

## Life Beyond Tourism®

### *In Viaggio per il Dialogo - Travel for Dialogue - Путешествие для Диалога*

Paolo Del Bianco

*Presidente della Fondazione Romualdo del Bianco*

L'osservazione della Cupola del Brunelleschi pensando a quanto la stessa influenzi l'economia del nostro territorio, quindi la nostra vita quotidiana, non è certo frequente.

Non è frequente neppure vedere un imprenditore o un lavoratore dei servizi del turismo riflettere per un sincero ringraziamento nei confronti di tutti coloro che, come Filippo Brunelleschi, con il loro impegno creativo hanno reso la nostra città tale da averla fatta assurgere a Patrimonio Mondiale dell'Umanità, ambita meta di tanti viaggi, quindi città che produce ricchezza per sé e per il proprio territorio.

Opere imponenti come la Cupola, così come tante altre, ad esempio il Colosseo, avrebbero bisogno di un'adeguata spiegazione ai visitatori, ma anche ai cittadini, del perché si sentì a suo tempo il bisogno dell'opera, in quella sua forma e dimensione e con quei materiali, in quale contesto culturale, storico-economico-sociale; un impegno per un obiettivo comune da conseguire sia per chi è in visita sia per chi accoglie il visitatore, impegno che valorizzerebbe molto più la genialità dell'Opera stessa. In altre parole intendiamo semplicemente dire che ogni Opera dovrebbe essere spiegata soprattutto partendo dal suo "perché", dagli elementi intangibili della sua creazione. D'altronde la massa di visitatori ha investito il proprio denaro, ma soprattutto il proprio tempo, per una visita ad un sito, in questo caso Patrimonio dell'Umanità e, spesso, per far capire l'eccezionalità dell'Opera sarebbe utile un raffronto con opere contemporanee in altri paesi; così come comparare la dimensione della città rispetto ad altre negli stessi anni, così come comparare il costo di un cavallo con il costo di una formella in bronzo delle porte del Battistero al momento della loro realizzazione.

La frettosità con cui oggi vengono affrontati i viaggi consumando tutto, consuma anche le nostre più fertili peculiarità di abitanti del luogo visitato, fino al loro annientamento. Ne siamo coscienti, ma nei fatti non facciamo abbastanza per reagire.

Sarebbe auspicabile vedere, da città come Firenze, il decollo di *movimenti* orientati a riflettere che andando oltre il turismo dei servizi e dei consumi ci aspetta un viaggio della conoscenza dei singoli luoghi per favorire il dialogo tra culture, oggi imprescindibile per uno sviluppo sostenibile: un vero contributo alla **Convenzione per la Salvaguardia del Patrimonio Culturale Immateriale** (Parigi 17 ottobre 2003) e, oltre a questa, alla **Convenzione sulla Protezione e la Promozione della Diversità delle Espressioni Culturali** (Parigi 20 ottobre 2005), per quella straordinaria varietà del sapere umano, sviluppato fin dalle origini per la sopravvivenza, nelle varie condizioni ambientali del territorio di appartenenza.

Ecco che in questa ottica la **Convenzione sulla Protezione del Patrimonio Mondiale Culturale e Naturale dell'Umanità** (17 ottobre-21 novembre 1972), con la sua straordinaria importanza, diventa strategia per avvicinare persone di culture diverse, per farle riflettere superando le tematiche della quotidianità – che ci vedono spesso in confronto non sempre armonico, a volte in aperto scontro – per affrontare serenamente e superare le tematiche nuove che la globalizzazione ci pone e di fronte alle quali siamo sempre più spesso impreparati.

Potremmo, qui a Firenze, avviare questo *movimento* di riflessione e chiamare in primo luogo a riflettere con noi le città gemellate con la nostra, per capire quale possa essere la nuova missione di queste realtà urbane che, come Firenze, hanno visto un incredibile decremento della propria popolazione per far posto al cosiddetto "turismo mordi e fuggi"?

La Fondazione Romualdo Del Bianco ha chiamato *Life Beyond Tourism* il *movimento*, che ha concepito e avviato in tal senso, ovvero una vita, ovvero un mondo di opportunità oltre quel *turismo mordi e fuggi*, oltre il turismo dei servizi e dei consumi, vedendo per il viaggio la riaffermazione della sua antica funzione di scoperta e di apprezzamento dei valori del luogo, delle diversità culturali; vedendo così per il Patrimonio non solo l'esigenza di

*tutela e valorizzazione*, ma anche la grande opportunità di “fruizione ai fini sociali” per una pacifica convivenza tra i popoli<sup>1</sup>. Questo *movimento* dovrebbe contribuire a favorire uno sviluppo sostenibile in questo condominio terra che si muove velocemente verso i dieci miliardi di abitanti.

