



“Il tramonto delle identità tradizionali”: presentato a Milano il nuovo libro di Annibale Salsa, Presidente Generale CAI

Giovedì 17 aprile è stato presentato alla Libreria Internazionale Hoepli il nuovo libro di Annibale Salsa, Presidente Generale del Club Alpino Italiano, “Il tramonto delle identità tradizionali. Spaesamento e disagio esistenziale nelle Alpi”, Ed. Priuli & Verlucca, Torino 2007. Le tematiche fondamentali del volume, le analisi dell’autore e le prospettive di crescita e sviluppo dell’arco alpino sono emerse attraverso il dialogo di Salsa con Marco Albino Ferrari, direttore della rivista Meridiani Montagne. “Il concetto di identità - ha osservato Ferrari introducendo l’incontro – si declina in due modalità positive: l’identità dinamica, sempre in divenire e che si costruisce storicamente, con il senso del futuro, e l’identità relativa, che non si autorelega in confini ristretti ma al contrario contempla universi culturali e territoriali più ampi con i quali confrontarsi. La sintesi di queste due accezioni – ha proseguito Ferrari - è ciò in cui Salsa ripone le speranze per una rinascita dell’economia dello spazio alpino”. Salsa ha sottolineato come la stessa sostanza di quello che chiamiamo identità sia sfuggente, mai definibile in assoluto: “Vi è una dimensione semantica che porta a interrogarsi su cosa intendiamo quando parliamo di identità. Viviamo nell’era post-moderna, segnata dalla mancanza di punti di riferimento e di valori assoluti. Siamo privi di certezze e questo ci rende vulnerabili di fronte a una realtà sempre più fluida, nella quale mancano appigli solidi, concreti”. Questo obbliga a riflettere su se stessi e sul nostro rapporto con l’oggi: “lo stesso Club Alpino Italiano non può fare a meno di reinventarsi costantemente. Modernizzarci e saper parlare ad una società in continua, a tratti frenetica trasformazione: ecco il compito al quale tutti noi siamo chiamati”. Riferimento essenziale per questo



Due momenti del colloquio tra Salsa e Ferrari.



discorso sono le Alpi, geograficamente al centro dell'Europa ma che per tanto, troppo tempo sono state relegate ai margini degli Stati-nazione moderni. “Un tempo l’arco alpino era cerniera tra i popoli: non steccato ma ponte. Poi i cambiamenti climatici e le trasformazioni socio-culturali ed economiche innescate dal progresso ne hanno determinato la marginalità economica”. Gli Stati-nazione hanno stravolto l’identità delle vallate alpine, trasformando i monti, e i valichi tra essi, da vie di accesso per raggiungere altre valli, a frontiere, punti di blocco. “La modernità ha imposto una visione urbanocentrica della vita umana. La Rivoluzione Francese e in seguito Napoleone hanno affermato un principio scientifico, rigoroso di divisione e definizione dell’areale alpino, legato però maggiormente alle logiche della città di decidere cosa sta dentro e fuori le proprie mura, che non al rispetto delle appartenenze etnografiche delle genti delle Alpi”. “Questa fase di declino – ha proseguito Salsa - è terminata solo verso il XIX secolo, con la nascita e poi l’affermazione dell’alpinismo, figlio dell’Illuminismo e della sua sete di conoscenza. Ciò ha aperto le Alpi alla frequentazione di naturalisti e scienziati, e in seguito all’alpinismo puro, sportivo, che ha ulteriormente contribuito a dare un futuro alla montagna e ai suoi abitanti. I valligiani e i montanari di una volta sono diventati guide alpine o professionisti del turismo”. Il messaggio finale di Salsa è positivo, ottimista per il futuro della montagna. Oggi le vecchie visioni del mondo che ponevano un centro della civiltà e conseguentemente ne definivano i confini, non hanno più ragione d’essere. Oggi tutti viviamo nel cosiddetto “villaggio globale”. “Nella società mass-mediatica – ha concluso Salsa – non esiste più un centro definibile. Le reti informatiche e le nuove tecnologie hanno abbattuto tutti i confini geografici. Una nuova prosperità per la montagna potrà essere raggiunta attraverso l’utilizzo intelligente degli strumenti tecnologici che possediamo oggi, incentivi di diversa natura per attrarre nelle valli i giovani e le realtà imprenditoriali, e favorendo il più possibile lo spirito d’iniziativa per creare business. Solo investendo nella qualità le Alpi vinceranno la sfida della competizione globale che il mercato impone”.

