QuAD
QUADERNI di ARCHITETTURA e DESIGN

7|2024

Knowledge and design for heritage

a cura di Francesco Defilippis e Darío Álvarez Álvarez

Paola Abbiati · Maria Cristina Addis · Vincenzo Paolo Bagnato · Alberto Attilio Bassi · Francesco Bergamo · Francisco Cotallo Blanco · Alessandra Bosco · Alessandro Brunelli · Fiorella Bulegato · Lucilla Calogero · Annapaola Carrano · Cristina Casadei · Luca Cei · Santi Centineo · Miguel Angel Chaves · Mario Ciaramitaro · Giulia Ciliberto · Sandra Coppola · Pietro Costa · Elena Dellapiana · Serena Del Puglia · Adriano Dessì · Stefania D'Eri · Loredana Ficarelli · Luigi Franciosini · Claudio Gambardella · Giacomo Girocchi · Lara Redondo Gonzàles · Laura María Làzaro San Joé ·Antonio Labalestra · Andrea Lancia · Angeles Layuno · Monica Livadiotti · Valeria Longo · Ana Muňoz López · Marco Mannino · Nicola Marzot · Jesú de los Ojos Moral · Antonio Nitti · Marina Parente · Daniele Ragno · Daniele Romagnoli · Mirco Romano · Valentina Santoro · Andrea Scalas · Marco Scotti · Giulia Anna Squeo · Mariangela Turchiarulo · Valentina Vacca · Valeria Valeriano

Edizioni Quasar

7|2024 Sommario

v Editoriale
Francesco Defilippis

Knowledge and design for heritage
Curatori: Francesco Defilippis, Darío Álvarez Álvarez
con Nicola Scardigno, Giuseppe Tupputi

Architettura

5 Restauro e valorizzazione del Complesso delle Sette Sale a Colle Oppio
Luigi Franciosini

27 Anche gli antichi erano moderni. Progetto per la *Neapolis* di Siracusa
Marco Mannino

43 Per un'idea di 'forma composita': prolegomeni ad un progetto di conservazione e valorizzazione per l'area del Pretorio a Gortyna di Creta
Monica Livadiotti, Antonio Nitti, Valentina Santoro

79 Dell'assemblare. Trasposizioni della tettonica nuragica nel progetto contemporaneo
Andrea Scalas

97 Paesaggi archeologici rinnovati.
Approcci e tecniche per una riconfigurazione critica
Giulia Anna Squeo

115 La propaganda culturale. Dal luogo reale al luogo strumento della memoria nostalgica
Cristina Casadei

127 Progetto e materialità nel paesaggio archeologico. Esperienze di intervento nelle ville romane di Castilla y León
Laura María Làzaro San Joé, Lara Redondo Gonzàles, Ana Muñoz López

145 Un patrimonio fertile. Abitare e produrre. L'architettura della produzione nei monasteri e nelle masserie
Francisco Cotallo Blanco, Jesú de los Ojos Moral

163 Post-industrial cities and landscape: three model of interventions in Segovia (Spain)
Angeles Layuno, Miguel Angel Chaves

185 Risignificare una rovina contemporanea.
La trasformazione del mercato di Braga di E.S.M.
Alessandro Brunelli

199 La bellezza di scrivere sopra. Il recupero del *moinho do papel* a Leiria di Álvaro Siza
Adriano Dessì

215 Il patrimonio militare oltre la dismissione. Il progetto per la ex Caserma Magrone di Bari
Loredana Ficarelli, Mariangela Turchiarulo, Valentina Vacca

231 Il patrimonio transitorio della "città che si rinnova". Lo spazio espositivo per il commercio tra le due guerre come indice di modernità
Antonio Labalestra, Valeria Valeriano

261 FIAT: Programma Cultura e Industria
Elena Dellapiana, Giacomo Girocchi

279 Da involucro edilizio a ordine architettonico come espressione del rapporto tra spazio e struttura. Un restauro di Peter Märkli su un edificio modernista zurighese
Daniele Ragno

299 Reinterpretare il patrimonio rurale. L'opera di Danilo Guerri tra integrazione e ricostruzione
Valeria Longo

315 L'abbandono del patrimonio edilizio. La mappatura del fenomeno come critica del concetto e premessa alla sua rigenerazione
Nicola Marzot

333 "Com'era, dov'era"... cos'era (e cos'è)? I progetti di concorso per la ricostruzione de La Fenice di Venezia
Santi Centineo

353 Ricomposizioni: dal digitale al reale. Modelli reality-based per il progetto di Restauro
Luca Cei, Daniele Romagnoli

Design

369 Memoria e identità: l'esperienza al centro dei processi di valorizzazione
Alessandra Bosco, Lucilla Calogero, Mario Ciaramitaro

389 I patrimoni della moda. Le strategie di valorizzazione de Le 19M
Sandra Coppola

399 Patrimoni culturali invisibili. Il design per l'archivio musicale digitale di Fondazione Levi
Paola Abbiati, Francesco Bergamo, Fiorella Bulegato, Pietro Costa, Stefania D'Eri, Andrea Lancia

417 Territori minori e comunità progettanti. Il design per la rigenerazione di patrimoni e valori laocali
Marina Parente

437 Il progetto di design per i paesaggi dell'estrazione. Riflessione sui criteri e le strategie di intervento di fruizione per i comprensori di cave attive
Vincenzo Paolo Bagnato

457 *Italian atmorpheres*. Punti di vista digitali per la conoscenza dei paesaggi italiani
Annapaola Carrano, Claudio Gambardella, Mirco Romano

475 Musei contemporanei e comunità. Design per la narrazione dei patrimoni. Esporre oggetti del quotidiano
Serena Del Puglia

491 Il capitale intangibile d'impresa. Patrimonio e Made in Italy, archivi-musei, ruolo del design
Alberto Attilio Bassi, Maria Cristina Addis, Giulia Ciliberto, Marco Scotti

QuAD

Quaderni di Architettura e Design

Dipartimento di Architettura, Costruzione e Design – Politecnico di Bari

www.quad-ad.eu

Direttore
Gian Paolo Consoli

Responsabile scientifico della Sezione Design
Rossana Carullo

Caporedattore
Valentina Castagnolo

Comitato scientifico
Giorgio Rocco (Presidente), Antonio Armesto, Salvatore Barba, Michele Beccu, Vincenzo Cristallo, Daniela Esposito, Riccardo Florio, Angela Garcia Codoner, Maria Pilar Garcia Cuetos, Roberto Gargiani, Imma Jansana, Loredana Ficarelli, Fabio Mangone, Nicola Martinelli, Giovanna Massari, Dieter Mertens, Carlo Moccia, Elisabetta Pallottino, Mario Piccioni, Christian Rapp, Raimonda Riccini, Augusto Roca De Amicis, Michelangelo Russo, Uwe Schröder, Cesare Sposito, Fani Mallochou-Tufano, Claudio Varagnoli