Il XX secolo, con uno sviluppo dei servizi e dei trasporti, prima inimmaginabile, ha reso sempre più accessibili viaggi tra luoghi sempre più distanti, sempre in minor tempo e a prezzi sempre più accessibili. Si è creata una rete mondiale di eccezionale spessore che ha dato forma al fenomeno turistico che con il secolo scorso ha cambiato le nostre realtà, rendendole sempre più parte di un frenetico sistema di osmosi solo apparente tra culture, anche tra quelle meno vicine per distanza geografica e per elementi ideologici. Osmosi apparente in quanto proprio la brevità del viaggio, la rapidità degli incontri, la standardizzazione dei servizi per soddisfare le esigenze di tutti i visitatori – i turisti – mantiene distinti, come l’olio nell’acqua, i visitatori dai residenti.

Un tempo essere “ospitali” con il nostro visitatore equivaleva a farlo sentire a casa propria, oggi equivale a farlo sentire a casa nostra nel minor tempo possibile per la brevità del suo soggiorno; ma spesso neppure si riesce ad avere l’opportunità per tentare di essere ospitali, il rapporto umano è sempre più limitato nella relazione e nel tempo; talvolta non esiste, come è il caso di quei turisti che giungono con le navi da crociera nel porto più vicino e con un taxi raggiungono la meta ove, acquistando una maglietta-ricordo, testimoniano che “sono stati” in quel luogo. Spesso questo “ci siamo stati” viene confuso dall’ascoltatore, ma anche dallo stesso soggetto, con “ho conosciuto, ho imparato”, quando invece, in una società complessa, imparare equivale ad apprezzare una diversità culturale, diversità che non è facile conoscere.

Quindi viaggiare dovrebbe sensibilizzare al rispetto per la diversità; capirla, sappiamo, è ben altro obiettivo, ma un bassissimo soggiorno medio del visitatore cambia decisamente le nostre città e le abitudini dei suoi residenti. I cittadini hanno abbandonato i centri storici che si sono riempiti di turisti; la presenza di questi nuovi veloci abitanti favorisce sempre più abbandono da parte dei pochi residenti rimasti. Ne consegue che tutto, fin dall’abbigliamento delle fiamme di turisti che scorrono per strada, fa parte di un nuovo *paesaggio storico urbano* che giorno dopo giorno abbiamo accettato, ma che non si armonizza né con la Cupola del Brunelleschi, né con la sua funzione,

anzi ne riduce fortemente l’emozione rendendola prodotto di consumo comparabile ad ardite opere recentissime.

Tutto questo ha portato ricchezza economica il cui prezzo però è l’impoverimento dei valori di una città senza più vita propria, divenuta museo all’aperto con una variegata distribuzione di servizi tutti fortemente orientati al consumo rapido e superficiale.

Il recupero del centro storico per i cittadini appare estremamente difficile, ma è un impegno che Firenze potrebbe cogliere come città-guida per un percorso che, seppure arduo, non è impossibile ed è assolutamente necessario tentare; se poi, per comunicarlo meglio nella nostra società dei consumi riteniamo necessario dargli una connotazione attuale, chiamiamolo pure “nuovo prodotto”: forse sarà più leggibile dalle masse che nel tempo si sentiranno coinvolte diventando viaggiatori consapevoli e partecipi.

A fianco delle Città come Firenze, e dei loro Amministratori, creiamo questo *movimento* per avviare un percorso che da Firenze possa essere l’avvio di un messaggio che, con Life Beyond Tourism®, affermi il *viaggio dei valori*, coinvolgendo anche le grandi masse.

Questo orientamento è stato presentato per la prima volta a Baku il 20 novembre 2007, poi a Firenze il 15 Marzo 2008, poi condiviso da ICOMOS in Quebec nel 2008, ancora condiviso da ICOMOS nel 2013 con la formale sottoscrizione a Parigi del Memorandum di Collaborazione con il suo Presidente, Memorandum sottoscritto anche da molte Università, Istituzioni, Amministrazioni di Città, Amministrazioni di Regioni e Ministeri di varie Nazioni. Un orientamento, forse una filosofia, che profittando dello sviluppo del sistema turismo del XX secolo intende valorizzare il viaggio per la sua importanza per la comunità internazionale. Una semplice trasformazione, ma sostanziale: dal “turismo egoistico”, al “viaggio per uno sviluppo sostenibile” e profondamente “umano” nella migliore accezione della parola.

