



L'opinione

Lettera all'On. Pierpaolo Vargiu sulla tutela e la promozione della Sardegna.

Caro Vargiu,

Considerata la mediocrità di una certa sottocultura independentista che impedisce il dialogo con voi autonomisti, bisogna avanzare nel dialogo reciproco sulle tematiche che possono vederci uniti.

Non nascondiamoci la realtà, un eventuale percorso riformista delle istituzioni dell'isola non si concluderà ovviamente in tempi brevi. Ma prima di capirne la necessità, bisogna osservare qual'è il tessuto sociale ed economico che dovrebbe essere interessato dalle grandi riforme che si intendono avviare.

Lei ha già intrapreso diverse iniziative relative alla promozione di quel valore aggiunto chiamato Sardegna. Come esponente dei Riformatori Sardi, è stato infatti il primo firmatario di una legge per la tutela, la ricerca e la valorizzazione del patrimonio archeologico Sardo (con l'idea di istituire il [NURAT](#)). Un DDL da perfezionare, ma che in questa legislatura precede persino i Sardisti nel tentativo di dare corpo ad una politica che esalti una delle caratteristiche del nostro territorio. Tornerò sul tema.

Ma prima vorrei raccontarle qualche curioso aneddoto sul tessuto sociale di cui tanto si parla ma che poco si osserva con spirito critico.

Qualche giorno fa con amici abbiamo deciso di visitare il neonato acquario di Cala Gonone, presso Dorgali (NU).

In precedenza abbiamo fatto sosta nel locale di una stazione di servizio (non dico quale). Entrandovi ho salutato, ma dalla cameriera – finta orba - non ho ricevuto alcuna risposta, se non da parte di una cliente occasionale trovatasi anch'essa di passaggio. Ho pensato: "*Che cortesia! Che ricettività! Se questa signorina vendesse bare, da domani non morirebbe più nessuno!*".

Medesimo comportamento all'uscita. Ci sarà stato un lutto in corso?

Che generalizzare sia inopportuno è chiaro, tuttavia mi domando: la cameriera avrà mai conseguito una qualifica in cui ha imparato a rapportarsi con la clientela? Oppure si è trattato dell'ennesima disgraziata che, in assenza di lavoro e di formazione, si è improvvisata barista? Comunque sia, quella situazione era il prodotto di un tessuto economico tirato sù dalla politica all'acqua di rose.

Quanti e quali partiti oggi si sono posti il problema dello sviluppo strutturale della ricezione turistica? Quali interventi la politica – nel territorio e nella scuola – ha avviato per migliorare le competenze nella gestione della qualità ricettiva? Ma soprattutto: la politica si è posta il problema?

Giunti all'acquario ho trovato (per essere generosi) 10 posti auto, a fronte di una pubblicità della struttura che in alcuni articoli si era spinta a parlare di attese per circa 100.000 visitatori annui (a meno che non avessero ecceduto negli zero...).

Gli altri parcheggi si trovano in fondo alla strada: pochi. Quelli abitualmente congestionati durante l'estate dal turismo abituale della spiaggia.

Chi ha progettato un edificio da 5 milioni di euro ci aveva pensato? "Il pubblico" che ha partecipato al progetto ha vigilato?

L'acquario in sé, tralasciando i gusti personali che attengono al campo della soggettività, l'ho trovato nel bene e nel male un esempio ammirevole e da sostenere.

Finalmente una iniziativa condotta anche da Sardi che si occupano di valorizzare il territorio, di lavorare per una struttura di qualità, multifunzionale (scienza/turismo), e con l'apporto della politica che ha ovviamente contribuito alla concretizzazione dell'opera. E bisogna ringraziare

anche tutti i Sardi che con passione credono giorno dopo giorno nella scommessa (seguita dalla partnership genovese).

Ma dentro? Il deserto. Sarà la stagione...

Dove sono le scuole? Ci andranno certamente. Ma in quale misura e con quale frequenza?

Provincia e Regione che fanno al riguardo?

La politica regionale ha una visione quadro degli elementi da porre in essere nel territorio e nella scuola pubblica? Qual'è il livello di integrazione tra gli investimenti dell'ambito pubblico e la cittadinanza? La promozione è sufficiente? La politica ha capito che una volta che si è comprata la bicicletta bisogna anche pedalare?