Comitato Editoriale
Roberta Belli Pasqua, Francesco Benelli, Guglielmo Bilancioni, Fiorella Bulegato, Luigi Maria Caliò, Rossella de Cadilhac, Luisa Chimenz, Fabrizio Di Marco, Elena Della Piana, Fernando Errico, Federica Gotta, Francesco Guida, Gianluca Grigatti, Luciana Gunetti, Matteo Ieva, Antonio Labalestra, Massimo Leserri, Monica Livadiotti, Marco Maretto, Anna Bruna Menghini, Giulia Annalinda Neglia, Valeria Pagnini, Marco Pietrosante, Vittorio Pizzigoni, Beniamino Polimeni, Gabriele Rossi, Dario Russo, Rita Sassu, Francesca Scalisi, Lucia Serafini

Redazione
Mariella Annese, Marco Chiricallo, Roberta Di Bari, Nicoletta Faccitondo, Antonello Fino, Giuseppe Fraddosio, Tania Leone, Marco Muafò, Domenico Pastore, Vito Quadrato, Valentina Santoro, Nicola Scardigno, Giuseppe Tupputi, Valeria Valeriano

Anno di fondazione 2017

Annapaola Carrano, Claudio Gambardella, Mirco Romano
Italian atmorpheres. *Punti di vista digitali per la conoscenza dei paesaggi italiani*

Il contenuto risponde alle norme della legislazione italiana in materia di proprietà intellettuale ed è di proprietà esclusiva dell'Editore ed è soggetta a copyright. Le opere che figurano nel sito possono essere consultate e riprodotte su supporto cartaceo o elettronico con la riserva che l'uso sia strettamente personale, sia scientifico che didattico, escludendo qualsiasi uso di tipo commerciale. La riproduzione e la citazione dovranno obbligatoriamente menzionare l'editore, il nome della rivista, l'autore e il riferimento al documento. Qualsiasi altro tipo di riproduzione è vietato, salvo accordi preliminari con l'Editore.

Edizioni Quasar di Severino Tognon s.r.l., via Ajaccio 41-43, 00198 Roma (Italia)
http://www.edizioniquasar.it/

ISSN 2611-4437 - eISBN 978-88-5491-444-5

Tutti i diritti riservati

Annapaola Carrano, Claudio Gambardella, Mirco Romano,
Italian atmorpheres. *Punti di vista digitali per la conoscenza dei paesaggi italiani,*
QuAD, 7, 2024, pp. 457-474.

Gli articoli pubblicati nella Rivista sono sottoposti a referee nel sistema a doppio cieco.

Italian Atmospheres

Punti di vista digitali per la conoscenza dei paesaggi italiani

Annapaola Carrano, Claudio Gambardella, Mirko Romano

Università degli Studi della Campania "Luigi Vanvitelli" | DADI - *annapaola.carrano@unicampania.it, claudio.gambardella@unicampania.it, mirko.romano@unicampania.it*

The exceptional nature of Italian landscapes lies not only in their "naturalness" but also in their continuous anthropic transformation. The relationship between architecture and the environment plays a special role in this, as confirmed by Renaissance painting. Back then, landscapes were not depicted as mere backgrounds or complements to the "foreground", but as an integral and unified part of the painting. Experiencing these places is a significant moment in the broader tourist experience, highlighting the relationships between landscape and built environment, especially that of small Italian villages. The use of digital devices to share individual experiences on the web is an extraordinary opportunity to write a bottom-up and ever-evolving narrative about the Italian landscape. In particular, the creation of "augmented digital viewpoints" is to be explored. These geo-referenced "viewpoints" capture visitors' experiences, allowing them to view other interactions and share them with others as "flashbacks of Italian landscapes". In addition to the historical-critical reconstruction to understand and disseminate the evolution of landscapes, both physical and cultural, which are treasures of the "Made in Italy" heritage, there is the influence that social media can have on tourists' decisions regarding travel destinations.

L'eccezionalità dei paesaggi italiani non risiede unicamente nella loro "naturalità", ma nella loro continua trasformazione antropica. Il rapporto tra architettura e ambiente svolge in tal senso un compito speciale, come confermato dalla pittura del Rinascimento. E i paesaggi allora non erano colti come semplici sfondi o complementi del "primo piano", ma come parte integrante e unificata del dipinto. La fruizione di questi luoghi è momento significativo della più generale esperienza turistica esaltando le relazioni tra paesaggio e ambiente costruito, soprattutto quello dei piccoli borghi italiani. La massiccia condivisione sul web di esperienze individuali, attraverso l'impiego di dispositivi digitali, costituisce una straordinaria opportunità per "scrivere" una storia dal basso, e in continua evoluzione, del paesaggio italiano. In particolare, si intende esplorare la creazione di "punti di vista aumentati digitali". Questi "punti di vista" georeferenziati catturano le esperienze dei visitatori, consentendo loro di visualizzare le interazioni passate e di condividerle con altri come "flashback of italian landscapes". Alla ricostruzione storico-critica per comprendere e diffondere l'evoluzione dei paesaggi, fisici e culturali, patrimoni del "Made in Italy", si aggiunge l'influenza che i social media possono avere sulle decisioni dei turisti riguardo alle destinazioni di viaggio.

Key words: *landscape history, Italian landscapes, cultural heritage, made in Italy, mobile app*
Parole chiave: *storia del paesaggio, paesaggio italiano, patrimonio culturale*

Ed esiste paesaggio senza figure che non sia pieno del desiderio
di parlare di colui che lo ha visto?

(Rainer Maria Rilke)

▪ *1. Introduzione*

Nonostante la situazione – in più casi critica – del più generale stato di salute dell'ambiente del Paese, il paesaggio italiano non ha perso il suo fascino e, anzi, continua a generare un flusso intenso di suggestioni, tra addetti ai lavori e semplici "fruitori", che si intrecciano con la ricca, secolare e inarrestabile produzione in campo artistico. Questo paper si propone di esplorare il concetto di paesaggio nella sua evoluzione storica, indagando come le moderne tecnologie digitali possano offrire nuove prospettive per la sua interpretazione, narrazione e fruizione. Come accade per molte delle parole in uso nella nostra quotidianità, alla parola paesaggio – realtà ritenuta oggettiva o globalità costituita da una serie di oggetti tra loro interconnessi[1] – si associano diversi significati, spesso contrastanti, che val la pena provare a precisare, seppur sinteticamente.

> Il primo, più vecchio significato della parola paesaggio si impregna di un valore estetico che emerge in modo chiaro in epoca rinascimentale fin dal 15° e 16° secolo [...] si può dire, un po' schematicamente, che p. è un ambito territoriale considerato dal punto di vista di chi guarda gli oggetti come immagini o espressioni d'arte [...] A questa prima interpretazione del termine paesaggio [...] si è venuta ad affiancare dagli inizi del 19° secolo un'altra interpretazione fortemente diversa [di paesaggio naturale], che ha avuto il suo vivaio presso le scienze naturali e quindi la sua divulgazione e radicazione, dall'epoca positivistica in poi, presso geomorfologi e geologi, fitogeografi, ecologie [...] una terza interpretazione del termine p. è maturata presso i cultori di discipline storiche. Per costoro il p. è la materializzazione di quella fiumana di processi storici che si risolvono nell'organizzazione territoriale: cioè il prodotto, in termini di materica edificazione, della storia[2].

