

Maddalena Pennacchia*

Turismo da eventi e comunità locale:
il caso di *Culture sonore* a Ravello in Costiera Amalfitana

ABSTRACT

Prendendo le mosse da uno dei quesiti posti da questo volume, ovvero cosa può essere cambiato nella pratica e nella teoria del turismo in un'epoca che vive nel post- e persino nel post-Covid, il presente contributo riprende e aggiorna alcuni discorsi sul turismo e il tempo libero che ho affrontato, negli anni, da diverse angolature, concentrandosi questa volta sul turismo da eventi e in particolare sull'esigenza di osservare e ascoltare, oggi ancor più di ieri, le realtà territoriali in cui questi eventi si svolgono; si tratta, infatti, sempre di territori con caratteristiche geografiche, urbanistiche, sociali e storico-culturali molto specifiche, territori popolati, non vuoti, che è importante non solo conoscere e rispettare ma coinvolgere attivamente se si aspira a sviluppare, oltre agli eventi con la loro attrattiva turistica, anche modelli relazionali e formativi ispirati ai saperi umanistici, alle arti e, in generale, ai valori della creatività. Il caso di studio è relativo al territorio della Costiera Amalfitana e al Ravello Festival oltre che al progetto *Culture sonore* nato nel 2023.

KEYWORDS

Turismo da eventi; Festival; Musica brasiliana e mediterranea; Comunità locale; Ascolto attivo; Formazione; Sostenibilità.

ABSTRACT

Building on one of the main questions posed by this volume, namely, what may have changed in the practice and theory of tourism in the post-Covid era, this contribution updates some of the discourses on tourism and leisure that I have addressed, over the years, from different angles, focusing this time on event tourism and in particular on the need to take more care of the communities in which these events take place; in fact, the areas where festivals and events happen always have specific geographic, urban, social and historical-cultural characteristics; they are peopled by residents whose capacity to welcome visitors should be fostered and nourished to stay healthy. The case study here reported is related to the Amalfi Coast and the Ravello Festival as well as the *Culture sonore* project that started in 2023, which experiments with a relational and educational model based on humanistic knowledge, the arts and, more broadly, the values of creativity.

KEYWORDS

Event Tourism; Festivals; Brazilian and Mediterranean Music; Residents; Active Listening; Education; Sustainability.

* Professore ordinario di Letteratura Inglese presso l'Università degli Studi Roma Tre.

1. Eventi, festival e turismo

Il turismo da eventi è un settore dell'economia del tempo libero rilevante da sempre, ma che a partire dal nuovo millennio ha conosciuto un incremento esponenziale, forse utilmente inquadrabile nell'ambito di una crescente attribuzione di valore non solo estetico o sociale, ma anche economico al concetto di creatività. «Human creativity is the ultimate source of economic growth» scriveva Richard Florida (2005: 22), uno dei più noti teorici dell'economia creativa, quando rendeva cosciente un intero gruppo sociale, che lui definiva la «creative class», del proprio peso economico nel consumare e produrre al contempo esperienze culturali in un circolo virtuoso, capace di fatturare un indotto non inferiore a settori produttivi ben più riconoscibili, come quello manifatturiero o dei servizi terziari. Il passaggio da quella che, nel secolo scorso, la Scuola di Francoforte aveva denominato “industria culturale” a quelle che nel nuovo millennio sono state definite, in una società post-industriale e post-analogica, le “industrie creative”, è in questo senso emblematico di un'epoca che assegna al talento e alle arti il compito di stimolare la crescita in tutti i settori produttivi (Pennacchia, 2015: 175-181).