Quindi, dal

***Viaggio egoistico***, ossia

- dal turismo culturale, ovvero “viaggio per la mia mera erudizione”,
- dal turismo termale, ovvero “viaggio per il mio benessere fisico”,
- dal turismo enogastronomico, ovvero “viaggio per la mia cultura e gola”,
- ecc.

al

**Viaggio dei valori**, ossia

– al viaggio per conoscere la *personalità culturale* dei luoghi

– al viaggio per entrare nell'universo delle conoscenze tradizionali dei diversi luoghi

quindi

– al viaggio per capire meglio e contribuire al dialogo tra culture.

In altre parole è giunta l'ora di valorizzare,

– prima ancora della nostra fetta, la torta di cui la nostra fetta è parte

– prima ancora del ramo su cui siamo collocati, l'intero albero di cui il nostro ramo fa parte.

Una semplice conseguenza di questa diversa visuale è l'aumento della permanenza media nel luogo, quindi il viaggiatore diventa il *nuovo residente* -se pure temporaneo- del centro urbano che sarà vissuto in modo totalmente diverso da quel segmento di viaggiatori residenti la cui vita, nel corso del loro soggiorno, sarà orientata ad apprezzare e non più consumare, il patrimonio locale. Dunque non più *turisti*, ma *viaggiatori residenti* nelle nostre città, mossi dall'interesse di una profonda scoperta del luogo con i suoi usi e costumi; con un aumento del soggiorno medio che consentirà di concedersi anche una serata al teatro o al concerto, o a veri colloqui con gli abitanti, cosa evidentemente impossibile per chi soggiorna solo due o tre notti, in uno stressante pacchetto turistico di due, tre, quattro località in una settimana.

Anche l'abbigliamento del *viaggiatore residente* sarà meno "usa e getta" -con un contributo non insignificante al Paesaggio Storico Urbano-; anche i loro acquisti saranno meno orientati alla raccolta di meri souvenir, anche la loro attenzione e cura e rispetto al luogo sarà meno superficiale, saranno più attenti, più dedicati alla partecipazione e più soddisfatti per un prodotto diverso, più profondo, in linea con le attuali, impellenti esigenze di dialogo tra culture.

Ecco far partecipare alla vita della città è l'obiettivo che consente di variare l'attuale situazione "da ricchezza degradata a ricchezza valorizzata" con un nuovo "prodotto" ove gli stessi residenti saranno attiva parte, sempre più consapevole della personalità e conseguente dignità del luogo e sempre più orientati a concepire in nuovo modo il concetto di ospitalità.

I servizi cambieranno per le diverse esigenze del nuovo residente e sarà sempre superiore la domanda di corsi o semplici lezioni per apprezzare le opere e il contesto in cui sono state concepite, contesto comparato con il corrispondente del loro Paese. Questo diventerà "moda", un trend cui il mercato, anche dell'attuale *turismo escursionistico*, si adegnerà nel breve tempo, in quanto è un nuovo prodotto da consumare, ma in ben altro modo e all'insegna del dialogo tra culture, per contribuire ad uno sviluppo sostenibile in questo condominio terra sempre più bisognoso di relazioni umane sempre più strette fra culture diverse.

*Palazzo Coppini-Centro Studi e Incontri Internazionali* è un piccolo esempio: la programmata conversione da 'direzionale' a 'turistico ricettiva' non è mai avvenuta, in quanto in ultima decisione si è preferito dare spazio e visibilità a quelle testimonianze che hanno caratterizzato i rapporti ultra-ventennali della Fondazione Romualdo Del Bianco<sup>1</sup> con le oltre cinquecento Istituzioni e Università di ottanta Paesi nei cinque continenti. Un semplice *monumento alle relazioni umane* a testimonianza di quanto fatto, ma soprattutto a testimonianza di quanto sia stato apprezzato un affetto dimostrato con i fatti, in un sensibile lasso di tempo dal 14 settembre 1991 -la data del colpo di martello di Pietro Cannata alla statua del David- fino alla data della inaugurazione del restaurato Palazzo Coppini l'8 maggio 2013. Un affetto apprezzato, cui è stato risposto con altrettanto affetto e che ha generato, a sua volta, affetto.

L'arte avvicina i popoli e Firenze potrebbe essere la guida di questo *movimento* con le sue città gemellate, grazie proprio alle Opere come quella del Brunelleschi, contribuendo così all'*avvicinamento delle culture*, come auspicato dal proclama del Direttore Generale UNESCO, Irina Bokova, del 23 agosto 2013 da Almaty in Kazakhstan, tema che vede coinvolta la Fondazione dal citato 1991.

