

**Convegno** “Europa oltre le barriere. Nuovi percorsi per l’autonomia e l’integrazione delle persone con disabilità” (Roma, 17 novembre 2003)

## **Il turismo come veicolo di fede, di socializzazione e di cultura. Il caso dell’ “ospitalità religiosa” in Italia.**

MONS. CARLO MAZZA,  
*Direttore Ufficio Nazionale CEI  
per la Pastorale del tempo libero, turismo e sport*

### **1. Premessa**

1.1. La nostra riflessione verte sul turismo come fenomeno tipico della modernità. In tale ottica appare con più evidenza come lo specchio dell’uomo nella perenne ricerca di luoghi e di tempi atti a procurare riposo, quiete, rigenerazione interiore ed esteriore. Se il turismo è in grado di muovere energie umane in riferimento allo sviluppo economico e al benessere sociale, lo è ancor più in riferimento alla qualità della vita personale, al conseguimento di maggiore conoscenza e soddisfazione rispetto alle facoltà intellettuali e spirituali della persona.

1.2. Il turismo, quale originale modalità di vivere il tempo libero, lungi dall’essere attività umana emarginata, domanda di essere riportato al centro dell’interesse civile e sociale e ripensato sia in ambito privatistico che in ambito istituzionale, soprattutto per quanto riguarda le persone segnate da disabilità. Di fatto il fenomeno della mobilità mette a prova le capacità di attuazione dei diritti e dei doveri dei cittadini e le opportunità implicite di cittadinanza attiva e di soddisfazione di bisogni autentici della persona.

### **2. Ospitalità in strutture religiose: il “caso italiano”**

2.1. L’esperienza italiana nel comparto dell’accoglienza presso le strutture religiose assume le caratteristiche di un “caso” unico e irripetibile. Essa può essere compresa a partire dalla singolarità della posizione storico-geografica dell’Italia stessa. Ospitando infatti la sede di Pietro e dunque della Chiesa Cattolica, l’accoglienza si è qualificata secondo i principi e i valori religiosi, assecondando istanze e bisogni dei pellegrini e dei visitatori consapevoli, secondo i principi della fraternità, della solidarietà, della comunione.

2.2. La conseguente fisionomia tipologica dell’ospitalità risente di metodi e di stili derivati dal secolare esercizio di virtuosità ospitanti, tese ad esaltare il primato della persona, il rispetto delle convinzioni religiose, il pluralismo etnico e culturale. E’ stata ed è di fatto un’accoglienza segnata da un universalismo intrinseco e connaturale, da una forma di solidarietà concreta e appropriata, da un’attitudine a soccorrere chi si trova disagiato, povero e disabile, concretizzando l’insegnamento stesso di Gesù, in modalità variamente sperimentate nel tempo.

### **3. Il turismo dai molti volti**

3.1. Il tema che mi è stato affidato presenta la triplice ripartizione di “*fede, socializzazione, cultura*”, che segnala come il turismo – in particolare il turismo religioso – sottintenda l’intenzione di ritrovare ulteriori significati e ulteriori pratiche rispetto alle semplici ragioni dell’evasione, del consumo, del divertimento. L’intento

non si rivela agevole in quanto la nostra cultura generale, in riferimento al fenomeno del turismo, ondeggia tra diverse tendenze che comunque privilegiano gli aspetti più economicistici ed edonistici piuttosto che quelli antropologici e culturali.

3.2. Si tratta allora di ricentrare l'attenzione sui bisogni autentici dell'umano. Oggi il turismo si presenta con i mille volti dell'uomo contemporaneo che è frammentato, smarrito, inquieto, alla ricerca di se stesso, assetato di felicità. Ma sovente l'uomo permane insoddisfatto, quasi incapace di adempiersi nel desiderio in quanto si ritrova vittima della cultura dominante orientata più al materialismo compiacente che ai valori alti dell'uomo.