Alcuni anni fa scrivevo di turismo entro questa cornice teorica, riflettendo, in particolare, sulla svolta antropologica determinata dalla cultura digitale che ha modificato le nostre esigenze e le nostre aspettative rendendoci, anche nel turismo, *prosumers*, ovvero co-autori e corresponsabili delle attività turistiche sempre più su misura e sempre più modellate dai suggerimenti e dal giudizio di chi le pratica e le condivide sui canali *social*. A quel tempo, di certo, non avrei mai immaginato che all'orizzonte stava per profilarsi una pandemia globale, con le conseguenti limitazioni della libertà di circolazione, e che le nuove tecnologie digitali applicate alla comunicazione avrebbero giocato un ruolo decisivo nel tener viva l'umana necessità di aggregarsi. Gli eventi, infatti, non sono stati del tutto sospesi nel periodo di confinamento, ma hanno trovato modalità di svolgimento su piattaforme digitali che hanno consentito modalità interattive di partecipazione. Penso, per esempio, nel campo degli eventi teatrali, all'incremento “virale” di performance shakespeariane *online* (Abischer, 2021), in cui, durante lo spettacolo, la chat della piattaforma scelta dalla produzione (che fosse quella del Globe o del National Theatre o di compagnie autoprodotte) si riempiva di commenti e discussioni, quasi a voler ricreare un senso virtuale di vicinanza e compartecipazione.

La fine dell'isolamento e delle norme restrittive ha fatto poi registrare un irrefrenabile bisogno di tornare all'evento in forma immediata. Un fenomeno eclatante come *The Eras Tour* di Taylor Swift, per esempio, cominciato nel marzo 2023, con le sue 149 tappe nel giro di 21 mesi, e i suoi milioni di partecipanti che hanno viaggiato attraverso cinque continenti pur di ritrovarsi in presenza della propria star identitaria – generando problemi di *overtourism* in diverse sedi del concerto – è l'esempio più eclatante del bisogno di eventi in presenza dell'epoca post-pandemica. Il fenomeno Swift, per altro, ha dimo-

strato, in una misura che nessuno avrebbe potuto immaginare, la validità della formula delle tre T, «technology, talent, tolerance», di cui parlava Florida (2005: 6) nello spiegare il funzionamento dell'economia creativa. È nota la meraviglia degli economisti nel constatare l'impatto del concerto sul PIL dei paesi interessati dal tour.

Per cominciare come si può definire un 'evento'? Al di là delle varie tassonomie relative alla tipologia – per esempio, «cultural celebrations, art/entertainment, business/trade, sport competitions, educational and scientific, recreational, political/ state, private events» (Getz, 1997: 7) – gli studiosi concordano nel sottolinearne la natura temporanea ed eccezionale rispetto al quotidiano. Ecco, infatti, una delle definizioni più diffuse, elaborata da Donald Getz:

Events are temporary occurrences, either planned or unplanned. They have a finite length, and for planned events this is usually fixed and publicized. People know and expect that events end, and this fact provides a major part of their appeal. When it is over, you cannot experience it again. True, many events are periodic, but each one has a unique ambience created by the combination of its length, setting, management (i.e., its program, staffing, and design), and those in attendance (Getz, 1997: 4).

Gli eventi sono, dunque, unici al livello esperienziale e portatori di una significativa 'sospensione' dal tempo lavorativo che si manifesta, per esempio, nel nome stesso di una delle modalità attualmente più articolate e diffuse di evento, il festival, che porta inscritta nella sua stessa etimologia la traccia della parola 'festa'. In un recentissimo volume intitolato *Il valore sociale dei festival. La creatività comunicativa* (2024), Barbara Maussier, ci ricorda, citando Ettore Zocaro, che:

prima che diventasse un termine inglese d'uso internazionale, la parola festival ha origini neolatine – festa, in italiano; fiesta, in spagnolo; fête, in francese; – dal sostantivo *festum* e dall'aggettivo *jestus* (*dies festus*, "giorno di festa"). È stata adottata ampiamente dalla fine dell'Ottocento per indicare una manifestazione artistica della durata di più giorni o più settimane [...] un particolare modo di aggregazione che risale all'antica Grecia, quando le rappresentazioni teatrali erano strettamente associate alle feste in onore degli Dei (Maussier, 2024: 20).