<sup>1</sup> Per contribuire a questo fine la Fondazione concepisce iniziative a livello internazionale come il convegno "Domes in the World" (Le cupole nel mondo), nato con i suoi Esperti prof. Andrzej Kadluczka dell'Università di Tecnologia Tadeusz Kościuszko di Cracovia e il Prof. Jerzy Jazenko dell'Università di Tecnologia di Wrocław in Polonia. Le istituzioni promotrici e organizzatrici di quel Convegno, che si è poi tenuto nei giorni 19-23 Marzo 2012, sono state la Fondazione Romualdo Del Bianco, il Dipartimento di Architettura, Disegno, Storia e Progetto dell'Università degli Studi di Firenze e il Collegio degli Ingegneri della Toscana.

## Life Beyond Tourism® - Travel for Dialogue

Viewing the Brunelleschi's Dome, thinking about how strongly it influences the economy of our territory and, consequently, everyday life, is definitely not a frequent phenomenon.

Neither is frequent to see a businessman or a tourism services' operator thinking of a sincere gratitude towards all those who like Filippo Brunelleschi, with their creative efforts have rendered our city as it is, the World Heritage of Humanity, a sought-after travel destination and, thus, a city that produces wealth for itself and for its territory.

Imposing creations such as the Dome, as well as all the others, like a Colosseum, need an adequate explanation to the visitors, but also to the citizens, of the reasons why there was a need of this work of art and in which cultural, historical-economic-social context it was born. A commitment towards reaching a common goal both for those who visit and those who welcome the guests, a commitment that would valorize much more the genius of the Work itself. In other words, we simply intend to say that each Work should be explained especially starting with its "why", with the intangible elements of its creation. Moreover, the masses of visitors have invested their own money and, especially their time, for visiting a site, in this case a World Heritage Site; and very often for a better understanding of the exceptional character of a Work, a comparison with contemporary works in other countries would be very useful; equally useful would be a comparison of the dimension of a city with respect to others in the same years or a comparison of the cost of a horse with the cost of a bronze plate of the doors of the Baptistry at the time of their construction.

The all-consuming haste, with which the trips are done today consumes also our most fertile peculiarities, up to their annihilation. We are aware of this, but in fact we do not do enough to react.

It would be desirable to see, from cities like Florence, the birth of 'movements' oriented at realizing that, apart from tourism of services and consumption, we can expect a journey of knowledge of single places aimed at encouraging the dialogue among cultures, indispensable for sustainable development today: a real

contribution to the **Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage** (Paris, 17 October 2003) and, besides from this, to the **Convention on the protection and promotion of the diversity of cultural expressions** (Paris, 20 October 2005), for that extraordinary variety of human knowledge, developed from the origins with the logic of survival, in various environmental conditions of the territory of belonging

Thus, from this perspective, the **Convention concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage** (17 October-21 November 1972), with its exceptional importance, becomes a strategy for bringing closer people of different cultures, in order to make them think beyond the issues of everyday life – that often see us in confrontation, not always harmonious and sometimes in an open conflict – in order to approach with serenity and overcome the new issues that globalization presents to us and in front of which we are found more and more unprepared.

Could we, here in Florence, give birth to this 'movement' of reflection and invite to think with us, in the first place, the twin cities of Florence, so as to understand what can be a new mission of these urban contexts that, like Florence, have observed an incredible decrease in its own population in order to give space to the so-called "hit-and-run tourism"?

The Romualdo Del Bianco Foundation has given the name *Life Beyond Tourism* to the 'movement' that it conceived and launched, in other words, a life, a world of opportunities, beyond hit-and-run tourism, beyond tourism of services and consumption, perceiving travelling as the re-affirmation of its ancient function of discovery and appreciation of the values of a place, cultural diversities, perceiving for the Heritage not only the necessity of safeguarding and valorization, but also fruition for social aims and a peaceful co-existence among peoples<sup>1</sup>.

This movement should contribute to favoring sustainable development in this condominium earth incessantly moving towards ten billion inhabitants.

The XX century, with the development of services and transport, unimaginable before, has rendered ever more accessible travelling between ever more distant

places, with ever less time needed and at ever more affordable prices. A worldwide network of exceptional dimensions has been created that gave shape to a phenomenon of tourism that since the last century has changed our realities rendering them more and more part of the frenetic system of only apparent osmosis system among cultures, also among those more distant in geographic sense and from the point of view of ideological elements. The apparent osmosis conditioned by brevity of travel, speed of meetings, standardization of services for the satisfaction of requirements of all visitors –tourists– keeps separate, like oil in water, visitors from residents.

Time ago, to be “hospitable” with our visitor was tantamount to making him feel at home, today it is equivalent to making him feel at home in the shortest possible time for the brevity of his stay; but often we don’t even have an opportunity to try to be hospitable, the human relationship is more and more limited in the sense of relations and time; sometimes it doesn’t exist at all, as in cases of tourists arriving by cruising ships in the nearest port and reaching by taxi a destination, where buying a souvenir T-shirt testifies that they ‘have been’ in that place. Often this ‘we have been’ is confused by the listener, but also by the person itself, with ‘I knew, I learned’, when, on the contrary, in a complex society, learning is equivalent to appreciating cultural diversity, diversity that is not easy to comprehend.