Questo paper, privilegiando il primo significato «[...] che oggi ha i più alti indici di ascolto e vede i suoi più correnti campi di applicazione presso gli storici dell'arte, i critici letterari, gli urbanisti, gli antropologi, i giornalisti, i registi cinematografici, gli amministratori pubblici [...]»[3], intende indagare il rapporto che si può stabilire con il paesaggio così inteso – facendosi supportare dai contributi scientifici di alcuni studiosi impegnati sull'argomento – per proporne un possibile sviluppo futuro.

▪ *1.1 Panismo o contemplazione*

Meriggio – il componimento dell'*Alcyone* che D'Annunzio scrisse come "diario" lirico di una vacanza estiva – è precisa traduzione poetica di un rapporto speciale con la natura, di uno "stato di grazia". Leggendone sin dall'inizio le strofe, l'incedere sensibile verso quel paesaggio della Versilia è un progressivo immergersi nella natura, e poi un abbandonarsi, e poi un perdere la percezione di sé come individuo – confinato nel proprio corpo e nel proprio nome – raggiungendo, alla fine, uno stato di completa fusione, che potremmo definire "mistica", con la natura. Di seguito sono riportati alcuni passaggi fondamentali di questo componimento dannunziano:

A mezzo il giorno
sul Mare etrusco
pallido verdicante
come il dissepolto
bronzo dagli ipogei, grava
la bonaccia...
L'Estate si matura
sul mio capo come un pomo
che promesso mi sia,
che cogliere io debba
con le mie labbra solo.
Perduta è ogni traccia
dell'uomo...
Non ho più nome.
E sento che il mio volto
s'indora dell'oro meridiano,
che la mia bionda
barba riluce
come la paglia marina;
sento che il lido rigato
con sì delicato
lavoro dall'onda e dal
vento è come
il mio palato, è come
il cavo della mia mano
ove il tatto s'affina...[4]

L'esperienza che D'Annunzio porta qui (ma come ha fatto anche in altre sue poesie), potente, sensuale, fuori dell'ordinario, appartiene alla dimensione del sentimento "panico" ed è per questo che non è al centro delle riflessioni di questo articolo. Si intende privilegiare, invece, lo stato di "contemplazione", su cui, evidentemente, è possibile svolgere un'analisi e immaginare un progetto.

Occorre a questo punto fare un passo indietro. Seguendo Simmel nel suo percorso di scoperta del paesaggio, la curatrice di Saggi sul paesaggio chiosa:

> Se per natura si intende il co estendersi ininterrotto degli elementi, una continuità indivisa e dinamica le cui "parti" sono vincolate dalla loro connessione reciproca e non possono quindi venir considerate autonomamente, qui ci troviamo di fronte a un frammento che, divenuto emergente rispetto alla somma e alla giustapposizione delle parti, forma una nuova e diversa unità: in quanto tale essa, al di là della naturalità degli elementi, non ha nulla a che vedere con l'unità della natura. Ecco perché il paesaggio non è natura, e anzi il suo costituirsi segna piuttosto un allontanamento dal concetto di natura stesso. È dunque un processo mentale che ritaglia, dallo sterminato susseguirsi degli elementi naturali, il "paesaggio"[5].

L'emergere nel pensiero di Simmel della differenza sostanziale tra natura – esistente in sé – e paesaggio è dato dall'entrata in gioco di un fattore che ha a che vedere con la contemplazione: la "distanza", che beneficamente evita i rischi dell'immedesimazione con l'oggetto osservato e che fa sì che il paesaggio divenga «[...] simbolo dell'esterno visto dall'interno di una lontananza che si manifesta proprio mentre ci avviciniamo [...]. Una distanza che non è da intendersi come [...] il lontano in senso assoluto, ma una più complessa compresenza di vicino e lontano [...] di attiva presa di distanza»[6] (*fig. 1*).

Rosario Assunto si spingerà poi oltre sostenendo che «[...] in quanto cose belle in senso materiale, i paesaggi sono produzione umana [...] quasi sempre databile, con un più o meno largo margine di approssimazione, da parte della indagine storica»[7]. Il punto ancora oggi illuminante del pensiero di Assunto è quel che riguarda la trasformazione dei paesaggi in "oggetti estetici" per effetto di un "conferimento di senso"[8] antecedente al loro esserci materiale, in cui è da escludersi – come facilmente si può immaginare – ogni intenzionalità da parte loro a un essere, invece, estetico. Assunto indica a mo' di esempio il naturalista e geografo berlinese Alexander von Humboldt che «[...] ha trasformato il paesaggio dei deserti e delle steppe in realtà incarnante una idea estetica [restituendo] all'uomo e alla storia la costituzione a oggetto estetico del paesaggio naturalmente dato, in tal modo correggendo l'illusione della coscienza comune che tale costituzione attribuisce alla natura *artifex*»[9].

▪ *1.2 Goethe, un "dilettante"*

Spostare l'attenzione sullo sguardo, che non solo osserva ma che fa il paesaggio, lo costituisce, lo trasforma addirittura in oggetto estetico, significa spostare l'attenzione dagli oggetti ai soggetti, al loro approccio, alle loro specificità culturali, alla propria formazione. Cosicché un'auspicabile storia dei paesaggi, come sostiene De Seta, dovrebbe poter essere anche la storia dei diversi modi attraverso cui i paesaggi vengono rappresentati[10]. Oltre ai pittori (stanziali), i

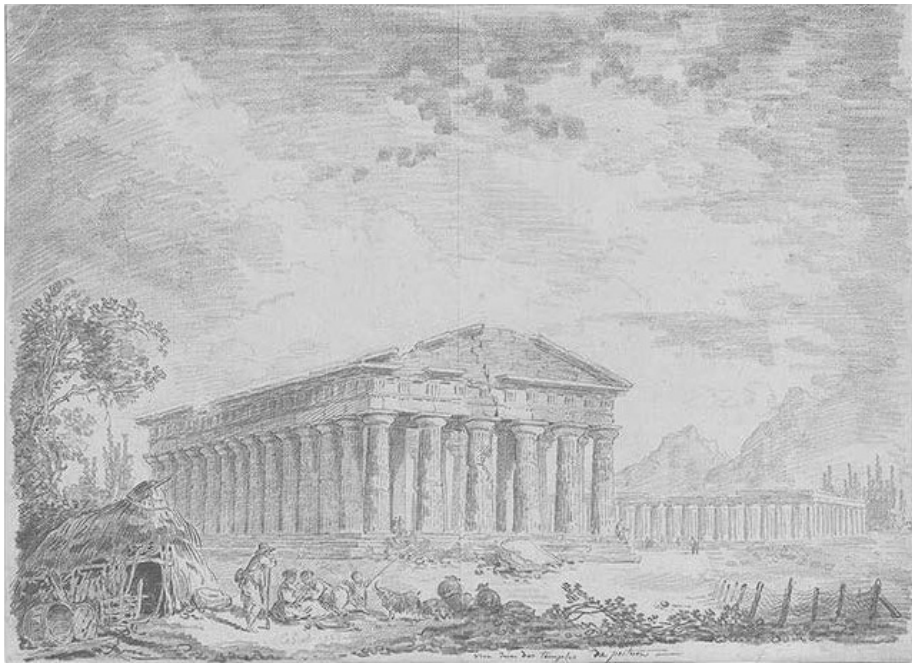

Fig. 1. Robert Hubert, Veduta del Tempio di Nettuno e della Basilica di Paestum*, 1760 (Saint Non 1781).*

più accreditati protagonisti di una storia dei paesaggi per immagini, vanno considerati i pittori viaggiatori, soprattutto, poi, se questa storia riguarda l'Italia, tappa ineludibile per il pellegrino medievale, per il viaggiatore del Cinquecento e, ovviamente, per quello del *Grand Tour*. Cambiano col tempo spirito e finalità.