Gli eventi assumono, dunque, un'importanza identitaria e coesiva per coloro che li sperimentano, proprio in virtù della loro irripetibilità (anche quando sono eventi che ricorrono) e dell'aura celebrativa se non persino rituale che li circonda (Allen *et al.*, 2008). Tanto più questo accade per i festival – «special events in which there may be a particular theme or concentration of activities

over a set period of time» (Gelder e Robinson, 2011: 133) – che per loro natura sono fortemente collegati al territorio in cui nascono (ivi: 134-135).

Gli eventi e i festival in particolare, dunque, sono attività di enorme rilievo nella società contemporanea non solo per la ricaduta economica positiva, ma per gli effetti benefici che possono portare alle comunità e ai singoli individui e, anche per questo, sono entrati sempre più frequentemente in sinergia con le politiche del turismo:

Events today, be they local or international, are central to our culture, more perhaps than ever before. Increased leisure time and discretionary spending have led to an abundance of public events, celebrations and entertainment. [...] Festivals and events are viewed as a new form of tourism that attract thousands of visitors (and thus tourist income) and encourage economic prosperity, development and regeneration (Gelder e Robinson, 2011: 128).

Definito come «the systematic planning, development and marketing of festivals and special events as tourist attractions, catalysts and image builder» (Getz e Wicks, 1993: 2), il “turismo da eventi e festival” ha acquisito, infatti, un’importanza sempre più rilevante nelle politiche culturali locali, nazionali e internazionali al punto che ormai si parla da tempo di una tendenza alla ‘festivalizzazione’ della cultura (Bennett, Taylor e Woodward, 2014). Come scrive anche Barbara Maussier:

I festival nella loro evoluzione sono diventati, per le loro caratteristiche di breve durata-flessibilità-tematicità, anche strumenti della progettazione culturale sul territorio, acquisendo importanti funzioni sociali per la comunità che li ospita, diventando un importante e strategico strumento di comunicazione del territorio (Maussier, 2024: 21-22).

Agli aspetti positivi che eventi e festival possono assumere come fenomeni aggregativi eccezionali e volani del turismo al livello del territorio, si deve pertanto aggiungere il valore culturale, nei suoi diversi significati di acquisizione di saperi ma, anche, di crescita personale al livello di chi ne fruisce.

Questo rende il “turismo da eventi e festival” una delle modalità più significative di ‘turismo creativo’. Vale qui la pena ricordare, fra le molte, la definizione elaborata dall’UNESCO nel 2006 in un documento ufficiale che descrive tale turismo come:

travel directed toward an engaged and authentic experience, with participative learning in the arts, heritage, or special character of a place, and [which] provides a connection with those who reside in this place and create this living culture (UNESCO, 2006).

In questa definizione appaiono alcune delle caratteristiche più importanti del turismo del post-, vale a dire un contatto quanto più possibile autentico con il patrimonio tangibile ma soprattutto intangibile di un luogo verso cui si viaggia e la crescita esperienziale di chi viaggia *in relazione* con chi risiede in modo da generare una ‘cultura viva’.

Ricomprendere il turismo da eventi e festival in questa visione che mette l’esperienzialità e la crescita personale e comunitaria al centro dell’azione turistica è un obiettivo che imprime alle politiche del turismo una prospettiva etica, orientata a considerare ulteriori dinamiche relative alla sostenibilità e all’inclusività.

2. Dal Festival Musicale di Ravello al Ravello Festival

Il ricorrere di un evento specifico in uno specifico luogo può senz’altro influenzare il modo in cui quel luogo viene percepito come destinazione turistica, ovvero può contribuire in misura significativa alla costruzione dell’immagine di destinazione, che equivale a dire al *branding* del territorio, tanto più se la ricorrenza dell’evento ha una longevità superiore ai cinque anni (Brown et al., 2011: 251).

