli con le potenzialità e le vocazioni del patrimonio italiano, con quelle eccellenze che vedono il Meridione come vetrina ideale.

Professore, le dinamiche della globalizzazione esaltano, portandone in primo piano le peculiarità e l'unicità, i territori locali. Gli studiosi parlano, infatti, di glocal. Il Cilento, con le sue produzioni e vocazioni, può aspirare ad un significativo posizionamento sullo scenario economico internazionale? E a quali condizioni?

Il territorio dell'intera provincia di Salerno può e deve essere considerato un giacimento inestimabile di ricchezze, naturali, paesaggistiche, storiche, artistiche e culturali in generale. Negli ultimi anni il Cilento ha, in effetti, avuto un'eco mediatica nazionale e internazionale davvero notevole, a giusta ricompensa dei suoi indubbi tesori (coste, mare, vegetazione, coltivazioni agricole e trasformazioni agroalimentari, arte, ecc.). Tutte queste risorse, tra cui turismo e agroalimentare sembrano quelle più importanti, costituiscono un vero e proprio patrimonio, che necessita di un'adeguata valorizzazione. È quindi fondamentale programmare, realizzare e valutare, in un ciclo continuo, grazie a professionalità competenti ed esperte, sia nella pubblica amministrazione che nel settore privato. Diversamente, si corre il rischio, già troppo spesso realtà, di non curare al meglio, da un punto di vista pri-

ma di tutto socio-culturale e in secondo luogo anche economico, il giacimento di tesori del Cilento.

Uno dei limiti del territorio cilentano è rappresentato dall'assenza di logica di rete nella pianificazione dello sviluppo: troppi solisti (mi riferisco ai soggetti istituzionali del territorio), spesso troppi progetti di intervento "fotocopia" con l'effetto di una gestione non ottimale delle risorse in chiave di investimenti. Crede che esista davvero un limite di crescita e sostenibilità in una pratica dello sviluppo "dal basso"?

Qualcuno una volta ha detto: "Non serve che il gatto sia bianco o nero, basta che prenda i topi". Le logiche top-down e quelle bottom-up, intendo, portano con sé pregi e difetti: una programmazione top-down può essere razionale, ma superficiale, non valorizzando (a volte non conoscendo) a fondo le esperienze "dal basso"; mentre una programmazione bottom-up può essere concreta e coesa, ma magari anche miope, non riuscendo a guardare troppo in avanti. Probabilmente, servirebbe, come spesso accade, un giusto mix, in cui il concetto di rete può trovare effettivamente spazio. In ogni caso, a fare la differenza sono sempre la competenza, la progettualità e la responsabilità, unite alla passione per le cose da fare. In tal senso, sono convinto che i magnifici territori e le grandi personalità del Cilento meritino una valorizzazione che per certi versi sembra ancora incompiuta: insomma, c'è tanto da fare e bisogna soltanto rimboccarsi le maniche.

Uno snodo decisivo per il rilancio dello sviluppo è rappresentato dalle

competenze. Ritiene che si debba investire di più e meglio nella formazione dei quadri specialistici da impegnare nei processi di sviluppo del territorio?

Certamente, ho già citato più volte la parola “competenza” e sicuramente non per mero atto formale, ma perché è un prerequisito indispensabile. Attenzione, ho detto “prerequisito”: a valle, infatti, serve una spiccata progettualità, che sia sostenibile in termini economici, sociali e naturali. Si badi, per chi come me si occupa di economia aziendale, tutto ciò si sintetizza, felicemente e non banalmente, nel concetto d’imprenditorialità. Mi aspetto, infatti, che il Cilento, la Campania, il Sud e l’intera Italia trovino definitivamente la strada per essere “imprenditori di se stessi”, riuscendo finalmente a valorizzare quelle ricchezze che all’estero ci invidiano platealmente.

In questo contesto quale ruolo può assumere l’intervento dell’Università di Salerno, da tempo uno degli atenei di riferimento del Mezzogiorno?

L’ateneo di Salerno è ormai una vera e propria città nella Valle dell’Irno e costituisce un universo che può essere visto da diverse prospettive. È prima di tutto, ovviamente, un centro di produzione e diffusione di sapere, scienza e cultura.

Questa missione, però, deve essere necessariamente collegata al territorio, perché l’Università si alimenta del territorio (in termini di studenti che s’iscrivono, imprese che collaborano, enti pubblici che interagiscono, ecc.) e al territorio restituisce risorse umane e scientifiche dall’elevato valore aggiunto (laureati da inserire nel mondo del lavoro, trasferimento tecnologico verso le imprese, scoperte per il miglioramento della società e l’arricchimento della cultura, ecc.). Nella nostra visione di Università, pertanto, il territorio riveste un ruolo strategico, anche in ragione della collocazione fisica dei nostri Campus (Fisciano e Baronissi), che indubbiamente costituiscono il vero fiore all’occhiello del nostro ateneo. In questa missione trovano quotidiano spazio tutte le “normali” attività accademiche (ricerca, didattica, orientamento, placement, ecc.), con la convinzione che dobbiamo restare con i piedi saldamente piantati nel nostro territorio, ma anche con la consapevolezza che il nostro orizzonte deve essere il “mondo”, perché soltanto in questo modo si può

realizzare compiutamente, serenamente e felicemente quella dimensione “glocal” alla quale si accennava in precedenza.

È immaginabile che a questo impegno mirato alla formazione possano concorrere i privati e/o organismi come le fondazioni, a partire dall’Alario per Elea-Velia (penso, tra l’altro, al progetto “Città del Parco”) operante nella realtà territoriale del Cilento?