Thus, travelling should raise awareness of the respect for diversity; understanding it, and we know it, is a completely different aim, but an extremely short average stay of the visitor definitely changes our cities and habits of its residents. Citizens have abandoned historic centers that got filled with tourists; the presence of these new fast inhabitants favors increasingly the rapid abandonment of the few remaining residents. As a consequence, everything, starting from the clothes of streams of tourists flowing in the streets, is a part of a new ‘*historic urban landscape*’ that we have been accepting day after day, but that does not harmonize either with the Brunelleschi’s Dome, nor with its function, rather it reduces greatly the excitement rendering it a consumer product comparable to recent works such as the ambitious tower in Tokyo, created in a seismic area.

All this has brought economic wealth, the price of which is the impoverishment of values of a city without

its own life, that has become an open-air museum with a varied distribution of services, all of which are highly consumer-oriented, rapid and superficial.

The recovery of the historic center for citizens appears to be extremely difficult, but it is a commitment that Florence could take as a guiding line for a journey, which is, whatever difficult, but not impossible and absolutely worth of making an attempt; if then, in order to communicate it better to our consumerist society, we consider necessary to give it a present-day connotation, let’s call it a “new product”, probably it will be more readable for the masses that over time will feel involved and become conscious travelers-participants.

Alongside the City of Florence and its Administrators, we are creating this *movement* in order to launch a project that from Florence could be the beginning of a message that, with Life Beyond Tourism®, affirms *the travel of values*, involving large masses. This approach was presented for the first time on November 20, 2007 in Baku, then in Florence on March 15, 2008, and then was shared by ICOMOS in Quebec in 2008. An approach, or perhaps a philosophy, which thanks to the development of the tourism system in the XX century, aims at valorizing the journey towards its significance for the international community. A simple but substantial transformation: from the “egoistic tourism” to the “travel for sustainable development”, profoundly “human” in the best sense of the word.

Thus, from

*Egoistic travel*, or

- from cultural tourism or, in other words “travel for my mere erudition”
- from spa tourism, or in other words “travel for my physical well-being”
- from enogastronomic tourism, or in other words “travel for my culture and satisfaction”,

to *Travel of values*, or

- to travel for getting to know the ‘cultural personality’ of places
  - to travel for entering into the universe of traditional knowledge of different places therefore
  - to travel for a better understanding and contribution to the dialogue among cultures.
- In other words, time has come to valorize,

– even before the branch on which we are placed, the entire tree, to which this branch belongs  
 – even before our own piece, the cake, of which our piece makes part

A simple consequence of this different point of view is the increase in average length of stay in a place, and therefore the traveler becomes a *new resident* – even though a temporary one – of the urban center that, will be lived in a totally different way by that segment of travelers-residents whose lives, during their stay, will be oriented to appreciating and no more consuming the local heritage. Thus, no more *tourists*, but *travelers residing* in our cities, driven by the interest of a profound discovery of the place with its customs and traditions. With an increase in the average stay that will also allow for an evening at the theater or at a concert, something obviously impossible for those staying two or three nights in a stressful tour package of two, three or four locations per week.

Even the clothing of the traveler-resident will be less 'throwaway' - with a not insignificant contribution to the Historic Urban Landscape - even their purchases will be less oriented to mere collection of souvenirs, also their attention and care and respect to the place will be less superficial, they will be more careful, more dedicated to participation and more satisfied with a different product, more profound, in line with the current, urgent needs of dialogue among cultures.

Thus, participation in the life of the city is the goal that permits you to change the current situation "from degraded wealth to valorized wealth" with a new 'product', in which residents themselves will be an active part, increasingly aware of the inherent personality and respective dignity of the place and ever more oriented at conceiving the new concept of hospitality.

Services will change according to different requirements of new residents and demand will increase for courses or simple lessons aimed at appreciation of the works of art and the context, in which they were conceived, the context compared to the respective context and historical moment of their own Country. This will

become 'fashionable', a trend, to which the market, also of the present-day *excursionist tourism*, will adjust in a short time, as it is a new product to be consumed, but in a very different way and under the sign of dialogue among cultures, aimed at contributing to sustainable development in this condominium earth that is ever more in need of human relations and ever closer relations between different cultures.