Sicuramente è questo il caso di Ravello, che si è guadagnata l’appellativo di “Città della musica” dal 1991 (per iniziativa della Provincia e del Comune stesso), in virtù del festival estivo di musica sinfonica nato nel 1953 sotto il nome tutelare di Wagner per iniziativa dell’Ente Provinciale per il Turismo di Salerno (ETP – Salerno) e che da quella data, pur evolvendosi e adattandosi nel corso di settant’anni di vita, non ha mai subito interruzioni, nemmeno l’anno dell’emergenza Covid. In molti hanno raccontato la storia di come sia nata l’idea dell’abbinamento fra Ravello e la musica, non ultimo Domenico De Masi nel prezioso volumetto *Ravello. Un petit tour* (2003). Il sociologo del lavoro, recentemente scomparso, non solo aveva teorizzato l’importanza e il ruolo dell’«ozio creativo» nella società post-industriale (2002) ma ebbe modo di sperimentare sul campo la sua teoria sociale, contribuendo in modo significativo alla trasformazione del “festival musicale di Ravello” nel “Ravello Festival”, così denominato a partire dal 2002.

Un utilizzo creativo delle informazioni desunte dalla letteratura di viaggio è, in fondo, all’origine di questa impresa di successo (Pennacchia, 2007), perché tutto parte dalla valorizzazione di un aneddoto relativo alla vita di Richard Wagner, uno dei visitatori illustri della Costiera Amalfitana. Il compositore visitò Villa Rufolo il 26 maggio 1880 insieme al pittore russo Paul von Joukovsky, con il quale stava progettando la scenografia del *Parsifal*. La villa era stata riportata al suo splendore da un aristocratico scozzese, Francis Nevile Reid, che l’aveva acquistata quando era in rovina nel 1851, eleggendola a sua residenza e trasformandola nel tempo in un residenza senza eguali che esercitava una fortissima attrattiva, per le sue caratteristiche, sui visitatori inclini al gusto per il ‘sublime’, quella speciale bellezza capace di creare inquietudine così ben

descritta da Edmund Burke già nel 1757 nel suo *A Philosophical Enquiry into the Origin of Our Ideas of the Sublime and Beautiful*. Inutile dire che Wagner percepì tutta la natura sublime di quel luogo, tanto che lasciò scritta una breve frase autografa nel libro degli ospiti della villa. De Masi la riporta così, «Riccardo Wagner con la signora e famiglia. Il magico giardino di Klingsor è trovato!», sottolineando acutamente che a Ravello «il musicista non trovò l'ispirazione per una musica da comporre in seguito», ma, al contrario, «nei ruderi medievali, nella flora aggressiva, nel panorama incomparabile» trovò, con il conforto del suo scenografo, «tutti gli elementi prefigurati dalle note del secondo atto» (De Masi, 2002: 83 e 87, corsivo originale). Questo aneddoto diventerà la giustificazione del primo evento wagneriano organizzato a Ravello, il già ricordato concerto del 1953, ideato da Paolo Caruso, storico albergatore e imprenditore ravellese – sua la trovata dell'iconico palco sospeso nel vuoto – con il sostegno di Girolamo Bottiglieri, allora Presidente dell'ETP-Salerno.

Cosa celebrava nella fattispecie quell'evento del 1953 e come stava orientando il *branding* di Ravello? A mio avviso esso esaltava, quasi istituzionalizzandolo, per così dire, lo speciale connubio fra la raffigurazione 'sublime' della Costiera così com'era stata fatta circolare in Europa da pittori del calibro di William Turner, e la musica del più riconoscibile fra i romantici tedeschi, Richard Wagner. Di viaggiatori e artisti Ravello e la Costiera ne avevano conosciuti tanti altri, ma l'associazione del nome di Wagner a una villa diventata, con la sua storia, un'enclave di *Britishness*, ha impresso al territorio una fortissima connotazione al livello di immagine di destinazione, persino impattando sulla nazionalità dei visitatori, e complessivamente conferendogli quell'aura speciale derivante dalla sensibilità al *sublime* inglese e alla *Sehnsucht* tedesca per la quale Ravello si è distinta da quel turismo di massa che proprio negli anni Cinquanta si stava sviluppando in Italia.