> «[...] sono soprattutto gli occhi di chi guarda a questi contesti urbani e territoriali a essere mutevoli; ogni viaggiatore ha le sue lenti (cultura), i propri condizionamenti (psico-antropologici), una personale attitudine a osservare e a interpretare l'Italia [...] questo visitatore-tipo è sovente un pittore o un architetto, un geografo o un naturalista aduso a privilegiare i mezzi più idonei al proprio lavoro. Ma sarebbe erroneo considerare solo questi viaggiatori [...] In taluni casi anzi c'è da dire che il dilettante d'eccezione (Goethe, pittore e disegnatore) offre materia ben più ampia e ricca di quanto non faccia talvolta il pittore professionista [...]»[11].

Tralasciando di guardare alle tracce lasciate da altri autorevoli viaggiatori d'Italia, Goethe rappresenta un caso paradigmatico. È innanzitutto uno studioso che si è preparato, per tempo, ad affrontare il viaggio in Italia. «Goethe [...] considererà la guida di Riedesel la sua maggiore fonte di ispirazione e il suo "mentore" spirituale sul suolo classico, insieme alle *Notizie storico-critiche dell'Italia* (1777-78) di Johann Jacob Volkmann (1732-1803)»[12] (*fig. 2*). Goethe è perciò un intellettuale che attraversa il paese dopo aver costruito dentro di sé solide basi andandosi ad aggiungere a quelle di sua stretta competenza di scienziato e di umanista, è «[...] un attento lettore ed un sincero ammiratore di Winckelmann [che] matura un rapporto con l›antico che è già oltre la poetica dell›archeologo sassone»[13]. Come pittore e disegnatore, Goethe – spesso insoddisfatto dei pro-

pri esiti artistici – è un "dilettante d'eccezione", per dirla con De Seta: un aspetto intrigante del suo operare! Infatti, quel che è da rilevare, qui in questo paper, è il suo metodo per rapportarsi, attraverso il disegno, ai paesaggi del suo viaggio; un metodo caratterizzato da rigore e sistematicità.

> «[...] appena può schizza sul suo quaderno gli aspetti paesistici o i particolari (botanici, mineralogici, geologici) per fissarne l'immagine a mo' di memoria: [...] ritorna nella stesura del suo Viaggio a quegli appunti come a una memoria da rigenerare nel testo letterario [...]. La sua predilezione per l'antico è certo elemento non secondario nell'economia del viaggio [...] i suoi disegni di reperti archeologici sono freddi e calligrafici. La sua mano è più scorrevole, il suo tratto muta segno quando scopre non più solo il reperto, ma il contesto in cui si colloca l'antico e questo capita soprattutto a Napoli, nei Campi Flegrei e in Sicilia. La percezione visiva del reale è una delle attitudini che gli consentono di trasfigurare la realtà in "poesia di paesaggi" come ha notato felicemente Gerhard Femmel»[14].

Poi il *Viaggio in Italia* verrà pubblicato – in due riprese – dopo quasi trent'anni dal suo soggiorno. Disegnare e pubblicare, diffondere, condividere il proprio lavoro, renderlo disponibile a un pubblico ampio. Il viaggio di Goethe rimane una pietra miliare della scoperta del Paese, anche se molti e autorevoli sono gli esempi, a partire dal viaggio dell'Abate di Saint-Non, confluito nel suo *Voyage Pittoresque* «[...] il più felice momento di sintesi [...] della tradizione del *Grand Tour* e di quella delle campagne archeologiche»[15]. È sempre De Seta a sottolineare la struttura organizzativa dell'impresa del Saint-Non che ingaggia nel 1778 Dominique Vivant-Denon – scrittore, incisore, storico dell'arte, egittologo e amministratore francese – per guidare una equipe di disegnatori inviati nel Regno delle Due Sicilie, dopo le dirette e fruttuose esperienze dell'abate in quelle terre, coadiuvato dal borsista Hubert Robert, e un successivo felice rapporto con Jean Honoré Fragonard, al quale affidò il compito di recarsi a Napoli per soggiornarvi un mese, gettando le basi del suo progetto. Il turismo nasce nell'Ottocento anche grazie alle fortune mediatiche del *Grand Tour*, ma cambia tutto:

> «[...] Il vecchio continente è attraversato dalle prime ferrovie, alcuni valichi cadono in disuso perché le Alpi vengono traforate, esili ponti di ferro valicano i grandi fiumi, le antiche stazioni di posta vengono sostituite dai primi hotel. Girare l'Europa non è più un>avventura, ma una vacanza: l>iniziativa privata aristocratica e borghese viene lentamente soppiantata dalla prima organizzazione turistica di viaggi che per lungo tempo ne ricalcherà gli itinerari, ne assimilerà le ambizioni e le motivazioni anche se riducendoli [...]»[16].

Il viaggio diventa una vacanza e ai viaggiatori di un tempo, aristocratici, ricchi borghesi, intellettuali, si aggiungono frotte di turisti, piccolo borghesi: «[...] il viaggio si avvia a essere già nell'Ottocento un prodotto, una merce, da vendere al maggior numero possibile d'acquirenti: il turismo diviene esso stesso una prospera industria [...]»[17] (*fig. 3*).

Fig. 2. Johann Wolfgang von Goethe, Paesaggio Italiano *(Goethe 1997).*

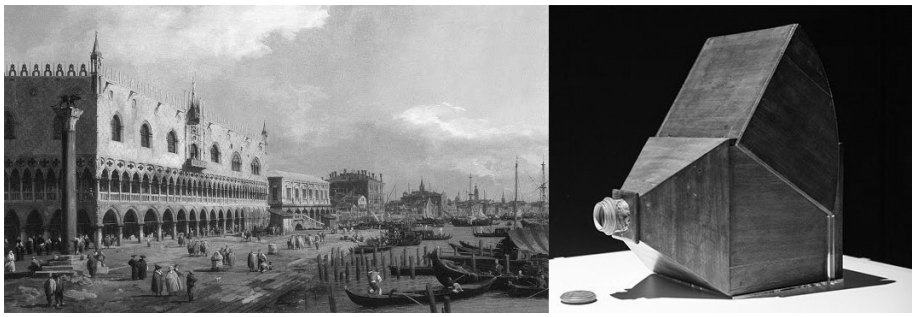

Fig. 3. Antonio Canal detto Canaletto, Il molo verso Est con la Colonna di San Marco*, olio su tela. Raccolte d'Arte Antica e Pinacoteca del Castello Sforzesco.*

Il paesaggio italiano, con particolare riferimento ai piccoli borghi, costituisce un soggetto di grande fascino che continua a suscitare interesse. La sua valenza estetica e la sua capacità di trasformarsi attraverso l'osservatore lo rendono un oggetto di studio e contemplazione, la cui interpretazione varia nel corso del tempo. Per attualizzare il suo significato simbolico, è fondamentale adottare un approccio multidisciplinare, ma che renda partecipe il pubblico "dilettante". L'impiego della tecnologia può rappresentare un valido supporto, ma deve essere progettato con precisione al fine di favorire l'individuazione dei luoghi e la diffusione di contenuti purificati da influenze soggettive e logiche di *marketing.*

L'introduzione del "punto di vista digitale" rappresenta un elemento chiave di questo studio. Nell'era dell'informazione, le tecnologie digitali offrono nuove possibilità per catturare, condividere e interpretare il paesaggio. Questo paper esplora come strumenti come app mobili, realtà aumentata e piattaforme di social media possano essere utilizzati per creare esperienze partecipative del paesaggio italiano, mantenendo al contempo un equilibrio con l'approccio contemplativo tradizionale.