Completando la visita tra le stanze dell'acquario, si giunge infine ad un negozio nel quale si possono acquistare souvenirs a tema. Tra questi, del merchandising targato col logo della struttura.

In esso non uno straccio di richiamo alla Sardegna, alla sua lingua, al suo spessore ambientale, etc.

Dov'è dunque il valore aggiunto? Che cosa rimane "di Sardo/della Sardegna" al turista che ha visitato il centro?

Eppure poco vicino sostavano due responsabili della struttura, che tra loro parlavano in Sardo. Non ho quindi potuto fare a meno di notare l'assoluta - non integrazione - ma assimilazione del nostro contesto sociale con i crismi dell'italianità. Gli stessi crismi che magari, come Sardi, ci fanno ignorare e deprezzare il valore aggiunto determinato dalle nostre caratteristiche territoriali. In effetti, osservando meglio, in tutta la cartellonistica dell'acquario non c'era una sola indicazione bilingue (o trilingue, includendo l'inglese).

Se nel Sud-Tirolo o in Val d'Aosta si fosse fatta qualcosa del genere, gli stessi politici - prima che i cittadini - si sarebbero costernati.

Passiamo oltre: ha presente il villaggio turistico di Palau denominato "Acapulco"?

Si tratta di una dinamica simile. I gestori, non sapendo che in Sardegna non siamo affatto da meno in quanto a ricchezze (sia culturali che ambientali), hanno preferito sottostimarsi e puntare sul nome messicano. Quindi si preferisce utilizzare un "brand" esterno piuttosto che promuoverne uno nostro, del territorio. Ovviamente perdendo lo scopo di farne una perla internazionale, tanto quanto il riconosciuto nome delle Maldive, delle Hawaii, etc.

Eh sì, "i Sardi hanno fatto l'Italia e sono morti per i Savoia"...Povero Giorgio Asproni! Se avesse potuto viaggiare nel tempo dal periodo risorgimentale ad oggi, avrebbe ricordato ai Sardi del nuovo millennio che ai suoi tempi dovette fare parecchie interrogazioni parlamentari per fugare l'ipotesi che la Sardegna venisse ceduta alla Francia...e proprio da quegli stessi "riconoscenti" Piemontesi il cui Stato si chiamava "Regno di Sardegna".

Qualche mese fa sul *Manifesto Sardo* mi è capitato di leggere un'articolo di Marcello Madau dal titolo "[Separatezza](#)". Secondo l'ideologizzazione dell'autore, buona parte dei mali locali (nella fattispecie, a carico di quelli culturali ed ambientali), era da ritenersi opera del "capitalismo" e non degli italiani. Aggiungeva: "*Verrebbe da chiedere a Maninchedda se il paesaggio urbano di Tuvixeddu sia stato devastato dal colonialismo italiano o da capitalisti (peraltro Sardi)*".

Non appena terminai di leggere tali righe mi venne in mente Attilio Deffenu, quando nel 1910 denunciava quanto parecchi politici ed intellettuali Sardi venissero colti da ideologie poco o nulla utili ai fini dello sviluppo della Sardegna.

Madau non aveva tutti i torti: era egli stesso in torto! La colpa naturalmente non è solo degli italiani (come a noi nazionalisti piace ripetere) ma dei Sardi. Il punto è che se i Sardi non valorizzano il proprio territorio non è a causa di un "malvagio capitalismo" che gravita sopra le nostre teste, ma perché, molto semplicemente, la nostra società non ha sviluppato quegli strumenti legislativi ed attinenti alla formazione pubblica (pensiamo all'assenza dello studio della storia Sarda nelle nostre scuole) che avrebbero potuto far maturare nella popolazione la visione di un territorio NON periferia della più vasta nazione Italiana, ma protagonista della Sardegna, per la Sardegna.

Le ho citato degli esempi comuni ma alquanto diffusi nelle mentalità corrente di parecchi Sardi, con le ovvie ricadute sulle scelte gestionali di migliaia di piccole imprese della nostra isola.

Ebbene, tornando al NURAT, in esso c'è una piccola componente di queste dinamiche:

Atlantide infatti è un mito commercialmente affermatosi essenzialmente all'estero.