3.3. Anche gli studi più recenti rivelano un oscillare tra un certo prammatismo turistico teso a costituirsi come cultura diffusa e acquisita e un certo elitarismo turistico per pochi amatori dell'esotico. Le due tendenze esprimono esigenze diverse e complementari ma non interpretano le vere istanze della persona. Di fatto il turismo dovrebbe conformarsi all'uomo, interpretarne la profonda natura nomade e cangiante, bisognosa di libertà e di autenticità, e soddisfarne le esigenze di "umanesimo".

In tal orientamento le tre "dimensioni" indicate dal tema offrono un sicuro vantaggio perché facilitano una comprensione complessiva e organica delle motivazioni che stanno alla base del movimento turistico nazionale e internazionale in relazione al compimento integrale dell'uomo.

#### **4. Turismo e cultura**

4.1. Il primo rapporto, indicato dal tema, è "*turismo e cultura*". Esso evidenzia subito una molteplicità di possibili approcci: quello che rivela il grado effettivo di "cultura turistica", quello che rivela il livello di "commistione necessitante" tra turismo e cultura, e quello che eleva l'uomo a perfezione. Di fatto accade che la dimensione e la strutturazione culturale di chi opera nel turismo e di chi usufruisce del turismo, permangono più un dato precario, empirico e debole che un'evidenza riflessa. Si fa turismo e sovente si promuove turismo più costretti da necessità o da un'opzione secondaria che sollecitati da un processo "vocazionale", ispirato e sorretto da una motivazione matura e coscientemente deliberata nel contesto culturale.

4.2. Così si arriva – ad esempio – a definire la figura propria della professione turistica più in riferimento ad una descrizione tecnocratica del soggetto, che in riferimento all'elaborazione di concetti e principi valoriali idonei a fondare la "ratio" efficiente e soddisfacente della scelta della professione. Questa assenza di condizioni umanistiche predeterminate costituisce un debito irrisolto, portatore di incertezze progettuali, che manifesta una sorta di vuoto fondativo della "vocazione" ad operare nel turismo e a fare turismo in modalità confacenti allo sviluppo integrale della persona.

4.3. Solitamente il binomio "turismo-cultura" si risolve nel dato dei "beni culturali" fatti oggetto di "visitazione turistica", elaborando così il "turismo culturale". Eppure la formula del bene artistico non esaurisce la forza della congiunzione tra turismo e cultura. Qui ci si affida all'invenzione, alla creatività, all'intuizione geniale di ordine pratico e ci si preoccupa di surrogare con adeguate conoscenze, con strumenti idonei, con motivazioni strutturali le scelte di impresa o di lavoro dipendente o di fruizione turistica. Va anche detto che oggi fortunatamente la tendenza da parte dell'operatore si indirizza verso una crescita culturale fondata sui "saperi" specifici inerenti alla promozione e attuazione del turismo "globale".

4.4. In sostanza si avverte, con più evidente consapevolezza, non solo la necessità di una preparazione tecnica, di una competenza economica e commerciale, di una sensibilità relazionale, di una professionalità amministrativa-gestionale, ma anche di una attrezzatura culturale capace di creare le condizioni per “fare”, per “capire”, per “elaborare senso” in funzione del turismo e delle sue diversificazioni d’uso effettivo. Per questo, a fronte della descritta promettente prospettiva, cresce contemporaneamente il desiderio di una preparazione artistica e letteraria, psicologica e sociale, etica, antropologica e comunicazionale tale da incidere sulla qualità complessiva dell’offerta.

4.5. Il rapporto dunque tra turismo e cultura abbisogna di ulteriori e più ampi approfondimenti interdisciplinari, correlati con l’oggetto della fruizione turistica che è l’ecosistema globale, con il “*progetto uomo*” soggiacente al fenomeno del turismo, con il *contesto territoriale* in cui il turismo si dispiega e si attua, e con la *strumentazione organizzativa* del turismo. Questa necessaria correlazione tende a rispondere alle esigenze di “senso totale”, corrispondente all’accresciuta domanda di consapevolezza delle masse turistiche.

4.6. Ai soggetti – imprenditori e lavoratori – che confezionano il “prodotto” turismo viene richiesta una rinnovata coscienza di ruolo in modo da configurarli sempre di più come “operatori culturali”, idonei ad elevare la qualità dell’offerta turistica, anche di carattere religioso, in un sistema di rete attiva e interattiva. Alla luce di quanto osservato, ancor più urgente emerge l’istanza di un mutamento di mentalità nell’approccio al turismo come fenomeno sociale, culturale, antropologico e spirituale, come è ormai confermato e costatato da tutte le indagini recenti.