*Palazzo Coppini-International Meeting and Study Centre* is a small example, a conversion from an office space to tourist accommodation that never took place, as in the final decision it was preferred to give space and visibility to those testimonies that have characterized relations of more than twenty years between the Romualdo Del Bianco Foundation<sup>1</sup> and over five hundred institutions and universities from eighty countries on five continents. A simple monument to human relations as evidence of what has been done, but above all of how highly was appreciated the affection demonstrated with these facts, in a significant lapse of time from September 14, 1991 - the date of the hammer blow by Pietro Cannata to the statue of David - up to the date of its inauguration on May 8, 2013. An affection, to which it was replied with equal affection and which generated affection in its turn.

Art brings peoples together and Florence might be a driving force of this *movement* with its twin cities, thanks to its Artworks like that of Brunelleschi, contributing thus to the *rapprochement of cultures*, as advocated by the proclamation of Director-General Irina Bokova, on 23 August, 2013 in Almaty, Kazakhstan.

1 With an aim of contributing to this objective, the Foundation conceives initiatives at the international level, such as "Domes in the World", created by its Experts Prof. Andrzej Kadluczka from the University of Technology named after Tadeusz Kościuszka and Prof. Jerzy Jazenko of the Wrocław University of Technology in Poland. The institutions promoters and organizers of this Congress, that took place on 19-23 March 2012, were the Romualdo Del Bianco Foundation, Department of Architecture, Design, History and Project Making of the University of Florence, as well as the College of Engineers of Tuscany. The contributions selected for the publication were one hundred seventy, coming from 28 countries on 5 continents.

## Life Beyond Tourism® - Путешествие для Диалога

Смотреть на Купол Брунеллески, думая о том, насколько он влияет на экономику нашей территории и, следовательно, на нашу ежедневную жизнь - не частое явление.

Не часто можно увидеть также и предпринимателя или работника сферы туристических услуг размышляющими с искренней благодарностью о всех тех, кто, как и Филиппо Брунеллески, сделали своим творческим трудом наш город таким, каким он есть сегодня, Всемирным Наследием ЮНЕСКО, популярным пунктом назначения многих путешествий и, соответственно, городом, который производит богатство для себя и собственной территории.

Внушительные творения, такие как Купол и многие другие, как к примеру Колизей, нуждаются в надлежащем объяснении как для посетителей, так и для местных жителей, того, почему возникла потребность в их создании в конкретный момент времени и в каком контексте, культурном, историческом, экономическом и социальном, оно было создано.

Приверженность к общей цели, которая должна быть достигнута как теми, кто посещает, так и теми, кто принимает посетителей, приверженность, которая бы еще больше утвердила гениальность самого Произведения. Иными словами, мы просто хотим сказать, что каждое Произведение должно быть объяснено, в первую очередь, с точки зрения его “почему”, нематериальных элементов его создания. Кроме того, масса посетителей вложила свои собственные деньги, но и прежде всего свое время для посещения конкретной местности, в данном случае, Объекта Всемирного Наследия, и поэтому часто для понимания уникальности творения было бы целесообразно сравнить его с современными ему произведениями в других странах; а также сравнить размеры города с другими городами в те же годы, или же сравнить стоимость лошади со стоимостью плиты бронзовых дверей Баптистерия ввремя их создания.

Поспешность, с которой сегодня совершаются путешествия с логикой все-потребления, поглощает также наши самые ценные особенности, приводя часто к их уничтожению. Мы осознаем это, но фактически не делаем достаточно, чтобы прореагировать на это соответственным образом.

Хотелось бы видеть в таких городах, как Флоренция, начало ‘движений’, ориентированных на размышление о том, что помимо туризма услуг и потребления, мы ожидаем также путешествие для познания отдельных территорий, способствующее диалогу между культурами, крайне необходимому сегодня для устойчивого развития: истинный вклад в Конвенцию об охране нематериального культурного наследия (Париж, 17 октября 2003 г.), а также в Конвенцию по охране и поощрению разнообразия форм культурного самовыражения (Париж, 20 октября 2005 г.), на благо этого необыкновенного разнообразия человеческих знаний от их зарождения и логики выживания, в различных условиях окружающей среды на территории их принадлежности. Таким образом, в этой перспективе Конвенция об охране всемирного культурного и природного наследия (17 октября – 21 ноября 1972 г.) становится стратегическим элементом для сближения людей различных культур, чтобы призвать их к размышлению вне рамок вопросов ежедневной жизни – в решении которых мы часто не находим согласие и гармонию, а часто и вступаем в открытое противодействие – с тем чтобы спокойно принять и преодолеть возникающие новые тематики глобализации, перед лицом которых мы все более и более неподготовлены.

Могли бы мы начать, отсюда из Флоренции, это ‘движение’ размышления и призвать к размышлению вместе с нами, в первую очередь, города-побратимы Флоренции, чтобы понять, какой должна быть новая миссия этих урбанистических реалий, которые, как Флоренция, стали свидетелями катастрофического уменьшения собствен-

ного населения, чтобы уступить место так называемому “туризму хватай и брось”?