La collaborazione con il territorio deve essere realizzata con il contributo di tutti gli operatori, pubblici e privati, che abbiano idee, progetti e voglia di fare. Le “regole d’ingaggio” delle singole collaborazioni si definiscono

caso per caso, nel rispetto ovviamente delle norme e nella visione strategica del singolo progetto, purché il tutto s’inserisca in una prospettiva di sistema, con al centro la crescita culturale della società. In tal senso, l’Università di Salerno ha già sviluppato interessanti progetti con la Fondazione Alario e mi auguro che ci saranno anche in futuro altre importanti opportunità di collaborazione.



A fumetti le gesta d'Achille pie' veloce

**Esce con questo numero de *Il Paradosso* un fascicolo
prodotto dall'Associazione Diogene Multimedia
che racconta per immagini la celebre antinomia di Zenone
e l'antica sfida della filosofia per la lettura della realtà
L'iniziativa anticipa un concorso riservato agli studenti**

Mario Trombino

A ciascun luogo i suoi pensieri: l'ufficio non è la casa, i luoghi di vacanza non sono luoghi di lavoro, e i pensieri che abbiamo in ciascuno di questi posti risentono con certezza dell'ambiente e della situazione. Tuttavia è lecito pensare che questo dipenda soprattutto dalle condizioni spirituali in cui ci si trova, più che dai luoghi in sé. È però lecito chiedersi: c'è un più profondo legame tra i luoghi e i pensieri?

La domanda non è oziosa. In filosofia ci sono luoghi privilegiati, veri e propri "luoghi della filosofia" che per tempi lunghissimi, spesso nell'ordine dei secoli, hanno ispirato determinate forme di pensiero: quelle forme, e non altre.

Aria di apertura e luoghi di confine

Certo, le situazioni contano, non solo la fisicità dei luoghi. Ma uno spazio fisico non è mai solo "spazio", è anche un insieme di condizioni storicamente determinate. Ad esempio nella modernità due città come Londra e Amsterdam devono il loro essere "luoghi della filosofia" certamente alle condizioni storiche in cui i filosofi hanno potuto operare. Tuttavia il fatto che si tratti di due grandi porti collegati, sin dal Cinquecento, con aree lontanissime del pianeta con stabili relazioni di tipo commerciale non è solo una condizione storica. Si tratta, geograficamente, di luoghi di confine, di porti aperti sul mare, strutturalmente collegati con mondi cui il mare fa da tramite. Chi vive in una città con queste caratteristiche respira un'aria di apertura, di confronto tra culture, che induce a pensieri coerenti. Vive geograficamente ai confini

di qualcosa, sa che oltre quel bordo definito dalla cornice del porto un mondo finisce, un altro comincia.

I filosofi che sono vissuti in città "continentali" come Parigi, che per molti secoli nella modernità è stata con Londra e Amsterdam uno dei fondamentali "luoghi della filosofia", hanno in effetti elaborato pensieri coerenti con la diversa situazione. Parigi non è in sé un confine.

Senza enfatizzare più di tanto questa constatazione - visto che il libero pensiero può comunque prodursi in qualsiasi condizione storica e geografica - chi si mette in viaggio per visitare le città in cui i filosofi hanno operato fa sempre qualcosa che ha un senso: va in cerca di quello che dai luoghi si è trasmesso al pensiero. E certo questo è particolarmente importante per la filosofia greca e per i suoi luoghi privilegiati.

Gli storici della filosofia non possono non essere stati colpiti dal fatto che tutti i luoghi in cui la filosofia si è plasmata come disciplina cosciente del suo ruolo della società sono stati, per i primi due secoli, piccole o medie poleis costiere ai bordi del mondo greco, interamente in aree di recente immigrazione, del tutto al di fuori della Grecia continentale e delle sue grandi aggregazioni di potere (compresa Sparta, e perfino Atene fino alla metà del V secolo a.C.).

La filosofia è nata in luoghi di confine, in luoghi in cui la cultura greca doveva immediatamente, tutti i giorni, misurarsi con la diversità e l'ignoto: mari aperti, relazioni lontane da gestire solo attraverso la navigazione, un mondo di commerci e di spirito di ricerca (innanzitutto geografica) necessari alla vita.

Quando Parmenide compose il

suo Poema, Elea era una città di recentissima fondazione. Promontorio aperto sul mare, che si doveva dominare dall'alto, era circondata da terre e mari non greci.

Avamposto su spazi aperti, spazi marini, sul cui dominio i suoi abitanti dovevano essere espertissimi.

Uomini di pensiero ai bordi del mondo

Prima di allora, lo spirito nuovo di ricerca e di pensiero che, decenni dopo, avrebbe stabilmente assunto il nome di filosofia si era acceso in altre poleis che avevano esattamente le stesse caratteristiche: Mileto, Efeso, Samo, tutte sulla costa asiatica dell'Egeo, poi alcuni recenti insediamenti sulla costa ionica della penisola italiana. Tutti posti ai bordi del mondo greco, in spazi dove qualcosa finiva e qualcosa cominciava, e nulla era omogeneo e stabile.

Una vera sfida

Di questo occorre tenere conto se si vogliono comprendere le nostre radici. Laddove nostre non vuol certo dire italiane: vuol dire piuttosto occidentali, in Italia come in qualsiasi luogo d'Europa, d'America, d'Australia. Radici lontane nel tempo, certo, ma radici salde, vive, la cui memoria non ha mai potuto perdersi per una ragione ben precisa: i problemi che Parmenide e Zenone definirono con precisione ad Elea, ai bordi di quel promontorio, non sono stati ancora risolti.