L'offerta musicale di Ravello cresce nel tempo e diviene, a partire dagli anni Novanta, sempre più articolata: al "festival musicale di Ravello" si affiancano iniziative pregevoli come, per esempio, la programmazione della Società dei Concerti, ideata e diretta dal ravellese Pasquale Palumbo che l'ha curata ininterrottamente dal 1993 fino alla sua morte prematura, avvenuta nel 2022, anche con lo scopo di valorizzare *location* più decentrate rispetto alla centralissima Villa Rufolo. Con il nuovo millennio, spiega De Masi, si avverte dunque la necessità di una gestione manageriale coordinata delle varie iniziative proposte e così «il giorno 11 giugno 2002 il Presidente della Regione Campania, il Sindaco del Comune di Ravello, il Presidente della Provincia di Salerno e il Presidente della Fondazione Monte Paschi di Siena hanno firmato l'atto costitutivo della 'Fondazione Ravello'» (De Masi, 2002: 223) che ha rilanciato le iniziative culturali sul territorio sotto il nome di "Ravello Festival".

Il "Ravello Festival" ha potenziato il *branding* di Ravello come luogo d'elezione per visitatori dal gusto educato, capaci di apprezzare una prestigiosa programmazione classica, di preferenza sinfonica, punteggiata di sporadiche aperture al jazz. Ha anzi, per certi versi, addirittura inscritto la sua *mission* nella

topografia del paese. Si pensi all'operazione di riqualificazione del tunnel che collega la piazza principale della cittadina alla strada provinciale diretta al valico di Chiunzi e che dal 2000 è diventata zona a traffico limitato. La valorizzazione pedonale di questo tratto stradale, che chi abita o risiede a Ravello attraversa in media almeno una volta al giorno, deve essere stata una vera e propria sfida per chi l'ha ideata; dal 2006, infatti, sono stati affissi su entrambe le pareti del tunnel una serie di quadri-poster dedicati agli eventi del festival: sul lato della direzione che va dall'esterno del paese all'interno si sussegue una sequenza permanente di fotografie storiche che testimoniano l'evoluzione del "festival musicale di Ravello" nel "Ravello Festival", in una progressione dal bianco e nero al colore; sull'altro lato, quello in uscita, si ammirano invece le fotografie coloratissime e attraenti degli artisti e delle orchestre di fama internazionale dell'edizione in corso, che, naturalmente, cambiano ogni anno. Quello che Marc Augé avrebbe definito un «non luogo» (1992) è stato così trasformato in un luogo della memoria e dell'identità: attraversare quel tunnel, in una direzione o nell'altra, significa esporsi, 'nella distrazione' come direbbe Walter Benjamin, al messaggio che il "Ravello Festival" comunica.

Ma altri e più permanenti effetti sulla topografia del paese si sono determinati a partire dalla nascita del Ravello Festival. La letteratura critica ci assicura che tra gli impatti positivi di un festival sul territorio c'è la creazione di opportunità «for community development and environmental enhancement, in addition to the more obvious benefit of income generation» (Gelder e Robinson, 2011: 134). I festival, in altre parole, oltre a generare flussi turistici e a promuovere la destinazione sono anche, in molti casi, il motore di azioni tese a migliorare il territorio e persino le sue infrastrutture, anche allo scopo di aumentare i benefici per la comunità ospitante. In quest'ottica di sviluppo si potrebbe leggere la storia del progetto di costruire a Ravello un auditorium che ospitasse i concerti in alternativa ai giardini di Villa Rufolo per consentire di allungare la stagione concertistica oltre i mesi estivi. Sempre Domenico De Masi racconta di come il famoso architetto brasiliano Oscar Niemeyer, riconosciuto come uno dei geni mondiali dell'architettura post-moderna – colui che ha progettato un'intera città, Brasilia – gli abbia *personalmente* regalato «i disegni e il plastico dell'auditorium il 23 settembre 2000, nel suo studio di Rio de Janeiro» con l'intenzione di «inserire nel paesaggio ravellese un segno inconfondibile, ma non dissonante», naturalmente su richiesta dell'allora sindaco di Ravello (De Masi, 2002: 230). Il progetto fu effettivamente finanziato e nel 2006 partirono i lavori per trasformare i disegni e il plastico in una costruzione reale, pensata per una capienza di 400 spettatori, che fu inaugurata nel gennaio del 2010 con lo scopo iniziale di destagionalizzare la programmazione concertistica. Quanto possa essere stato complesso l'innesto di questa struttura del tutto nuova nel contesto del paese lo testimoniano gli accesi dibattiti, mai del tutto cessati, che hanno accompagnato l'impresa dal nascere. E tuttavia, forse proprio la musica, per la quale l'auditorium è stato concepito, potrebbe essere il mezzo per facilitare una sua più autentica integrazione non