Eppure l'applicazione del mito in economia non ha certo impedito (come nel caso della presunta isola di Atlantide vista nell'isola di Santorini, o *Thera* in greco antico) lo sviluppo e la

costante affermazione del turismo culturale sulle antichità elleniche del Governo di Atene. Il mito non si è frapposto alla realtà, non ne è stato un antagonista. In quest'ottica non è dunque apocrifo parlare dello studio di un mito come quello di Atlante ma anche di tutela, studio e promozione della Civiltà Nuragica (o Shardana). Ciononostante la scrittrice Sarda Michela Murgia ha visto nel NURAT (l'istituto che dovrebbe studiare il mito di Atlantide ma anche i "nuragici") lo stesso gap di valorizzazione che abbiamo nei confronti delle nostre ricchezze rispetto ai miti od ai valori esterni che, invece, tenderemmo a promuovere in conto terzi. Pensiamo, più concretamente, alle visioni fenicio/romano-centriche di una considerevole parte dell'archeologia Sarda. Probabilmente, vista la mole di critiche sulla vostra proposta, sarebbe opportuno dare più risalto nel NURAT al nostro patrimonio monumentale piuttosto che allo studio del mito. Onde limitare la serie di opinabili critiche giunte ai Riformatori in materia. Il DDL dovrebbe inoltre superare alcuni problemi di incostituzionalità che solo con le grandi riforme istituzionali potrebbero essere affrontati, pensiamo infatti alla necessità di trasferire dallo Stato centrale alla Regione l'opportunità di amministrare direttamente i Beni Culturali o, più concretamente di oggi, la programmazione scolastica.

In sintesi, la Sardegna davanti a sé non ha solo il problema dei costi standard rispetto ai limiti di spesa imposti da Roma o l'incombente voragine sanitaria, ha prima di tutto un'assenza di formazione e consapevolezza territoriale circa le potenzialità che proprio le riforme istituzionali dovrebbero sprigionare. Occorre preparare il terreno.

Nella nostra terra non sappiamo fare sistema. Soprattutto, non capiamo che proprio l'identità costituisce il valore aggiunto.

A tale proposito come U.R.N. Sardinnya proponiamo che la Sardegna sviluppi un brand omogeneo - "Made in Sardinia" a parte - che qualifichi ogni elemento produttivo, culturale ed ambientale dell'isola a partire dal settore primario fino al terziario.

La politica si dovrebbe far carico dell'istituzione di questo brand. Il marchio dovrebbe essere comprensivo di un logo attinente a degli elementi territoriali (i 4 Mori od un monumento/manufatto Sardo); dovrebbe poter contenere almeno una parola in Lingua Sarda e dovrebbe poter essere periodicamente promosso su stampa e tv internazionali attraverso un'efficiente copertura finanziaria onde garantirne un efficace investimento d'immagine.

Il marchio dovrebbe essere apposto su ogni impresa (artigianale, gastronomica, cooperativistica, culturale, ricettiva, etc.) che abbia ricevuto un finanziamento pubblico per la sua attivazione.

Inoltre il marchio dovrebbe potersi estendere anche a tutte quelle imprese a capitale interamente privato che ne facciano richiesta, entrando così in quel circolo virtuoso dei benefici dati dalla promozione pubblica che la Sardegna, attraverso il suo brand, dovrebbe incentivare. Alla politica il compito di definire le modalità di attuazione - anche in relazione alla normativa sulla libera concorrenza UE - circa i caratteri dell'iniziativa da intraprendere.

Però vede, ognuno può avere le migliori idee di questo mondo, ma servono gli strumenti per realizzarle con più efficacia di quanto non possa fare l'attuale classe politica. In tempi non sospetti avvisammo l'indipendentismo dell'avvento di PD e PDL nel tentativo di non arrivare impreparati: tempo perso. Oggi il bipolarismo torna a mutare pelle, ma la necessità di ragionare con la nostra testa non è mai venuta meno: i riformisti devono unirsi, purché a debita distanza da un ennesimo progetto "demosardista".

A quando il Partito Nazionale Sardo?

Grazie per l'attenzione e Buone Feste!

Bomboi Adriano, 01-12-2010.

Articolo correlato: [Volkswagen in Sardegna, il riccio di Alghero e Michela Murgia: Riflessioni di politica commerciale](#).

[U.R.N. Sardinnya ONLINE - Nazionalisti Sardi](#)

www.sanazione.eu

urn.mediterraneo@gmail.com