Impossibile dimenticare radici che ancora hanno un simile significato per noi.

Abbinato al numero di settem-

bre delle riviste Il Paradosso e Diogene Magazine compare un fascicolo (*) che non è altro che la riproposizione, in uno dei linguaggi della contemporaneità – quello del fumetto – dei problemi definiti a Elea duemilacinquecento anni fa.

Sono problemi filosofici? Sì, se per filosofia si intende quello che si intendeva allora: lo sguardo dell'uomo sui problemi del mondo. Nel linguaggio dei nostri giorni, sono problemi filosofici quanto scientifici, e il mondo delle arti non è loro estraneo. Riguardano la realtà, e i tagli prospettici da cui la si guarda non cambiano le cose: e la "cosa" è che quei problemi non sappiamo risolverli (ancora).

Uno degli allievi diretti di Parmenide, Zenone anch'egli di Elea, ha scritto un libro di cui non ci rimane quasi nulla, se non frammenti e idee riferite da altri. Doveva essere un libro molto strano, a dir poco, perché tutto composto da paradossi, cioè da ragionamenti coerentissimi che portavano però il lettore (o ascoltatore, perché allora i libri si leggevano in pubblico a voce alta) a conseguenze difficilmente accettabili.

Alcuni di questi paradossi erano presentati in forma narrativa. Uno dei più celebri, quello riprodotto nel fascicolo allegato, racconta di una gara tra Achille e la tartaruga: Achille è, per eccellenza, "pie' veloce", la tartaruga è il simbolo della lentezza. Ovviamente non c'è gara, neppure se alla tartaruga diamo un certo margine di vantaggio. Eppure l'ineccepibile ragionamento di Zenone porta a concludere che Achille non solo non supererà, ma neppure potrà mai raggiungere la tartaruga.

Assurdo? No, paradossale! E questo significa che la conclusione non è affatto assurda, anzi è perfettamente dotata di senso. Ma pone un problema: la teoria (su base razionale) dice che Achille non raggiungerà mai la tartaruga; un'eventuale corsa reale (su base sperimentale) dice che Achille supererà con molta facilità la tartaruga e vincerà la gara. Chi ha ragione? Ragione versus esperienza...

Il fatto che la vicenda sia riproposta in forma di fumetto non modifica di una virgola il paradosso: la fedeltà filologica e filosofica all'originale è completa. Ma il fascicolo offre il vantaggio di parlare meglio alla sensibilità dei nostri giorni.

Philosophy for children

Così coloro che oggi verranno in pellegrinaggio a Elea per riflettere, e legare i loro pensieri ai luoghi, avranno a disposizione anche una forma espressiva adatta ai nostri tempi. Tra loro ci saranno anche studenti, perché la Fondazione Alario e l'Associazione Diogene Multimedia, che ha prodotto il fascicolo, hanno proposto un concorso loro riservato. Il tema è quello, molto generale, del paradosso come forma del pensiero e strumento di lettura della realtà.

Gli studenti potranno usare qualsiasi tecnologia della scrittura e qualsiasi forma espressiva diversa dalla scrit-

all'arte. Qui ha senso venire, e misurarsi con ciò che non si comprende, come i paradossi segnalano.

Era una sfida, duemilacinquecento anni fa. Ebbene, la sfida continua.

Una sezione del concorso è riservata alle classi che seguono percorsi di philosophy for children, in collaborazione con l'Associazione Amica Sofia. Non c'è certo da meravigliarsi di questo: non sono forse i bambini i maestri dei "perché", a cui spesso è difficile o impossibile rispondere? Il loro sguardo sul mondo e sulla mente è privo delle abitudini consolidate con gli anni, e il paradosso per loro è spesso un gioco divertente, un'avventura della mente.



tura, compreso quel particolare intreccio di linguaggi che è la multimedialità. Non cambia infatti nulla nei paradossi per il fatto di essere espressi in linguaggi non omogenei e diversi.

Quel che cambia, nel pensare per paradossi, è l'abitudine ad accettare passivamente i fatti e i dati d'esperienza.

Il paradosso, come i Greci hanno più volte sottolineato, tiene sveglia la nostra mente, ci impedisce di addormentarci sul già visto, sull'abitudine come forma di passiva accettazione di una realtà che pure non si comprende, e a volte non si accetta.

Ecco perché questo luogo della filosofia – Elea, Velia, Ascea Marina – non ha smesso di dirci qualcosa e di porre problemi alla filosofia, alla scienza e

Il fascicolo allegato è rivolto anche a loro, nella certezza che li stimolerà a produrre pensieri liberi, pensieri attenti.

Come vorremmo fossero sempre i nostri.

(*) Il fascicolo, realizzato dall'Associazione Diogene Multimedia, sarà distribuito con Il Paradosso fino ad esaurimento.

Castelli di storie

La manager Gisella Macchiaroli, figlia ed erede del grande e indimenticabile editore Gaetano, ha ristrutturato a Teggiano la celebre residenza di famiglia che fu dimora di potenti principi e scenario di pagine nobili della storia meridionale: rigore e sobrietà ritrovano qui un'appagante simbiosi

Geppino D'Amico

“Facciamoci a dirlo chiaro. Edifici così vasti non si mantengono checché vi si spenda se non si usano”. Fu questo il commento dell'on.le Ruggero Bonghi dopo avere visitato la Certosa di Padula nel 1888, quando si discuteva sulla utilizzazione del cenobio certosino. Proprio all'ammonimento del famoso uomo politico ottocentesco (fu anche ministro per l'istruzione pubblica) sembra essersi ispirata Gisella Macchiaroli, figlia ed erede dell'editore teggianese-napoletano Gaetano, scomparso nel 2005 (la sua libreria

di Via Carducci a Napoli era meta dei più bei nomi della cultura e della politica italiana), quando ha deciso di seguire l'esempio del genitore (memorabili alcuni avvenimenti culturali organizzati nella Sala Stefano Macchiaroli tra i quali va ricordata la mostra del 1996, visitata da circa 100.000 persone, su “Giacomo Leopardi la vita i luoghi le opere”, realizzata con l'Alto Patronato della Presidenza della Repubblica) ed utilizzare il castello di Teggiano per grandi eventi non solo culturali ma anche di carattere mondano.