Фонд Ромуальдо Дель Бьянко назвал ‘движение’, которое он задумал и начал, *Life Beyond Tourism*, или иными словами жизнь, мир возможностей, за рамками этого туризма хватай и брось, за рамками туризма услуг и потребления, видя в путешествии утверждение его древней функции открытия и познания ценностей местности, разнообразия форм культурного разнообразия и признавая для Наследия не только необходимость охраны и валоризации, но также и использования для социальных целей для мирного сосуществования народов<sup>1</sup>. Это движение должно внести вклад в содействие устойчивому развитию в нашем многоквартирном комплексе земля, население которой приближается к десяти миллиардам жителей.

XX век, с развитием услуг и транспорта, ранее невообразимым, сделал все более доступными путешествия во все более далекие места, за все меньшее время и по все более доступным ценам. Была создана всемирная сеть исключительных размеров, которая стимулировала появление феномена туризма, который начиная с прошлого века изменил наши реалии, сделав их частью системы только кажущегося единения культур, также и тех, которые менее близки в географическом и идеологическом смысле. Кажущееся единение именно по причине краткости путешествий, быстроты встреч, стандартизации услуг для удовлетворения потребностей всех посетителей – туристов – которые остаются, как масло в воде, отделенными от местных жителей.

Раньше быть “гостеприимными” по отношению к нашим гостям было равносильно сделать так, чтобы они почувствовали себя как дома, сегодня же это означает позволить им почувствовать себя у нас дома в кратчайшие сроки по причине краткости его пребывания; но часто у нас нет возможности даже попытаться быть гостеприимными, межличностные отношения все более ограничены во времени; а иногда они просто не существуют, как в случае туристов, которые прибывают на круизных судах в ближайший порт и на такси достигают места назначения, где, купив сувенирную майку, они утверждают, что ‘побывали’ в этом месте.

Часто это ‘мы там были’ неверно воспринимается слушающим и самим же говорящим, и ошибочно понимается как ‘я узнал, я познал’, тогда как в нашем сложном обществе познать значит оценить культурное разнообразие, разнообразие, которое совсем нелегко познать.

Таким образом, путешествие должно повышать осведомленность об уважении к разнообразию; понять ее, как мы хорошо знаем, это совершенно другая цель, но очень низкая средняя продолжительность пребывания посетителей определенно меняет наши города и привычки их жителей. Местные жители покинули исторические центры, которые заполнились туристами; присутствие этих новых быстрых жителей способствует все большему отъезду даже тех немногих оставшихся местных жителей. Из этого следует, что все, начиная от одежды потоков туристов, протекающих по улицам, является частью ‘исторического урбанистического ландшафта’, который мы принимаем изо дня в день, но который не гармонизирует ни с Куполом Брунеллески, ни с его назначением, и более того значительно снижает уровень эмоций, делая из него продукт потребления, сравнимый с недавними творениями, такими как амбициозная башня в Токио, построенная в сейсмической зоне.

Все это принесло экономическое богатство, цена которому обнищание ценностей города, лишённого собственной жизни и превратившегося в музей под открытым небом с разнообразным распределением услуг, четко ориентированных на быстрое и поверхностное потребление.

Восстановление исторического центра для его жителей представляется невероятно сложным, но это то обязательство, которое Флоренция могла взять на себя как ведущий город на пути, пусть и трудном, но не невозможном и который абсолютно необходимо испытать; и если в дальнейшем, чтобы лучше представить его в нашем обществе потребления, мы посчитаем необходимым придать ему современную коннотацию, назвав его “новым продуктом”, возможно так он будет лучше восприниматься массами, которые со временем почувствуют себя вовлеченными в его жизнь как сознательные и активные путешественники.

Вместе с такими городами как Флоренция и ее



Администрация мы создаем это движение, чтобы начать из Флоренции развитие идеи, которая при помощи Life Beyond Tourism®, утверждает путешествие, основанное на ценностях, привлекая широкие массы. Это видение было впервые представлено в Баку 20 ноября 2007 г., а затем во Флоренции 15 марта 2008 г., и поддержано ИКОМОС в Квебеке в 2008 г. Видение, а возможно и философия, которая благодаря развитию системы туризма в XX веке, ставит цель утвердить ценность путешествия для международного сообщества. Простое, но существенное изменение: от “эгоистического туризма”, к “путешествию для устойчивого развития”, глубоко “человечного” в лучшем понимании этого слова.