## **5. Turismo e socializzazione**

5.1. Il secondo rapporto posto in tema “*Turismo e socializzazione*”, richiede una focalizzazione di significati. I cambiamenti in atto producono nuovi bisogni e nuove attese nei soggetti fruitori, tali da caratterizzare gli stessi cambiamenti intercorrenti nelle società postmoderne. E’ evidente che le diverse scuole di pensiero sociologico-culturale hanno variamente influenzato scelte e comportamenti – come è accaduto sotto la pressione dominante delle forti ideologie politiche – e hanno determinato modelli di sviluppo delle ferie, della vacanza e del viaggiare in genere.

5.2. Ma al di là di una pur necessaria recensione scientifica, qui sta a cuore una ricomprensione dei fattori di socializzazione connessi al movimento turistico o indotti dal movimento turistico. Perciò andrebbero riconsiderati i diversi livelli di socializzazione e le diverse soluzioni proposte al fine di estendere i benefici umani e civili inerenti ad una effettiva partecipazione popolare alla fruizione turistica. Come, per altro, andrebbe tenuta criticamente ferma l’attenzione ai rischi correlati alla massificazione di mode e tendenze turistiche, alla indifferenziazione dell’offerta intrinsecamente collegata con la sua debolezza valoriale, agli effetti di un turismo selvaggio e onnivoro.

5.3. Di fatto “socializzare” il turismo non si configura soltanto come compito o come indirizzo di programmazione rispetto alle politiche sociali ma si appella a determinare un contesto sociale che produca umanesimo di qualità, relazioni conviviali, ambientazione accogliente e piacevole, disposizione di assetti urbanistici favorevoli e amicali (si veda la concettualizzazione in riferimento alla “*Città amica*”) che promuova offerta di scambio e di reciprocità effettive di carattere storico-artistico, letterario, tradizionale, etnico, nel rispetto delle diversità e delle culture autoctone.

5.4. “Socializzare” significa consegnare se stessi vicendevolmente, secondo dinamiche di scambio attive e interagenti tra i diversi soggetti in modo da favorire una coscienza e una crescita personale e comunitaria. L’orizzonte posto a scenario richiede investimenti immateriali e simbolici, quali i percorsi dell’anima, le storie di civiltà, le memorie attualizzanti e competenti. Si tratta dunque di produrre un’offerta multipolare e nello stesso tempo globalmente appetibile perché patrimonio vivente e consapevole da acquisire e da far rifluire nelle coscienze e nelle intelligenze dei turisti.

5.5. La cifra interpretativa della socializzazione dei vissuti turistici consiste – è fuori dubbio – nella *cultura umanistica dell’accoglienza e dell’ospitalità*, non solo come dato tradizionale ed etnico, ma come elaborazione concettuale, ideale, strutturata sui tempi passato-presente-futuro, offerta nel “pacchetto turistico” come dono che segna la differenza di qualità percepita e gratificante.

## **6. Turismo e fede**

6.1. Il terzo rapporto del tema evidenzia il binomio “*turismo e fede*”. A prima vista sembra davvero curioso il tentativo di rintracciare un discorso di fede nella parabola del turismo moderno. Eppure tra “*Turismo e fede*” la distanza non supera la facoltà dell’immaginazione né tantomeno – a ben guardare – della corretta argomentazione teologico-pastorale soprattutto in ambito di accoglienza nelle strutture religiose. L’angolo di valutazione infatti domanda uno sforzo ideativo e cognitivo che implica la coerenza dell’intreccio tra vissuto autentico e motivato dalla fede e contesti sociali, tra ragioni della fede e realtà terrestri, tipica questione del tutto moderna e conseguente alla diffusa secolarizzazione<sup>1</sup>.