La giovane manager (studi in Italia ma anche in Inghilterra e negli Stati Uniti) ha deciso di utilizzare in loco le numerose esperienze maturate nel settore della comunicazione e marketing (è stata, tra l'altro, responsabile degli uffici stampa della MSC Crociere ed ha maturato una notevole esperienza anche nel campo della grafica).

Dopo avere ultimato i lavori di restauro iniziati dal padre (il primo progetto risale agli anni '80 e porta la firma degli architetti Uberto Siola e Gianni Pi-



sciotti) la Macchiaroli ha dato vita ad una società denominata "Il Castello srl" con quattro amici che amano il Vallo di Diano, Guido Gnocchi, Giovanni Riccardi, Michele Santoriello e Concetto Saraò.

Sono già stati organizzati numerosi eventi di carattere mondano (anche pranzi e cene di matrimonio) e ciò è stato possibile proprio grazie all'adeguamento dell'antico maniero alle esigenze del moderno.

L'incontro con Gisella Macchiaroli avviene una domenica pomeriggio proprio mentre è impegnata a dare gli ultimi suggerimenti per una cena di gala. Non è un'intervista ma una visita che "Il Paradosso" ha voluto proprio per evidenziare quanto importante sia per il territorio far conoscere simili iniziative imprenditoriali.

Moderno- antico un binomio doc

Tra un suggerimento ad un cameriere ed una telefonata per gli ultimi ordinativi ci spiega ciò che è stato realizzato: "Sotto l'egida della Soprintendenza sono stati effettuati lavori particolari in modo da creare un contrasto tra moderno ed antico che, ove possibile, è stato salvaguardato. Volevamo mantenere il rigore ma, al tempo stesso, offrire una lettura in chiave moderna senza perdere di vista il territorio con il quale vogliamo agire in sinergia".

Nuove anche le suppellettili (tavoli, sedie, candelabri e impianto di illuminazione) e, soprattutto, le cucine "perché i nostri cuochi possano preparare piatti della tradizione utilizzando solo prodotti freschi".

Ogni sala ha un nome legato al casato degli antichi proprietari del castello: Antonello Sanseverino, Principi Colonna, Principi di Stigliano, Gomez de Silva e Duca di Calà.

Nel 1857 la parte nord occidentale viene acquistata dal teggianese Pasquale de Honestis che inizia la trasformazione definitiva in edificio per abitazioni civili mentre la parte sud orientale viene acquistata dai Macchiaroli che lo hanno utilizzato come propria dimora.

Monumento "polivalente"

Per Gisella la riapertura del castello assume, però, un carattere particolare:

"Volevo far rivivere il castello perché era questo il sogno di mio padre che, pur vivendo a Napoli, ha sempre mantenuto solidi rapporti con Teggiano ed il Vallo di Diano". I lavori effettuati rappresentano un chiaro esempio di come sia possibile utilizzare un monumento storico come struttura polivalente disponibile per manifestazioni, iniziative culturali ed ora anche eventi di carattere mondano.

Costruito in epoca normanna, appartenuto ai Sanseverino conti di Marsico, il castello di Teggiano è fra i più importanti dell'Italia meridionale.

Proprio nel castello di Diano (il toponimo fu cambiato in Teggiano dopo l'unità d'Italia) Antonello Sanseverino,

principe di Salerno e signore dello Stato di Diano, insieme a molti altri feudatari della zona, ordì la Congiura dei baroni, una sorta di sommossa fiscale contro il re di Napoli Federico d'Aragona, che si concluse nel 1487.

Il Castello è citato nella storia del Regno di Napoli per due fatti memorabili avvenuti in esso:

- La Congiura dei Baroni contro il Re Ferdinando I° d'Aragona.

Nel 1485, sotto la guida del Principe Antonello Sanseverino, i Baroni della zona, stanchi di contribuire in maniera sempre crescente alle spese militari del Re, si ribellarono riunendosi a Diano.

- L'Assedio di Diano del 1497.



Ritorno ad Enotria

Ha fondamento storico inconfutabile l'idea progettuale di una Macroregione Sud, per dar senso e continuità ad un'esperienza storica che lega con il popolo evoluto e civilizzato che i greci trovarono nel Sud Continentale tra VIII e V secolo a.C. e con il quale intesero rapporti

Benito Imbriaco

I siciliani e i sardi, godendo di larghe autonomie - Regioni a Statuto speciale - che noi cosiddetti meridionali del sud continentale sospiriamo, sono fieramente orgogliosi di proclamarne l'appartenenza.

Sud e Meridione sono espressioni geografiche presenti ovunque nel mondo che, per quel che ci riguarda, non hanno significato alcuno, se non generico e inappropriabile.

Ovvio che il venir meno dell'orgoglio identitario di appartenenza ad un popolo specifico ci rende fragili, refrattari al progresso e di conseguenza incapaci di ridurre quella distanza socioeconomica dal Nord Italia, condizione essenziale per dare finalmente compimento all'unità nazionale.

