

Al via il Master di Uninettuno per valorizzare i beni culturali con l'eno-gastronomia



Il 15 febbraio si chiudono le iscrizioni al corso "professionalizzante", organizzato dall'Università Telematica Internazionale di Roma, che insegnerà a gestire e promuovere l'intero "patrimonio", materiale e immateriale, di un territorio

L'eno-gastronomia non più "Cenerentola" dell'identità di un popolo, bensì "chiave di lettura" con cui interpretare tutte le risorse, artistiche, naturali e storiche, insite in un territorio. Il riconoscimento dell'importanza delle tradizioni alimentari, per poter promuovere il patrimonio culturale ad esse connesso, viene siglato da un progetto innovativo elaborato dall'UTIU-Università Telematica internazionale UNINETTUNO di Roma: si tratta del "Master Universitario di I Livello in promozione, comunicazione e management del patrimonio culturale attraverso l'eno-gastronomia", a cui sarà possibile iscriversi fino al prossimo 15 febbraio.

Il Corso, appartenente alla Facoltà di Lettere, viene definito altamente "professionalizzante" in quanto preparerà specialisti in grado di promuovere un territorio gestendone tutti i beni, attraverso quelli eno-gastronomici. «All'UTIU, abbiamo avvertito l'esigenza di formare simili figure professionali, per il dopo-Expo, che si basa anche su questi concetti, e in sintonia con le impostazioni dell'Unesco, che ritiene sia impossibile arrivare all'identità di un luogo senza la sua parte intangibile e considerandone solo i monumenti», spiega l'architetto **Tatiana Kirova**, direttore del Master e preside della Facoltà di Lettere, «Il nostro non è un Corso tradizionale, accademico, cattedratico o essenzialmente teorico, ma invece abbiamo la presunzione di delineare una via professionale finora inesistente, calata nella realtà e molto pratica».

Il Master dell'UTIU, rivolto a **giovani in possesso di una laurea triennale e a professionisti**, tra cui funzionari di aziende pubbliche e private, che desiderano migliorare la loro posizione, è improntato sulla flessibilità, come riferisce il direttore: «Ogni iscritto può accedere scegliendo un percorso individuale, a seconda dei suoi interessi. Ad esempio, chi proviene da giurisprudenza potrà studiare a fondo il Diritto Comunitario sulle frodi alimentari. In ogni caso, l'allievo verrà seguito da docenti d'alto livello, come il rettore dello Iulm o il preside di Roma 3-La Sapienza. Inoltre, grazie alle Facoltà della nostra Università, i percorsi di formazione si presentano trasversali e incrociati, con indirizzi archeologici, storici, artistici ed economici. In un anno, i partecipanti al Master possono approfondire il loro settore, mettendo in pratica quanto imparato, ad esempio per creare un evento cultural-gastronomico o anche solo un blog in tema». Le lezioni sono incentrate non solo sui saperi umanistici - come l'antropologia, la storia, la letteratura - ma affrontano anche le tecniche del management turistico, del marketing e della comunicazione, al servizio di un progetto coerente di promozione territoriale.

Alla fine del Corso, gli specializzati potranno dedicarsi ad attività turistico-culturali, con valorizzazione del patrimonio paesaggistico ed enogastronomico sia in ambito privato che pubblico, nella comunicazione e nelle aziende o imprese turistiche. «Ai laureati che vogliono continuare gli studi, assegniamo 60 crediti che permettono di completare una laurea quinquennale in un solo anno», afferma la dottoressa Kirova, «A chi è già inserito nel lavoro diamo la possibilità di una progressione di carriera, fino al vertice, attraverso concorsi per dirigenti». Il Master, suddiviso in moduli, comprende 400 ore di didattica frontale/e-learning, 200 ore di studio individuale e 400 ore di project work; commenta il direttore: «La terza parte del Corso si attua con 500 ore di stage presso aziende o enti partner. La sua originalità consiste anche nel fatto che le imprese coinvolte possono inviare da noi loro dipendenti, che vogliono fare progetti, prendendo in considerazione tutto ciò che circonda l'Azienda, come castelli, chiese, alberghi e ristoranti, per poter proporre pacchetti turistici, a beneficio del territorio: in questo modo si ribalta l'iniziativa dal pubblico al privato (imprenditore). Un altro sbocco previsto dal Master è quello di andare a tracciare filiere complete nelle diverse Regioni, mettendo in risalto il loro patrimonio culturale, o di formulare piani attuativi nel settore, in riferimento a dichiarazioni programmatiche di soggetti politici».