▪ *2. Interpretazioni digitali di un significato simbolico: dai casi studio esistenti al progetto* Italian Atmospheres

Alla luce della complessità del concetto di paesaggio come processo mentale, esplorata nella prima parte di questo paper, la presente proposta mira a sviluppare una mobile app innovativa che consenta agli utenti di accedere e contribuire a una narrazione dinamica del paesaggio italiano. L'obiettivo di *Italian Atmospheres* è "scrivere" una storia dal basso, in continua evoluzione, che catturi l'essenza simbolica e multiforme del paesaggio italiano attraverso l'interazione digitale. Questo approccio si ispira a esperienze precedenti che hanno esplorato la capacità della tecnologia di catturare e condividere esperienze paesaggistiche. Un esempio emblematico è *The Beauty of a Second*, il primo concorso internazionale, esclusivamente dedicato a video della durata di solo 1 secondo, lanciato da Wim Wenders nel 2011[18]. Con questo progetto il regista tedesco sfidava i partecipanti non professionisti a catturare l'essenza della bellezza in un breve istante, facendo leva sulla loro creatività e capacità di sintesi. Analogamente, con il docufilm *Viaggio in Italia*[19], progetto "democratico" di circa dieci anni dopo, Gabriele Salvatores lanciava un appello a chiunque volesse inviare materiali inediti – girati restando rigorosamente in casa – per raccontare azioni ed emozioni dei giorni drammatici del *lockdown* nel periodo della pandemia. A questo progetto lavorò una squadra di operatori e collaboratori in tutta Italia, che cercarono e archiviarono anche materiale disponibile online.

In ambito più sperimentale, il progetto di Andy Mattern e il *team* di Camera Head (Joe Kaercher, Mark Kritz e Brady McClaran) hanno creato il *Camera Head Shanty* presso Art Shanty Projects a Medicine Lake, in Minnesota. Il loro laboratorio mobile ha dato ai partecipanti l'opportunità di osservare il lago e le case di pesca alle loro spalle attraverso una camera oscura indossata sulla testa. La loro versione della *camera obscura* portatile, pubblicata nel libro *Reframing Photography*[20]*,* comprende un laccetto per la testa (*fig. 04*).

Con *Italian Atmospheres: Digital flashbacks of Landscapes*, si propone di sintetizzare questi approcci in un'unica piattaforma interattiva. Basandosi su un sistema di "punti di vista" geo-referenziati, l'app mira a catturare le esperienze personali dei turisti e visitatori di aree archeologiche, consentendo loro di condividerle con altri come "*flashback* di paesaggi digitali". Questo processo riflette la natura del paesaggio come costrutto mentale, evidenziata nella prima parte del paper, permettendo agli utenti di contribuire alla costruzione di un significato collettivo e in evoluzione del paesaggio italiano. L'app faciliterà la visualizzazione delle interconnessioni di altri utenti, incoraggiando l'esplorazione e la scoperta di nuovi luoghi di interesse paesaggistico, e a condividere le proprie esperienze con gli altri.

A differenza delle app convenzionali focalizzate principalmente su aspetti sociali o di navigazione, *Italian Atmospheres* integra questi elementi in un'ottica partecipativa, facendo leva su un sistema di ricompense che incentiva la condi-

Fig. 4. Rebekah Modrak, The Portable Camera Oscura. Camera Head*, (Modrak, Anthes 2010).*

visione di contenuti e la geo-referenziazione di nuovi punti di interesse. *Italian Atmospheres* sarà governata da una *steering committee* costituita da un comitato scientifico e da un comitato di redazione per valutare e approvare i contenuti aggiunti dagli utenti, garantendo la qualità e l'accuratezza dei prodotti multimediali condivisi. La cabina di regia non solo svolgerà un ruolo di supervisione nella selezione e curatela dei contenuti, ma sarà anche responsabile della creazione di linee guida etiche e metodologiche che guideranno il processo di raccolta e produzione dei materiali da mettere in rete, garantendo la libertà di espressione dei turisti/visitatori, per una narrazione dal basso di una moderna storia del paesaggio *in progress*.

▪ *3. Ipotesi progettuale di un sistema per l'interpretazione digitale del paesaggio: Italian Atmospheres*

Il progetto *Italian Atmospheres: Digital flashbacks of Landscapes* si inserisce in un contesto di ricerca teorica, non ancora finanziata, che esplora nuove direzioni progettuali e potenziali applicazioni delle tecnologie digitali per la fruizione e l'interpretazione del paesaggio italiano. Questa ricerca, che si situa all'intersezione tra studi sul paesaggio, design dell'interazione e tecnologie digitali, nasce come risposta alle sfide concettuali emerse dall'analisi dei casi studio e dalla riflessione critica sul significato del paesaggio. Lo studio mira a colmare il divario tra la complessità teorica del concetto di paesaggio e le sue possibili elaborazioni digitali. La progettazione dell'applicazione sarà realizzata seguen-

do un approccio *user-centered design*, riflettendo la natura partecipativa del paesaggio come costrutto mentale collettivo affrontato nella prima parte del paper. Questo approccio si basa sull'idea di coinvolgere gli utenti fin dai primi *step*, garantendo che l'app risponda effettivamente alle esigenze di interpretazione e condivisione delle esperienze paesaggistiche, con la predisposizione di demo in un'area presidiata.

L'applicazione verrà sviluppata utilizzando il linguaggio di programmazione Java per Android. Saranno utilizzate le librerie di sviluppo Android SDK per implementare le funzionalità principali dell'app, come la visualizzazione dei punti di interesse sulla mappa, la gestione delle interazioni sociali e il sistema di ricompense *in-app*. È stata inoltre utilizzata una base di dati per memorizzare le informazioni relative ai punti di interesse e alle interazioni degli utenti.