tanto nel paesaggio, come auspicava De Masi, ma nella vita di coloro che vivono nel territorio su cui esso sorge.

3. L'Auditorium Oscar Niemeyer e il progetto sperimentale *Culture sonore*

Proprio da una riflessione sull'Auditorium Oscar Niemeyer, sul suo significato e possibile utilizzo, ha avuto origine l'idea di *Culture sonore*, un progetto sviluppato attraverso un protocollo d'intesa fra il Dipartimento di Lingue, Letterature e Culture Straniere dell'Università Roma Tre e il Municipio di Ravello, Città della musica, firmato a Roma il 28 aprile 2023. Di vera e propria ricerca sperimentale si può parlare per *Culture sonore*, poiché a collaborare per la prima volta sono due istituzioni pubbliche che pur svolgendo nell'ordinario funzioni molto diverse tra loro, si sono incontrate sul piano dell'impegno civile per condividere una missione senza scopo di lucro: «promuovere le *culture sonore* internazionali attraverso la valorizzazione dei patrimoni linguistico-letterari/musicali in dialogo con le arti performative, visive e audiovisive, per costruire comunità di ascolto, sviluppare le nuove audience e favorire forme di cittadinanza partecipata» (<www.culturesonore.it>). E questa missione si propone innanzitutto di valorizzare per la comunità locale quello spazio a vocazione internazionale che è l'Auditorium Oscar Niemeyer.

Torniamo per un attimo alle parole di De Masi, che, nel tentativo di giustificare la costruzione di un elemento architettonico tanto audace da cambiare la *skyline* di Ravello, così aveva sintetizzato l'arte di Niemeyer:

La cultura in cui è radicata l'architettura semplice e sorprendente di questo grande maestro è quella solare – ardita ed equilibrata al tempo stesso – che unisce tutti i paesi latini, al di qua e al di là dell'Atlantico (De Masi, 2002: 229).

Forse nello scrivere queste parole il sociologo romano non era del tutto consapevole della potenzialità della sua argomentazione quando sottolineava come l'auditorium evidenziasse la naturale affinità fra paesi latini, fossero essi europei o americani. Perché, infatti, i paesi latini non condividono solo forme architettoniche 'solari', come egli scrive, ma anche e soprattutto *culture sonore* ben precise che sono riconoscibili per differenza, come nei sistemi semiotici sempre avviene, da quelle con le quali Ravello, come si ricordava sopra, è sempre stata associata in quanto Città della musica.

Proprio alla *world music* e di preferenza alle sonorità brasiliane e mediterranee, ha, allora, puntato il progetto *Culture sonore*, che, giunto alla sua seconda edizione, prevede una serie di eventi culturali a carattere musicale, ma non solo, del tutto gratuiti che si svolgono nel corso di una settimana alla fine di settembre in spazi comunali diffusi sul territorio¹. Fra i primi obiettivi del pro-