6.2. Ci domandiamo: che ha da dire la fede al turismo? E, reciprocamente, che ha da dire il turismo alla fede? Evidentemente e primariamente emerge un dato di ambiguità o meglio di ambivalenza di principio: la commistione tra i due ambiti può certamente presentare quasi un’inconciliabile contraddizione. Chi sostiene ideologicamente la diversità tarda a vedere una conciliazione. Ma, con più attenta considerazione, si vedrà che, al fondo, è nella persona che si realizza l’unità degli apparenti opposti, delineando un’armonia che va a beneficio sicuro della perfezione della persona umana. La fede non va mai contro l’uomo.

6.3. Di fatto l’esistenza umana, ispirata e animata dalla forza e della luce della fede, non può non giovare dell’esperienza turistica in quanto contribuisce a manifestare la gloria di Dio. Il turismo manifesta un benessere inscritto nel disegno del Creatore che procede secondo la più grande e stupefacente benevolenza a favore dell’uomo. E’ noto l’assioma di Sant’Ireneo: “La gloria di Dio è l’uomo vivente” che illustra positivamente l’essenziale rapporto tra la pienezza di vita, raggiungibile e sperimentabile da parte dell’uomo, e la piena manifestazione della bontà e maestà assoluta di Dio, in una correlazione che esalta l’uomo e ne rivela la vocazione divina.

6.4. Dunque un sano e gaudioso turismo, vissuto nella volontà salvifica di Dio, non può che promuovere la dignità dell’uomo e la sua gioia di vivere nella dimensione di creatura, nel contesto del creato, nella bellezza delle opere dell’uomo edificate nei secoli. Fede e turismo propongono una risorsa che enuclea profondamente la natura trascendente dell’uomo e il suo destino ultraterreno.

---

<sup>1</sup> Concilio Vaticano II, Cost. past. *Gaudium et spes*, 61.

## **7. “Accoglienza religiosa” come sintesi di valori**

7.1. In tale linea di riflessione l'accoglienza delle strutture religiose si costituisce come luogo eminente di attuazione pratica, di esperimento concreto di un turismo dal volto umano. Lungi dall'essere un punto di conflitto o di concorrenza sleale, essa assume un ruolo di esemplarità e di distinzione nel concerto di una città ospitale, di carattere universale, generatrice di valori scaturiti dalla fede cristiana. E, a buon diritto, può innestarsi in un “sistema turistico integrato” purché si faccia promotrice di intese e di relazioni.

7.2. In forza della sua originale dizione di “casa” accogliente, l'accoglienza religiosa trasforma il semplice alloggio in sperimentabile “*dimora*” dell'uomo, come dimora di umanità fraterna, come effettiva possibilità di una vita ricca di valori etici, riconcilianti e pacificanti, fondata com'è su motivazioni spirituali. Così si rende disponibile a tutti e in particolare a chi vive esperienze di povertà, di disagio, di disabilità.

7.3. Lo spirito autentico dell'accoglienza rivela la vera natura dell'uomo nella storia, supera ogni barriera etnica e cultura, collabora con ogni persona di buona volontà e con ogni istituzione nel segno di corrette intese. Per questo il vero spirito dell'accoglienza realizza un microcosmo di valori vissuti, in quanto viva e concreta testimonianza del vangelo della carità.

## **Conclusione**

Il percorso che abbiamo tentato di tracciare rappresenta un tentativo di sintesi tra diverse polarizzazioni valoriali ed esistenziali che si intrecciano nell'esperienza turistica a valenza religiosa. Le “case di ospitalità” di natura istituzionale favoriscono un approccio al turismo che è rispettoso della libertà di coscienza e nel contempo aiuta a ritrovare la pace del cuore, l'equilibrio dei sentimenti, la luminosa razionalità della vita.

Tutto nell'uomo, a ben guardare, parla di destino trascendente. Il turismo può diventare un tempo di pacatezza interiore, un tempo di sguardo oltre le cose, pur belle, della terra, anche per coloro che sono stati segnati da “sofferenze strutturali”, da disabilità particolari. Ma è proprio dell'accoglienza evangelica restituire ad ognuno il diritto di vivere felice, il diritto di essere uomo soddisfatto, pienamente integrato nella società, consapevole del suo destino di gloria.