La Città del Parco un forte segnale

La riprova di questa nostra singolare situazione, anche in ambito meridionale, è, per esempio, la constatazione che sia la Sicilia che la Sardegna siano riuscite, entro certi limiti, a fare dei passi in avanti nella lotta alla criminalità organizzata, mentre per 'Ndrangheta, Camorra e Sacra Corona Unita sembra l'esatto contrario.

Non potersi riconoscere in un nome unificante per i 13 milioni circa di meridionali del Sud Continentale, strettamente uniti da rapporti plurisecolari, equivale ad ammettere di essere diventati orfani.

Negare oggi il nome e la riunificazione ad un territorio, già Enotria, poi Magna Graecia, poi Regno di Napoli - senza tener conto di quello delle due Sicilie - infine Repubblica Partenopea, sarebbe una grave offesa alla nostra dignità e una chiusura inaccettabile sul nostro



futuro.

L'idea di una Macroregione Sud, già presente nel mio articolo di luglio 2013 di questa rivista, trova utile collegamento per dar senso e continuità ad una battaglia che unisce persone libere e di buona volontà concentrate su un progetto affascinante, "La Città del Parco", legato e strettamente connesso con il nostro vero Grande Sud, ovvero il Sud Continentale.

Doveroso, a questo punto, offrire, con il massimo di sintesi possibile, le notizie più salienti sul popolo degli Enotri come pure precisare che ho utilizzato più fonti di documentazione.

Terra dei vini fascino di radici

Il termine "Enotrio" deriva quasi certamente dal vocabolo greco "oinos" (vino) da cui l'espressione "Terra dei vini" come pure il nome Italia nasce come eponimo del Re Italo, giunto nel nostro territorio nella cosiddetta "Età del Ferro" (XI sec. a. C.).

Da precisare che la nostra Patria, prima di chiamarsi Italia, assunse il nome "Enotria" da Re Enotrio, precursore di Re Italo.

Le notizie più attendibili sugli Enotri provengono da fonti greche e romane.

Ecateo di Mileto (500 a. C.) li descrive come un popolo di montanari, dedito alla pastorizia, che rese abitata ogni contrada della fertile terra di Ausonia e successivamente all'agricoltura.

Polibio (200 a. C.) ne parla come di un popolo in possesso di "ogni virtù, per onestà di costumi, benignità della natura, ospitalità verso tutti, e diverso dagli altri greci per colpe e crudeltà; notevole per religioso rispetto verso gli dei".

Virgilio (I sec. a. C.) declama l'Enotria "terra antica, potente in armi e feconda, gli Enotri la coltivarono, ora è fama che i posteri la chiamarono Italia, dal nome del loro signore".

Omero (XI sec. a. C.), che li conobbe in uno stadio di civiltà avanzato, quando già il re Italo li aveva convertiti all'agricoltura ed i traffici tra Asia, Africa ed Europa li avevano collocati nel pieno centro di un turbinio di ricchezze e di idee, discorrendo del popolo dei Feaci, popolo che si ritiene idealizzazione poetica degli Enotri, li descrisse quanto mai felici, soprattutto perché vicini al regno degli dei.

Peculiare e interessante l'orga-

nizzazione politica degli Enotri, prevalentemente di tipo oligarchico-monarchico e soprattutto federativo. Più villaggi, collegati tra loro da vitali interessi, costituirono e fondarono le "città", nelle quali risiedevano le più alte istituzioni politiche e religiose: il "capo" e il "sacerdote".

Tra i prodromi del federalismo

Le città dell'Enotria erano "federate" tra di loro e governate da Principi che però, nei momenti di grande difficoltà e di guerra, affidavano il comando ad un unico condottiero che svolgeva la funzione di Re, con pieni poteri.

Interessante al fine di un'ulteriore conoscenza degli Enotri l'archeologia e le necropoli rinvenute in vari territori, tra i quali il nostro Cilento.

Infatti, proprio nel comune di Roscigno (SA), in località Monte Pruno,

fu scoperta nel 1938 una sepoltura con ricchissimo corredo funebre, la "Tomba di Monte Pruno". Altro insediamento è venuta alla luce nella campagna di scavi negli anni 1991-1995 nel comune di Tortora (CS) in località San Brancato, alla foce del fiume Noce. Ulteriori segni di stanziamenti sono stati rinvenuti in località Colle dei Greci nel comune di Latronico (PZ).

Concludendo, si può attendibilmente affermare che con il nome di Enotri venne chiamato il popolo già civilizzato e organizzato che i Greci sbarcati tra i sec. VIII e V a. C. nel Sud Continentale, in cerca di terre fertili e proficui commerci, trovarono nell'entroterra e con il quale intessero rapporti economici e culturali, talmente ricchi e fecondi da produrre uno dei momenti più alti e fulgidi della civiltà occidentale di tutti i tempi, detta dai romani con sapiente, avveduta e esatta scelta del termine "Magna Graecia".

•



Teatro Scuola 2013-2014

I fuochi di Elea

Direzione artistica Pasquale De Cristofaro



Per le scuole primarie

“Pinocchio” Carlo Collodi

Per le scuole superiori

Rassegna *“Viaggio nella drammaturgia italiana”*

La Lupa - Giovanni Verga

Natale con Pirandello ed Eduardo

L'uomo dal fiore in bocca di Luigi Pirandello e *Pericolosamente* di Eduardo

La locandiera - Carlo Goldoni”

La coscienza di Zeno - Italo Svevo

A richiesta

Il fu Mattia Pascal e *Sei personaggi in cerca d'autore* di Luigi Pirandello.