Per la creazione dell'app, è fondamentale stabilire un metodo per la produzione dei contenuti al fine di raggiungere gli obiettivi della proposta con successo. Coinvolgendo utenti, docenti, designer e sviluppatori di software, verranno definiti gli scenari e le modalità. *Italian Atmospheres* sarà sviluppata in base ai seguenti *step*:

- Mappa digitale: la raccolta e selezione intelligente di materiali già comunemente prodotti (foto, video, disegni, commenti scritti) potrà definire una prima mappa digitale costituita da punti canonici di interesse paesistico, riferiti a specifiche aree presidiate (ad esempio, parchi archeologici). Questa fase affronta la sfida di bilanciare le visioni "ufficiali" del paesaggio con le percezioni individuali.
- Interfaccia utente: la combinazione di un elemento fisico, rappresentato da una cornice orientata verso il punto da catturare, con un'interfaccia digitale che permette agli utenti di generare, esplorare e selezionare, attraverso una modalità di visualizzazione a galleria, le proprie esperienze e le interazioni di altri utenti riferite a una specifica posizione geografica. Questa fase risponde alla necessità di ancorare l'esperienza digitale alla realtà fisica del paesaggio, creando un ponte tra il mondo tangibile e quello virtuale.
- *Cloud collection*: un database la cui visualizzazione, lettura e scrittura è a cura dei comitati. Pertanto, tutti gli elementi associabili ai punti di interesse sono memorizzati su database. Questa funzione fornisce un sistema scalabile; i dati sono a disposizione del comitato di redazione per l'associazione ai punti ai punti di interesse e di quello scientifico per l'analisi dei dati. Questa fase affronta la sfida di gestire e validare la vasta mole di dati generati dagli utenti, garantendo al contempo la qualità e la rilevanza dei contenuti (*fig. 5*).
- Processo di generazione dei contenuti: questa fase mira a definire un metodo per la produzione di contenuti che rifletta autenticamente le diverse interpretazioni attuali del paesaggio. La produzione comune di materiali attraverso l'implementazione di una demo in un'area presidiata; permette di testare e affinare questo processo in un contesto reale. Questo processo è responsabile dell'integrazione della raccolta di materiale.

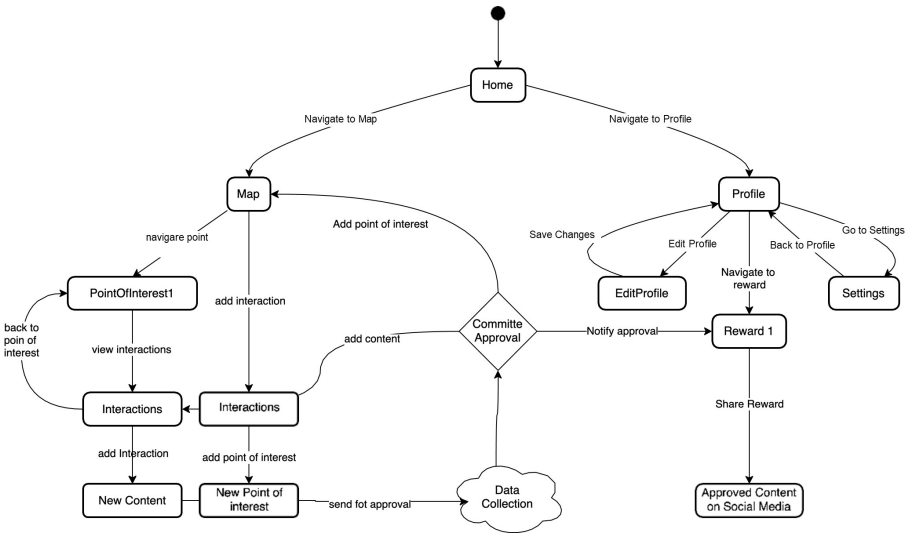

Fig. 5. Progettazione di un sistema mobile (elaborazione degli AA.).

Il sistema di ricompense *in-app* è stato concepito non solo come meccanismo di *gamification*, ma come strumento per incentivare una partecipazione attiva e riflessiva al processo di interpretazione del paesaggio. Ogni qualvolta che un utente condividerà un punto di interesse sui social media tramite l'app, verrà assegnato un punteggio *in-app* che, come già scritto prima, può essere utilizzato per sbloccare la possibilità di geo-referenziare altri punti di interesse o di aggiungere il proprio contenuto alla galleria. È importante sottolineare che l'approvazione di un comitato di redazione e di un comitato scientifico è necessaria per l'inclusione del contenuto nell'app, garantendo un equilibrio tra libertà espressiva degli utenti e coerenza scientifica del progetto.

▪ *3.1 Principali funzionalità*

Le funzionalità principali dell'app sono state ideate per facilitare un'esplorazione multidimensionale del paesaggio, permettendo agli utenti di navigare tra diverse interpretazioni e di contribuire con le proprie. Per una migliore comprensione del concetto di *Italian Atmospheres*, è stato illustrato il prototipo della soluzione tecnologica nella figura 5. L'utente, dopo l'autenticazione, accede a una *dashboard* che visualizza le recenti interazioni, approvate dalla cabina di regia, a cui è possibile applicare dei filtri anche in base alla sua posizione attuale, offrendo la possibilità di salvare i punti di interesse preferiti per una futura esplorazione. Con il menu situato in basso dello schermo, l'utente può accedere al profilo, dove è possibile visualizzare le sue interazioni approvate dal comitato, con la possibilità di condividerle sul web, visualizzare i punti di interesse sulla mappa e navigare verso di essi. In questo scenario vengono presentate in stile galleria le interazioni (immagini, video, disegni, eventuali commenti prodotti dall'utente), già raccolte nella ricerca preliminare.

L'applicazione fornisce uno scenario di interazioni, che possono essere visualizzate a schermo intero (*fig. 6*). Verranno poi condotti test per valutare usabilità ed efficacia delle funzionalità implementate. Si potranno inoltre reclutare partecipanti volontari forniranno riscontri sulle loro esperienze attraverso l'utilizzo dell'app. Sulla base di questi feedback, verranno apportate eventuali modifiche e miglioramenti all'applicazione.

▪ *3.2 Processo di generazione di contenuti*

Il processo di generazione dei contenuti, descritto in dettaglio nella sezione 2.3, è stato concepito come un esperimento per esplorare il rapporto dei turisti-visitatori con il paesaggio. Per condurre questa ricerca, verranno selezionati 30 partecipanti, che utilizzano regolarmente smartphone e che abbiano familiarità con le app di social media ai quali sarà fornita una breve introduzione al progetto, scopi e modalità. Durante il processo di verifica del processo di generazione di contenuti, i partecipanti saranno quindi invitati a caricare su un *repository* designato le loro personali visioni del paesaggio per un periodo di due settimane (*fig. 7*).

Durante lo stesso periodo, ai partecipanti verrà chiesto di condividere anche le coordinate geografiche dei punti fisici che hanno suscitato il loro interesse. Una volta acquisiti i contenuti, saranno condotte analisi qualitative dal Comitato Scientifico sul materiale, sui commenti e i suggerimenti forniti per poi essere elaborati e strutturati in base a criteri specifici, come l'ordine e la coerenza, curati dal Comitato di Redazione, montati e infine trasferiti direttamente sull'applicazione destinata alla trasmissione dei contenuti *in-app*. I dati raccolti forniranno anche preziose intuizioni sulla percezione contemporanea del paesaggio, contribuendo così al dibattito teorico sul significato e l'interpretazione del paesaggio nell'era digitale.