¹ Una cura particolare è stata adottata nell'elaborare per *Culture sonore* una forma di management sperimentale, che si ispira all'organizzazione dei progetti di ricerca scientifici nazionali. In quanto re-

getto vi è una residenza per artisti, collocata in una delle frazioni del Comune di Ravello più limitrofe e rurali, Sambuco; la residenza, che accoglie gli artisti per il periodo delle attività, è pensata come uno spazio collaborativo per lo sviluppo sperimentale di un'idea creativa che si innesti nel contesto territoriale, e si propone di favorire il dialogo interculturale e intergenerazionale fra musicisti di diversa nazionalità e formazione. Prevede non solo un esito conclusivo con un concerto all'Auditorium Oscar Niemeyer, ma anche esibizioni di musica diffusa sul territorio che facilitino il contatto di abitanti del luogo e visitatori con il contesto sonoro dal quale nasce la musica degli artisti in residenza.

Poiché la creazione di una comunità di ascolto passa attraverso la cura delle nuove generazioni, il progetto ha anche una forte vocazione alla formazione e prevede l'organizzazione di laboratori musicali che coinvolgono bambine e bambini delle scuole elementari e medie, e laboratori teatrali per la sonorizzazione del testo letterario dedicati alle studentesse e agli studenti delle scuole superiori nella forma di PCTO. Tali attività formative, sempre collegate al territorio, sono curate dall'università in collaborazione con gli operatori culturali residenti e con le scuole della Costiera. Vi sono, inoltre, anche incontri organizzati dall'Archivio Cinematografico Costiera Amalfitana che hanno come scopo quello di far conoscere il genere documentario come prezioso strumento di conservazione della memoria audio-visiva. Conferenze divulgative, conversazioni e incontri di parola oltre a una sezione dedicata alle arti visive, con mostre e/o installazioni, si aggiungono al programma. Lo spirito di *Culture sonore*, infine, ha risvegliato nella comunità il desiderio di recuperare la tarantella tradizionale di Ravello, con i suoi canti composti fin dagli anni Cinquanta da musicisti della Costiera, e ha condotto alla formazione di un nuovo gruppo folk per i bambini, che si esibisce nel corso della settimana dedicata al progetto.

Quindi *Culture sonore* vuole essere innanzitutto una festa per la comunità locale, più che un festival volto a intercettare flussi turistici; una festa alla quale sono invitati anche i visitatori allo scopo di coltivare insieme la capacità di ascoltarsi e ascoltare, una capacità che porta beneficio a tutte le parti.

4. Conclusioni

Un progetto come *Culture sonore* nasce oggi forse anche come reazione al fenomeno dell'*overtourism* esploso in tutta Italia nel post-pandemia, un feno-

sponsabile di progetto ho infatti costituito di concerto con la persona del Municipio che fin dall'inizio ha lavorato con me e che ha assunto la funzione di organizzatore, il consigliere con delega alla cultura Luigi Mansi, un comitato scientifico-organizzativo nel quale fossero coinvolte le figure istituzionali del Sindaco (Paolo Vuilleumier), e del Direttore di Dipartimento (Giorgio de Marchis), oltre che i maestri Pasquale Mirra, concertista originario di Ravello di chiara fama internazionale, e Lorenzo Apicella, anch'egli musicista e organizzatore di eventi legati al territorio. Il comitato così costituito è, per il momento, un organo agile e argomentativo, con specializzazioni, professionalità e conoscenze complementari, capace di processi decisionali condivisi e fortemente a contatto con il territorio.

meno che ha costretto a riflettere anche eticamente sulla questione della sostenibilità turistica, ovvero sulla capacità di un territorio e della comunità che lo abita di assorbire l'impatto di un numero eccessivo di visitatori e sugli effetti psicologici oltre che sociali che questo fenomeno comporta per intere generazioni. Per le sue caratteristiche topografiche, geografiche, sociali, Ravello è un ecosistema fragile, che va trattato con cura perché possa mantenersi in salute. Se, infatti, da un lato il *brand* "Ravello Festival" continua ad attrarre un turismo d'élite che quasi non incontra la comunità locale nella sua quotidianità – una modalità non per questo priva di effetti – altri flussi turistici, pur necessari all'economia del paese, impattano invece su aspetti del quotidiano, si pensi al turismo da matrimoni – Ravello è fra le *wedding destination* più ambite di sempre (Pennacchia, 2015) – o alle gite giornaliere del turismo da crociera.