*Laboratori di dizione, mimo, danza, drammaturgia
e teatro per studenti e corpo docente*

Per info

Fondazione Alario per Elea-Velia

0974.971197 • 3939691485

info@fondazionealario.it



FONDAZIONE ALARIO
PER ELEA-VELIA
ONLUS

Presidente
Carmelo Conte

Consiglio di Amministrazione

Adalgiso Amendola
Francesco Chirico
Marcello D'Aiuto
Pietro Lisi
Luigi Lista
Mario Rizzo
Genoveffa Tortora

Comitato Tecnico Scientifico

Enrico Bottiglieri
Alfonso Conte
Giuseppe D'Angelo
Raffaele De Sio
Mauro Maccauro
Carla Maurano
Michele Nappi
Livio Rossetti

Palazzo Alario - Viale Parmenide,
loc. Marina - 84046 Ascea (SA)
Tel +39 974 971197
Fax + 39 974 971269
www.fondazionealario.it
info@fondazionealario.it

Alario Estate 2013 Cultura e arte per aggregare

Si è conclusa con successo la rassegna Alario Estate 2013, promossa dalla Fondazione Alario per Elea-Velia ONLUS e patrocinata dall'EPT di Salerno, che ha visto la partecipazione di autori ed artisti di fama nazionale esibirsi nell'incantevole cornice del complesso Alario.

La conferenza stampa di presentazione svoltasi il 17 luglio ha riassunto lo spirito della rassegna collocandola nell'ambito delle iniziative strategiche tendenti a rafforzare il progetto della Città Parco, alla quale la Fondazione sta lavorando da tempo.

Il programma ha previsto momenti dedicati alla musica, agli incontri con autori, al teatro e alla danza.

L'intenso cartellone, volto alla promozione di iniziative culturali di qualità da fruire anche nella stagione estiva, ha preso il via con la rassegna di musica etnica. Circa 20 gruppi musicali, costituitisi nell'Associazione Musicale Essercilento, si sono esibiti il 20 e 21 luglio, nel teatro Zenone con la straordinaria partecipazione della conduttrice televisiva Serena Albano.

Riflettori sui giornali

Il 22 luglio l'incontro con i giornalisti Gabriele Bojano, Gigi di Fiore ed Eduardo Scotti sul tema '1943-2013: da Badoglio a Letta - il ruolo dell'informazione' ha permesso un confronto con i giornalisti del comprensorio che hanno discusso sul difficile ruolo della stampa in un'area complessa quale il nostro Cilento e le possibili soluzioni per la condivisione dei servizi e per una sinergica comunicazione tra i comuni del Parco.

Lanzetta story

Il 27 luglio la Fondazione Alario ha ospitato il celebre attore napoletano Peppe Lanzetta in "Tutto Lanzetta" che ha descritto con efficacia le contraddizioni delle periferie napoletane.

Grandi sinfonie

Anche la musica è entrata in scena il primo

agosto nel piazzale della Fondazione con l'esibizione della Grande Orchestra Sinfonica di Udmurtia, con la direzione del M° Leonardo Quadrini e con la partecipazione della violinista solista Kameliya Naydenova sui classici di Beethoven, Brahms ed altri grandi della musica classica.

La poesia fa storia

L'8 agosto la rassegna ha dato spazio al linguaggio civile e rivoluzionario della poesia del Sud con un incontro con le produzioni di tre maggiori voci liriche della letteratura contemporanea: Rocco Scotellaro, Albino Pierro e Giuseppe Liuccio. L'interpretazione è stata affidata al M° Pasquale De Cristofaro che ha letto brani dei tre autori, in particolare i versi dedicati alle lotte di emancipazione del popolo meridionale. Le letture, intervallate dalle musiche dal vivo della violinista Kameliya Naydenova hanno reso la serata spettacolare.

Musical per ragazzi

Il 10 agosto, la Compagnia Arte Studio ha presentato "Forza venite gente", musical per la regia di Loredana Mutalipassi, un classico incentrato sulla vita di San Francesco d'Assisi e dedicato ai ragazzi. Ancora una volta ha riscosso il consenso diffuso delle giovani generazioni, un momento per riflettere sulla bellezza della semplicità, sulla povertà e sui veri valori della vita.

De Silva in salotto

Il programma è continuato con i salotti letterari del 18 e del 22 agosto. L'incontro con Diego De Silva che ha presentato il suo nuovo romanzo "Mancarsi" con Andrea Manzi.

La perfetta storia d'amore di due persone che si sfiorano senza incontrarsi mai.

Nicola e Irene sono fatti l'uno per l'altra, ma non lo sanno. Probabilmente se ne accorgerebbero, se s'incrociassero anche solo una volta. Non dovrebbe essere difficile, visto che frequentano regolarmente lo stesso bistrot...

Controstorie

Il 22 agosto l'incontro con Gigi Di Fiore, inviato speciale de "Il Mattino", che si è confrontato con Carmelo Conte e Massimo Adinolfi sui suoi due libri sulle "Controstorie

rie" nazionali, entrambi editi da Rizzoli. Una rassegna degli intrighi, degli abusi e degli inganni che accompagnarono il processo di unificazione; i vizi d'origine di un Risorgimento che non fu solo lotta contro il dominio straniero, ma ebbe anche caratteri di guerra civile. – Corriere della Sera