Таким образом, от  
 Эгоистического путешествия, или же  
 – от культурного туризма, или “путешествия для моей собственной эрудиции”  
 – от курортного туризма, или “путешествия для моего физического благосостояния”  
 – от эно-гастрономического туризма, или “путешествия для моей культуры и вкуса”

к Путешествию, основанному на ценностях, или же  
 – к путешествию для познания ‘культурной индивидуальности’ территорий  
 – к путешествию в мир традиционных знаний различных территорий и следовательно  
 – к путешествию, которое помогает лучше понять и внести вклад в диалог между культурами

Другими словами, пришло время утвердить ценность,  
 – не ветви, на которой мы расположились, а всего дерева, частью которого эта ветвь является  
 – не нашего куска, а всего торта, к которому он принадлежит

Простым следствием этого изменения видения является увеличение средней продолжительности пребывания на местности, и таким образом, путешественник становится новым жителем урбанистического центра, жизнь которого кардинально меняется за счет того сегмента путешественни-

ков-жителей, жизнь которых, в течение их пребывания, ориентирована на то, чтобы осознать, а не потребить местное наследие. Таким образом, уже не туристы, а путешественники-жители наших городов, движимые интересом к глубокому познанию местности с ее обычаями и традициями. С увеличением среднего пребывания, которое позволит насладиться вечером в театре или на концерте, что естественно невозможно для тех, кто останавливается на две или три ночи, в рамках стрессового турпакета, рассчитанного на посещение двух, трех или четырех мест в неделю.

Также и одежда путешественников-жителей будет менее ‘одноразовой’ – с немаловажным вкладом в Исторический Урбанистический Ландшафт – , также и их покупки будут менее ориентированы на сбор сувениров, также и их внимание, забота и уважение к местности будет менее поверхностными и более настроенными на участие, а сами они будут более удовлетворены новым продуктом, более глубоким и соответствующим сегодняшним, неотложным потребностям диалога между культурами.

Таким образом, привлечение к участию в жизни города представляет собой цель, которая позволяет изменить теперешнюю ситуацию “от деградировавшего богатства к богатству валоризированному” при помощи нового ‘продукта’, в рамках которого сами местные жители будут активными участниками, все более и более осознающими индивидуальность и соответственное достоинство местности, и все более ориентированными на понимание новой концепции гостеприимства.

Сфера услуг изменится в соответствии с новыми потребностями новых жителей и повысится спрос на курсы или простые лекции, позволяющие раскрыть ценность произведений искусства и контекста, в котором они были созданы, и сопоставимым с соответствующим контекстом исторического момента их Страны. Это станет ‘модным’, тенденцией, к которой рынок, также и сегодняшний рынок *экскурсионного туризма*, адаптируется в краткие сроки, так как это в любом случае это продукт для потребления, но только другим способом, под знаком диалога между культурами, для внесения вклада в устойчивое развитие в нашем

многоквартирном доме земля, которая все больше и больше нуждается в более близких человеческих отношениях между различными культурами.

Палаццо Коппини-Международный Центр Исследований и Встреч представляет собой маленький пример, превращение из офисного здания в отельную резиденцию, которое никогда не произошло, так как окончательное решение предпочло предоставить пространство и видимость тем знакам и свидетельствам, которые охарактеризовали более чем двадцатилетние отношения Фонда Ромуальдо Дель Бьянко® с более чем пятистами Учреждениями и Университетами из 80 стран на пяти континентах. Простой памятник человеческим отношениям, как свидетельство всего сделанного, но в особенности того, как высоко оценена нами та любовь, которая была продемонстрирована действиями, в значительный период времени с 14 сентября 1991 г. – даты удара молотком по статуе Давида Пьетром Канната – до инаугурации Палаццо Коппини 8 мая 2013 г. Любовь, высоко оцененная, на которую был дан ответ с равной любовью и которая вызвала, в свою очередь, любовь.

Искусство сближает народы, и Флоренция могла бы повести это движение вместе со своими городами-побратимами, именно благодаря таким произведениям, как Купол Брунеллески, внося таким образом вклад в сближение культур, в соответствии с провозглашением Генерального Директора Ирины Боковой 23 августа 2013 г. в Алма-Ате, Казахстане.

1 Для осуществления этой цели, Фонд реализует инициативы международного уровня, как “Domes in the World” (Купола Мира), которая бы задумана вместе с Экспертами Фонда Проф. Анджеем Кадлучка из Технологического Университета им. Тадеуша Кастюшки и Проф. Ерзи Яценко из Вроцлавского Технологического Университета в Польше. Промоутерами и организаторами этого Конгресса являлись Фонд Ромуальдо Дель Бьянко, Кафедра Архитектуры, Дизайна, Истории и Проектирования Флорентийского Университета и Колледж Инженеров Тосканы. Для публикации было отобрано 170 статей из 28 стран на 5 континентах.