▪ *4. Conclusioni e ipotesi future*

La proposta di sviluppare *Italian Atmospheres: Digital flashbacks of Landscapes*, come già sopra evidenziato, si configura quindi come una possibile risposta alle sfide teoriche emerse dall'analisi del concetto di paesaggio, illustrato nella prima parte di questo paper, per riconsiderare l'idea del paesaggio come "processo mentale" e costrutto collettivo. La massiccia condivisione sul web di esperienze individuali, attraverso l'impiego di dispositivi digitali, costituisce una straordinaria opportunità per costruire una storia in progress del paesaggio italiano, attraverso la raccolta di immagini, scritti, pensieri, visioni, prodotta con il libero contributo di soggetti non necessariamente "addetti ai lavori", ma non privi di spirito critico.

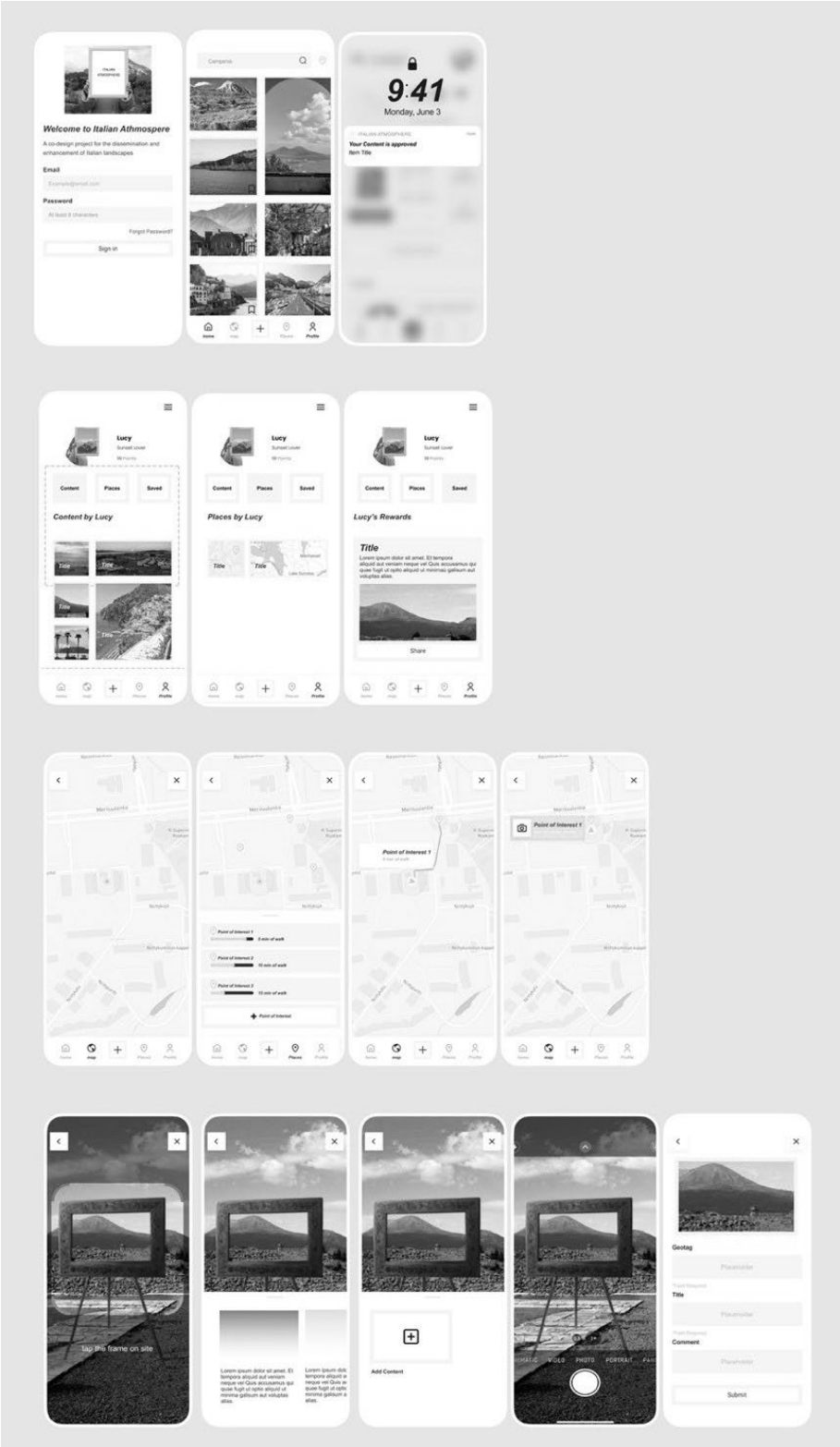

Fig. 6. Schermate del sistema mobile (elaborazione degli AA.).

Fig. 7. Fotoinserimento supporto fisico (elaborazione degli AA.).

La proposta di sviluppare un archivio di "*flashback of italian landscapes*" si configura quindi come un'opportunità unica per raccogliere e valorizzare le esperienze personali di coloro che attraversano il nostro Paese – creando un archivio ricco e variegato di materiali che riflettono la diversità, la complessità del paesaggio italiano e dei suoi visitatori – e rappresenta un passo fondamentale verso la democratizzazione della narrazione storica del paesaggio italiano. I visitatori potranno così contribuire attivamente alla creazione di una storia condivisa, che non si limita a una visione unidimensionale, ma abbraccia le molteplici prospettive e interpretazioni del paesaggio generando senso di appartenenza e di comunità tra i visitatori, che si potranno sentire così parte integrante di un più ampio processo di narrazione collettiva.

Le riflessioni elaborate in questo paper hanno inoltre evidenziato che i *social network* influenzano il processo decisionale riguardo alle destinazioni di viaggio. È stato dimostrato, infatti, che l'impatto dei social media può essere determinante nei comportamenti e nelle decisioni dei turisti prima e durante il viaggio sulla scelta di attività, destinazioni, alloggi, ristorazione[21]. Le preferenze e priorità dei turisti sono inoltre influenzate dalle caratteristiche delle destinazioni, dalle connessioni emotive, dai valori e motivazioni personali, dalle strategie promozionali e dalle prime impressioni delle immagini delle destinazioni, influenzando ancora una volta l'orientamento dei viaggiatori[22] e favorendo connessioni con potenziali turisti, spingendoli a trasformare le loro intenzioni in azioni concrete[23].

Un possibile sviluppo futuro potrebbe essere quello di rendere il progetto "aperto", estendendosi così all'intero patrimonio paesaggistico italiano. Questo approccio permetterebbe di esplorare in modo più completo le interconnessioni

tra i diversi elementi che compongono il paesaggio italiano, dalle sue componenti fisiche a quelle culturali e simboliche. Alcune criticità dell'ipotesi progettuale andranno poi affrontate in fase realizzativa. Innanzitutto, la validazione dei contenuti è il primo aspetto da monitorare: gestire un ampio archivio di contributi generati dagli utenti implica il controllo preventivo della qualità, la rilevanza e l'accuratezza delle informazioni contenute. Esiste, inoltre, il rischio di un appiattimento delle esperienze personali, dovuto all'uso massiccio dei social media, contraddicendo così l'intento di promuovere una narrativa "plurale". Un ulteriore problema è poi la sostenibilità a lungo termine della piattaforma digitale, per l'impegnativo fabbisogno di risorse finanziarie e umane.