Come è possibile che un manipolo di 1000 garibaldini abbia sconfitto un esercito di 50.000 borbonici? Con quali poteri, con quali mafie dovettero allearsi Garibaldi e Cavour? Quella che la storia, scritta dai vincitori, ha battezzato "unificazione d'Italia" fu in realtà una guerra di conquista condotta dal Piemonte contro gli Stati sovrani del Centro e del Sud. E nei decenni successivi gli eventi che non si accordavano con la retorica patriottica sono stati nascosti o deformati. Così, dei ventidue anni dall'esplosione rivoluzionaria del 1848 alla breccia di Porta Pia, molto rimane nell'ombra: il bombardamento piemontese di Genova nel 1849, i plebisciti combinati per le annessioni degli Stati centrali, i provvedimenti anticattolici, la guerra al brigantaggio e le "leggi speciali", la corruzione dei conquistatori e le loro collusioni con la malavita locale. Gigi Di Fiore ribalta un periodo cardine della nostra storia moderna per vederlo con gli occhi dei vinti: recupera documenti e testimonianze di una storiografia spesso ridotta al silenzio e porta alla luce intrighi e ambiguità. Una provocazione necessaria, per andare alle radici delle questioni irrisolte che ancora oggi spaccano il Paese.

Dante secondo Borges

Cultura e spettacolo anche il 26 agosto con l'attore e giornalista Alfonso Liguori nel suggestivo recital "Il tram di Buenos Aires - Borges legge Dante", musiche dal vivo di Kameliya Naydenova. Il fascino interpretativo del M° Liguori ha magnetizzato il pubblico per circa un'ora di spettacolo.

Il Paradosso allo specchio

Il 21 agosto, una serata dedicata ad un confronto pubblico con la redazione della rivista 'Il Paradosso' sulla nuova linea editoriale e sulla sua mission. La discussione si è incentrata sugli obiettivi futuri dell'organo ufficiale della Fondazione Alario. Ne è scaturito un appassionato dibattito tra i direttori della rivista, sindaci, imprenditori

e un folto pubblico che segue da quattro mesi il mensile che ha riaperto nel Cilento il dibattito intorno ai temi dello sviluppo del territorio.

Calcio & filosofia

Ospiti illustri anche per la serata del 25 agosto con "Pensare il calcio" (Mourinho come Heidegger?). Elio Matassi e Massimo Adinolfi si sono confrontati sulla filosofia del calcio. La presentazione e la discussione in due tempi sui temi calcistico-filosofici: "Che senso ha parlare di una "filosofia del calcio? Qual è la funzione filosofica di un vero allenatore? La squadra viene "prima" dei giocatori o no? La competenza tecnica è più importante della motivazione? Gli allenamenti sono un esercizio anche filosofico? Com'è la filosofia del campione? Il fuori-classe è un libero senza regole? Bastolla show

Il 28 agosto con lo spettacolo comico-musicale "Stasera niente di nuovo" si è esibito il M° Lucio Bastolla accompagnato da quattro musicisti in una performance che ha entusiasmato il pubblico.

Il Tessitore di Titti

La rassegna si è chiusa 'in rosa' il 29 agosto con Titti Marrone che ha presentato il suo nuovo libro "Il tessitore di vite" (Mondadori) intervistata dalla giornalista Erminia Pellicchia. Una storia avvincente che al più presto potrebbe trasformarsi in una sceneggiatura televisiva.

A scuola di teatro

Altra iniziativa di lodevole pregio è l'attivazione del Laboratorio teatrale per ragazzi e adulti, che si è svolto dal 5 al 9 agosto e che ha visto l'esibizione finale dei partecipanti al corso con un discreto pubblico. Il Laboratorio sarà promosso anche alle scuole cilentane nel periodo invernale e proseguirà con giornate di lavoro a scuola e nel teatro Parmenide sia per i docenti sia per i discenti.

Lettere in redazione

Caro direttore, vorremmo avere qualche indicazione più precisa in riferimento all'articolo pubblicato sul numero scorso della rivista riguardante i "geo-cronisti", una figura professionale, a quanto pare, a metà strada tra il giornalista e il promotore delle potenzialità territoriali. È molto interessante la provocazione, ma appare un tantino generica per cui, da addetto ai lavori, vorrei saperne di più.

Giulio Riccadonna. Roma

(am) Il nuovo corso della Fondazione Alario, di cui la rivista Il Paradosso è l'organo ufficiale, ci richiede di immaginare, anche per la comunicazione/informazione un'attività di frontiera che si ponga l'obiettivo di raccontare la Città del Parco, una entità diffusa (non solo urbanisticamente) che dovrà trarre anche dalla coesione dei servizi un tratto unitario e una proposta convincente sul mercato mondiale. Si tratta di una sfida che, come abbiamo scritto, incrocia il tempo nuovo. Il 12 ottobre prossimo, nel corso del Congresso sull'informazione turistica che abbiamo organizzato ad Ascea, forniremo precise notizie sulle linee programmatiche del nostro impegno, che ha l'ambizione di codificare un'attività professionale assolutamente nuova nel nostro paese, con riferimento alla quale stiamo delineando anche un piano di formazione. Un paio di settimane, quindi, e sui geo-cronisti ne saprà di più. Ci segua.

Egregio Direttore, pur vivendo poco lontano da Ascea non avevo mai partecipato alle varie iniziative estive anche per la concomitanza con altre manifestazioni nel mio paese. Quest'anno, comunque, ho deciso di raggiungere una realtà di cui conoscevo solo il nome. Ebbene sono rimasto meravigliato perché in un piccolissimo centro del Cilento veniva dato risalto, peraltro in un periodo strettamente dedicato alle vacanze, ad incontri culturali come quelli organizzati dalla Fondazione Alario.

Fernando Rosamilia. Capaccio

Inviare la corrispondenza a info@fondazionealario.it, indicando nell'oggetto "lettere in redazione". Nella mail va inserito il numero di telefono di chi spedisce.