Se è vero che gli eventi di *Culture sonore* possono costituire un richiamo per i turisti che viaggiano fuori stagione, non è questo l'obiettivo principale del progetto, che si prefigge principalmente di restituire alla comunità, e alle nuove generazioni in particolare, la propria memoria e di sollecitarle alla pratica di un ascolto consapevole anche grazie al contributo degli artisti che, nel partecipare al progetto, si aprono all'incontro con i residenti. Incoraggiare e nutrire la relazione d'ascolto dell'altro nella frequentazione attiva delle pratiche artistiche è forse un modo per predisporre a un'accoglienza che possa essere intimamente avvertita come una ricchezza e un'occasione di crescita. Molti definirebbero utopica questa posizione, come pure voler superare la contrapposizione fra arte alta e cultura popolare, patrocinio delle arti e libero commercio, élite e massa; tali dicotomie hanno dominato, nel secolo scorso, le politiche culturali, ma nella società complessa del post- potremmo forse cominciare a non considerarle più come inevitabili.

Forse un progetto come *Culture sonore* che, per così dire, 'festivalizza' la formazione potrebbe essere una terza via che si può provare a percorrere almeno in via sperimentale e ai fini della sostenibilità.

Bibliografia

- ABISCHER, P. (2021). *Viral Shakespeare. Performance in the Time of Pandemic*. Cambridge: Cambridge University Press.
- AUGÉ, M. (1992). *Non-lieux. Introduction à une anthropologie de la surmodernité*. Paris: Éditions de Seuil.
- BENNETT, A., TAYLOR, J., WOODWORD, A. (2014). *The Festivalization of Culture*. Farnham: Ashgate.
- BENJAMIN, W., *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*. Torino: Einaudi.
- BROWN, G., *et al.* (2011). Events and Destination Management. In Wang, Y., Pizam A. (eds.), *Destination Marketing and Management. Theories and Applications*, Cambridge MA: CABI, 244-257.
- DE MASI, D. (2002). *Ozio creativo*. Milano: Rizzoli.
- DE MASI, D. (2002, terza ed. 2022). *Ravello. Un petit tour*. Roma: Avagliano.
- FLORIDA, R. (2005). *Cities and the Creative Class*. New York: Routledge.
- GELDER, G., ROBINSON, P. (2011). Events, Festival and the Arts. In Robinson, P. et al. (eds.), *Research Themes for Tourism*, Cambridge MA.: CABI, 128-145.
- GETZ, D. (1997). *Event Management and Event Tourism*. New York: Cognizant Communication Corporation.
- HARTLEY, J. (2005). Creative Industries. In Hartley, J. (ed.), *Creative Industries*, Oxford-UK and Carlton-Australia: Blackwell Publishing, 1-40.
- MAUSSIER, B. (2024). *Il valore sociale dei Festival. La creatività comunicativa*. Milano: Franco Angeli.
- PENNACCHIA, M. (2007). Letteratura, turismo e politiche culturali: il caso di Amalfi e Ravello. In Rocca Longo, M. et al. (a cura di), *La comunicazione turistica. Viaggi reale e virtuali fra storia e futuro*. Roma: Edizioni Kappa, 253-263.
- PENNACCHIA, M. (2015). Postfazione: Industrie creative, discipline umanistiche e turismo. In Pennacchia, M., Rocca Longo, M. (a cura di). *Turismo creativo e identità culturale*. Roma: Roma Tre-Press, 175-181.
- PENNACCHIA, M. (2015). Turismo letterario, adattamento filmico e *wedding destination*: 'marriage à la Wilde' in Costiera Amalfitana. In Pennacchia M., Rocca Longo, M. (a cura di), *Turismo creativo e identità culturale*. Roma: Roma Tre-Press, 129-137.