In conclusione, *Italian Atmospheres* si propone come un ponte concettuale tra la teoria del paesaggio e le pratiche digitali contemporanee. Mentre offre prospettive interessanti per la narrazione e la fruizione del paesaggio nell'era digitale, il progetto richiede ulteriori riflessioni critiche e sperimentazioni sul campo per affrontare le sfide esaminate e realizzare pienamente il suo potenziale nel contribuire alla costruzione storico-critica dei paesaggi, fisici e culturali, patrimoni del *Made in Italy*, nella loro evoluzione.

▪ Note

[1] cfr. Gambi, Gregory 2000.

[2] *Ibidem*.

[3] *Ibidem*.

[4] D'Annunzio 1903.

[5] Sassatelli 2012.

[6] *Ibidem*.

[7] Assunto 1963, pp. 253-254.

[8] Assunto 1963, p. 254.

[9] Ivi, p 256.

[10] De Seta 1982.

[11] Ivi, pp. 129-130.

[12] Cometa 2006, pp. 61-64.

[13] De Seta 1982, p. 248.

[14] Ivi, pp. 250-252.

[15] Ivi, pp. 239-240.

[16] Ivi, p. 261.

[17] Ivi, p. 262.

[18] *The Beauty of a Second*, regia di Wim Wenders, 2011.

[19] *Viaggio in Italia di Gabriele Salvadores. Perché la memoria costruisce il futuro*, regia di Gabriele Salvadores, 2020.

[20] Modrak, Anthes 2010.

[21] Yuke et al. 2022.

[22] Sinh, Thai 2024.

[23] Afren 2024.

▪ Bibliografia

Afren 2024
Afren S., *The role of digital marketing promoting tourism business: A study of use of the social media in promoting travel, in* «World Journal of Advanced Research and Reviews», 21(1), 2024, pp. 272-287

Agustini *et al.* 2023
Agustini K., Wahyuni D.S., Mertayasa I.N.E., Ni Made Ratminingsih, Gede Ariadi, *The Effect of Augmented Reality Mobile Application on Visitor Impact Mediated by Rational Hedonism: Evidence from Subak Museum,* in «International Journal of Advanced Computer Science and Applications», 14(1), 2023, pp. 77-78

Assunto 1963
Assunto R., *Giudizio estetico, critica e censura: Meditazioni e indagini*, Firenze 1963

Cheng 2024
Cheng M., *Social media and tourism geographies: mapping future research agenda*, in «Tourism Geographies», 2024, pp. 1-10

Choonhawong, Phumsathan 2022
Choonhawong W., Phumsathan S., *Critical review of patterns, roles, and influences of social media in tourism*, in «Kasetsart Journal of Social Sciences», 043(4), 2022, pp. 1025-1034

Cometa 2006
Cometa M., *L'età di Goethe*, Roma 2006

D'Annunzio 1903
D'Annunzio G., *Alcyone*, Milano 1903

De Seta 1982
De Seta C., *Storia d'Italia. Annali 5. Il paesaggio*, Torino 1982

Gambi, Gregory 2000
Gambi L., Gregory P., *Paesaggio*, in «Treccani», 2000

Goethe 1997
Goethe J.W., *Viaggio in Italia*, a cura di Einem H., M Milano 1997 (6ª ed.; ed. orig. *Italienische Reise*, 1816-1817)

Idbenssi *et al.* 2023
Idbenssi S., Safaa L., Perkumienė D., Škėma M., *Exploring the Relationship between Social Media and Tourist Experiences: A Bibliometric Overview*, in «Social Sciences», 12(8), 2023, p. 444

Jones, Miles, Beaulieu 2021
Jones N.B., Miles P., Beaulieu T., *The Value of Social Media Advertising Strategies on Tourist Behavior: A Game-Changer for Small Rural Businesses*, in «Journal of Small Business Strategy», 31(4), 2021, pp. 64-75

Kalloori *et al.* 2023
Kalloori S., Chalumattu R., Yang F., Klingler S., *Towards Recommender Systems in Augmented Reality for Tourism*, in Atti del Convegno ENTER22 e-Tourism Conference, 2023, pp. 267-272

Modrak, Anthes 2010
Modrak R., Anthes B., *Reframing Photography: Theory and Practice*, New York 2010

Octafiola, Yuliati 2022
Octafiola U.A., Yuliati E., *Elaboration Likelihood Model in Marketing Communication Through Social Media for Tourism in Indonesia*, in Proceedings of the 19th International Symposium on Management INSYMA 2022, 2022, pp. 944-954

Raji *et al.* 2024
Raji M.A., Olodo H.B., Oke T.T., Addy W.A., Ofodile O.C., Oyewole A.T., *Digital marketing in tourism: A review of practices in the USA and Africa*, in «International Journal of Applied Research in Social Sciences», 6(3), 2024, pp- 944-954

Saint Non 1781
Saint Non J.C.R., *Voyage pittoresque, ou, Description des royaumes de Naples et de Sicile*, I, Paris 1781

Sassatelli 2012
Sassatelli M., *Saggi sul paesaggio*, Roma 2012

Savić 2024
Savić I., *Captivating Hearts and Minds: How Emotional Marketing Transforms Tourist Experiences?,* in «*Sitcon 2023 Managing The Future By Learning From The Past – Contemporary Trends In Tourism & Hospitality*», 2024, pp. 79-88

Simmel 1913
Simmel G., *Filosofia del paesaggio*, in *Saggi sul paesaggio (I classici di sociologia)*, Roma 1913

Sinh, Thai 2024
Sinh B.D., Thai T.D., *Factors of Social Networking Influencing Tourists' Destination Selection in Ho Chi Minh City*, in «Revista de Gestão Social e Ambiental», 18(2), 2024, pp. 1-17

Tandafatu, Ermilinda, Darkel 2024
Tandafatu N., Ermilinda L., Darkel Y.B.M., *Digital Transformation in Tourism: Exploring the Impact of Technology on Travel Experiences*, in «International Journal of Multidisciplinary Approach Sciences and Technologies», 1, 2024, pp. 55-64

Tsao 2023
Tsao T.-Y., *The Value and Usage of Augmented Reality in Digital Marketing to Improve Consumer Satisfaction and Help with Consumer Decisions* in the Tourism Industry, in «Advances in Economics, Management and Political Sciences», 14, 2023, pp. 211-216

Turri 2008
Turri E., *Antropologia del paesaggio*, Venezia 2008

Volkmann, Santini, Chiarini 1803
Volkmann J.J., Santini L.R., Chiarini G., *Napoli e i suoi dintorni*, Napoli 1803

Yuke *et al.* 2022
Yuke Y., Chung Shing C., Schönherr S., Hang M., *The effect of social media on travel planning process by Chinese tourists: the way forward to tourism futures*, in «Journal of Tourism Futures», 2022, pp. 1-20

Zaifri *et al.* 2023
Zaifri M., Khalloufi H., Kaghat F.Z., Azough A., Zidani K.A., *From Earlier Exploration to Advanced Applications: Bibliometric and Systematic Review of Augmented Reality in the Tourism Industry (2002–2022)*, in «Multimodal Technologies and Interaction», 7(7), 2023, p. 6