MEMORIE

MOSTRA INTERMEDIALE PERMANENTE SULLA CIVILTÀ CLASSICA



FONDAZIONE ALARIO
PER ELEA-VELIA
ONLUS

Inaugurata ad Ascea nel gennaio 2009, nell'ambito dell'iniziativa Eleatica, la mostra Intermediale Permanente VISIONE DEL TEMPO-TEMPO DI VISIONE è dedicata alla civiltà classica.

Progettata dalla Fondazione Alario per Elea-Velia, con il patrocinio di RAI INTERNATIONAL e di altri partner nazionali.

L'esposizione presenta quanto di più innovativo esiste in Italia nel campo della valorizzazione dei siti archeologici utilizzando le nuove tecnologie multimediali (realtà virtuale e aumentata, film stereoscopici e tridimensionali...).

Concepita nel cuore della Magna Grecia, essa è dedicata ai principali siti archeologici dell'Italia centro-meridionale sia di età greca che romana.

Per l'innovazione dei contenuti e delle tecnologie adottate e per l'ampio e qualificato numero dei partner coinvolti, questa mostra rappresenta un evento di grande valore sia perché del tutto priva di precedenti in Italia, sia perché suscettibile di attirare flussi considerevoli di visitatori sul territorio coinvolto anche in stagioni a bassa frequentazione turistica. Una porta agli Scavi di Velia.

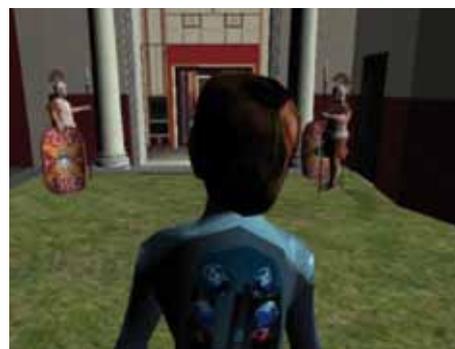
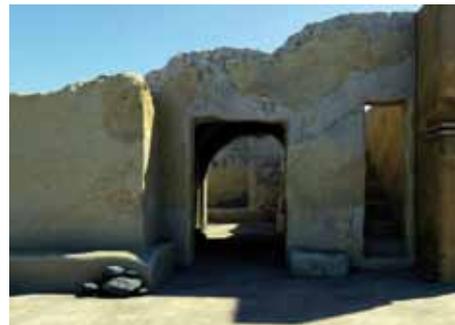
L'allestimento prevede l'impiego di Avatar, la ricostruzione tridimensionale di alcuni ambienti di Pompei, tra cui la casa del Centenario e la restituzione del sito di Murecine, bonificato (coperto) e non più accessibile immediatamente dopo le indagini archeologiche.

La Mostra è allestita ad Ascea (loc. Marina) presso Palazzo Alario della Fondazione Alario per Elea-Velia, in viale Parmenide, ed è aperta al pubblico, previa prenotazione, dal lunedì al venerdì dalle 9 alle 13 e dalle 15 alle 18. L'esposizione si articola su uno spazio di circa 200mq suddiviso in 4 sale così di seguito organizzate:

PRIMA SALA: Magna Grecia
Realizzata con il contributo scientifico dell'Università della Calabria, in questa sala è possibile visitare il Sistema Museale Virtuale della Magna Grecia ed apprezzare le diverse applicazioni multimediali dedicate al sito archeologico di LOCRI EPIZEFIRI: ricostruzione virtuale tridimensionale dell'abitato, guida elettronica per dispositivi mobili, posizionamento dei monumenti su Google Earth.



SECONDA SALA: Roma antica
Realizzata con il contributo scientifico del CNR-ITABC, attraverso più postazioni interattive è possibile esplorare on-line la ricostruzione del paesaggio archeologico di Roma antica (Virtual Rome) e, in particolare, muoversi con un avatar all'interno di alcuni degli edifici presenti lungo l'antica via Flaminia (Museo Virtuale della Via Flaminia Antica).



TERZA SALA: Introduzione all'antica Pompei.

Realizzata in collaborazione con il VRLAB del DMI e con il Consorzio Ateneo di Amalfi, la terza sala offre la visione di reperti di Pompei tramite un monitor autostereoscopico; un back stage dedicato ad alcune applicazioni stereoscopiche ed una postazione interattiva dedicata ad illustrare i principi fisici alla base degli ologrammi.

QUARTA SALA: Il Teatro Virtuale
Realizzata in collaborazione con il VRLAB del DMI e con il CINECA di Bologna, presenta quanto di più innovativo esiste nel campo della documentazione e ricostruzione stereoscopica ed in real time di siti e reperti archeologici: ricomposizione e ricostruzione del sito dell'antica Murecine in Pompei; ricostruzione ed animazione dell'ancilla della caupona a partire da dati biometrici parziali; ricomposizione e ricostruzione della domus del Centenario in Pompei.

La Mostra si completa con un Laboratorio didattico per la spiegazione dei principi della stereoscopia e tridimensionalità attraverso l'utilizzo di alcuni strumenti di visualizzazione.

Materasso WATER GEL

La tecnologia cresce. Dormiamoci sopra.



WaterGel® è la nuova imbottitura in gel.
Altamente traspirante, fresco ed ecologico.

Telefono: 0974.972241

Email: info@fariello-materassi.it

www.fariello-materassi.it

 **Fariello**
materassi



Guinness™ Record ufficiale per il materasso più grande del mondo.

*Sede e vendita al pubblico ad Ascea (SA), via Isacia, località Velia
Vieni a scoprire il nostro catalogo di materassi adatti ad ogni esigenza*