

Venturina Terme: è ora di costruire una nostra identità storica

Scrive Gianluca Camerini:


Con il cambio di nome in Venturina Terme, il nostro piccolo paese assume senza dubbio una visibilità maggiore rispetto al passato, entrando a far parte ufficialmente delle località termali d'Italia. Questo significa potenzialmente una accresciuta visibilità nel panorama turistico nazionale ed internazionale e, in linea di principio, uno stimolo allo sviluppo. Il rovescio della medaglia è che, rispetto a prima, abbiamo tutti i riflettori puntati addosso. In pratica ci siamo messi in vetrina e, giustamente, aspiriamo a vendere quello che la natura ci ha generosamente regalato.

Non spetta a me valutare l'adeguatezza dell'offerta turistica, la professionalità degli operatori ed il livello di organizzazione generale. Mi interessa però un altro aspetto, a mio avviso altrettanto importante, e cioè quello della comunicazione culturale indirizzata a chi visita il nostro paese.

Cosa raccontiamo al turista di noi, della nostra storia, della nostra identità? Riusciamo a stabilire con lui un rapporto di fiducia, a parlargli in modo autentico e reale del nostro passato? Purtroppo la risposta è no, non siamo ancora in grado di fornire un quadro chiaro della nostra storia e della nostra cultura.

Alla base del problema ci sono due fattori fondamentali. Il primo è la mancanza di conoscenza da parte di chi gestisce i canali comunicativi (imprenditori, pubblicitari, ecc.) che non ritengono necessario affidare ad esperti la redazione dei testi destinati al turista e nemmeno hanno l'accortezza o la

capacità di consultare le fonti edite serie. Oltretutto, in molti casi, gran parte delle pubblicazioni disponibili sulla storia locale sono lacunose e piene di errori, essendo state scritte da dilettanti e “appassionati” di storia locale. Le pubblicazioni scientifiche sono poche e riguardano soprattutto Campiglia, senza trattare in modo approfondito la storia del termalismo, delle sorgenti o più semplicemente quella dell’area venturinese.

Il secondo aspetto critico è che, per molti anni, la pubblicità commerciale ha, più o meno deliberatamente, distorto la realtà storica dei fatti, privilegiando elementi fantastici e favolistici, con la speranza di riscuotere un maggiore successo commerciale. Ne è venuta fuori una comunicazione del tutto inadeguata a soddisfare il crescente livello culturale del turista. In molti casi si è sfiorato  il ridicolo o lo si è raggiunto in pieno. Nel sito di un famoso castello venturinese, si confondono le ferriere di Campiglia con le “ferrovie di Campiglia”, collocandole nel 1529! La scena sembra tratta dal film “non ci resta che piangere” con un Leonardo Da Vinci che, su suggerimento di Benigni e Troisi, era riuscito ad inventare il treno con quattro secoli di anticipo.

Nella pubblicità di uno dei due stabilimenti termali, fondendo informazioni ricopiate a caso qua e là e distorcendo completamente la realtà storica, si afferma addirittura che sarebbe stata ritrovata una “terzina” scritta in italiano ma risalente all’epoca romana! Gli strafalcioni e le castronerie si sprecano poi nei vari libri e libretti del passato, dove spesso la fantasia raggiunge livelli imbarazzanti, come quando si afferma che il mausoleo romano di Caldana sarebbe una scultura rappresentante la testa di un guerriero, come dimostrerebbero i fori ancora visibili in corrispondenza degli occhi, del naso e della bocca!

Più recentemente a questa collezione di baggianate si è aggiunta una imbarazzante pagina di Wikipedia, intitolata

“Venturina Terme”, che compare ai primi posti nei risultati dei principali motori di ricerca. Vi si afferma, tra le altre cose, che l’origine del nome Venturina è incerta e forse andrebbe fatta risalire ad una “anziana signora che risiedeva lungo lo svincolo per Piombino” e che comunque le origini del nome non vanno oltre “gli inizi del XX secolo o al massimo la fine del XIX”, riprendendo la vecchia storiella della locandiera e sbagliandosi di appena 300 anni!

Gli esempi simili purtroppo sono innumerevoli e ricordarli tutti è quasi impossibile. La credibilità di una località turistica si guadagna con fatica e competenza, lo ha fatto Campiglia, partendo da zero anni fa, e ora tocca a noi. Non possiamo più limitarci ad essere semplicemente il “piano di Campiglia”, la sua periferia, un paese giovane senza storia e senza identità. Gli studi dimostrano che una storia ce l’abbiamo ed è molto più antica di quel XIX secolo che per troppi anni ha rappresentato un recinto dal quale era vietato uscire.

Se vogliamo crescere è giunto il momento di conoscere e far conoscere la nostra storia. Voltiamo pagina, non possiamo più accontentarci di raccontare favole. I legionari che fanno il bagno nel Bottaccio potranno anche affascinare qualcuno, ma la verità storica è sempre molto più interessante di ogni fantasia.

Gianluca Camerini

[\(Tratto da Facebook\)](#)

Leggi anche:

[“Abbiamo acceso l’insegna di un negozio ancora vuoto” 3.1.2014](#)

[“Venturina Terme: il nome è già un buon risultato” 5.1.2014](#)

[“Pianificare un intelligente e consapevole allestimento del parco termale” 5.1.2014](#)

