

# Mettere a frutto il *Paesaggio attivo* *To make the most of Active landscape*

**PAOLO CASTELNOVI**

## Abstract

*Paolo Castelnovi, ha insegnato progettazione e pianificazione urbanistica e paesaggistica al Politecnico di Torino. Ha coordinato la redazione di piani paesaggistici, la parte paesaggistica di piani provinciali e di aree protette. È presidente dell'Associazione culturale Landscapefor.*

Il lungo declino delle comunità tradizionali stabili ha reso raro un sapere prima diffuso: la proprietà culturale dei territori che si abitano. Era un sapere spesso implicito, inconsapevole. Oggi dobbiamo aiutare chi, consapevolmente, prende iniziative per difendere o migliorare un pezzo del paesaggio che ama. Sono azioni spesso non pagate, che suppliscono carenze pubbliche, che non riescono a emergere nel chiasso delle informazioni sulla rete. Un progetto di Atlante si propone di mettere in luce le azioni dei soggetti del "Paesaggio attivo" e la loro utilità per la conoscenza e la valorizzazione del Patrimonio culturale, arricchendone il significato normalmente inteso.

*The long decline of traditional permanent communities, made rare a knowledge that was widespread before: the cultural property of their territories. Often, it was a tacit and unconscious lore. Today we have to help who, consciously, takes initiative to defend and ameliorate a piece of his loved landscape. These are unpaid actions that compensate public deficiencies and that often are not able to stand out in the noisy information on the web. Atlasfor project aims to bring to light the actions of those who operate on the "Active landscape" and the importance of their role for the acknowledgement and the enhancement of the cultural heritage, commonly intended.*

## 1. La proprietà culturale dei luoghi

Son giusto passati quarant'anni da quando abbiamo aggiustato alla bisogna il termine *proprietà culturale*.

In San Frediano, il quartiere Oltrarno della Firenze storica, si stava sgretolando il blocco sociale, economico e culturale che lo abitava da molti secoli. Un misto di artigiani, bottegai, operai che viveva una città nel modo medioevale, di casa-bottega, di strada-cortile, all'ombra di Palazzo Pitti e degli alberghi si affacciano sul Ponte Vecchio.

Avevamo studiato la prodigiosa resilienza dei comportamenti urbani in quel quartiere, che dopo sei o sette secoli stava cominciando a cedere solo allora alle *driving forces* della modernità. Avevamo capito che quella continuità era connessa, forse causa forse effetto, alla padronanza della storia, del senso e dell'uso appropriato dei luoghi che caratterizzava gli abitanti. Il quartiere era casa loro, con confini precisi (dicevano "vado a Firenze" per attraversare il Ponte Vecchio) e conoscenza diffusa: non c'era abitante che non ti sapesse indicare la strada per la chiesa del Carmine (forse perché molti avevano la stessa faccia della gente ritratta 600 anni fa da Masaccio, nella cappella Brancacci). Era un sapere collettivo, una proprietà culturale di tutti gli abitanti del quartiere rispetto ai propri spazi, alla propria storia, ai propri usi.

Il progetto opportuno per quella situazione è l'opposto del canone moderno: si lasciano perdere le incompatibilità tra gli usi, gli standard urbanizzativi, le regole dalla casa igienica, salutare e accessibile. Piuttosto si studiano aggiustamenti del lotto gotico, dove i locali stretti e lunghi, impilati su tre o quattro piani, sono fungibili da secoli per casa e lavoro; si rinforzano gli affacci sulle corti interne, che si riempiono di verde e alberature per aggiungere una vista diversa da quella della strada. Ma in ogni caso si mantiene la struttura medioevale della città che è l'habitat identitario di una società storicamente consolidata, anche se appare scomoda e poco agibile secondo i requisiti della modernità. È proprio quella struttura resiliente che oggi, modificata completamente la struttura sociale che la abita, persa la memoria orale e biografica, sostituite le persone, continua a emettere una eccezionale capacità attrattiva vitale, finendo classificata tra i 10 quartieri più cool del mondo, secondo un'orrida classifica di Lonely Planet del 2017 (per chi voglia ripercorrere le intuizioni, ingenue ma anticipatrici cfr. Paolo Castelnovi, Maurizio De Marco, *Le proprietà culturali nel tessuto urbano: progetti d'uso*, Alinea, Firenze 1978).

Ora è raro imbattersi in una comunità urbana che ha mantenuto sino a pochi anni fa una proprietà culturale così intensa e organica del proprio territorio: le città quasi ovunque sono percorse da comportamenti del tutto diversi, senza segni spaziali distintivi, i processi di radicamento sono svalutati, mentre dominano aspetti funzionali più omogenei e generici. Semmai il senso di proprietà culturale dei luoghi resiste maggiormente in certe campagne, dove il sapere contadino da sempre si estende dalla coltivazione all'abitare nel suo complesso, dove i caratteri locali distinguono ogni chilometro e i processi di adattamento hanno spinto a sfruttare le particolarità piuttosto che le generalità.

Per paradosso l'integrazione tra coltura e cultura è ancora feconda nelle terre più difficili: sui versanti collinari o montani, dove la terra è meno fertile e raccogliere è fatica. Il paradosso è apparente perché è facile capire che in quei territori il valore aggiunto del sapere contadino è essenziale per la sopravvivenza stessa. Dove la popolazione è decimata diventa evidente che se non c'è proprietà culturale non c'è abitante. Se non sai come fare non scampi: non c'è una *campania felix* che fruttifica da sola, ma piuttosto una natura matrigna che chiede un'attenzione e un'esperienza sul campo (è il caso di dirlo) per individuare i prodotti e i modi per coltivarli, la posizione della casa e i materiali per costruirla adatti a ciascuna valle, a ciascun versante.

Sembra confermare questa tesi il processo storico stesso: le terre in pendenza si sono spopolate ininterrottamente lungo tre o quattro generazioni, fino a desertificare, ma oggi chi rimane o ritorna ha (o vorrebbe riavere) la proprietà culturale di quei luoghi: la cultura del luogo è l'ancora che fa resistere i vecchi, ma anche quella a cui si affida il nuovo abitante in cerca di radicamento.

Il termine *proprietà* viene utilizzato qui nell'accezione che si dà agli aspetti caratterizzanti delle materie prime, come citati nei manuali di erboristeria o di tecnica delle costruzioni (l'aglio o il tufo hanno proprietà che è bene conoscere). Ma nella parola risuona anche un implicito riferimento al patrimonio identitario: nel termine *proprietà* è inteso, sottotraccia, che si tratta di uno strumento di grandi potenzialità, il cui possesso apre a indefinite possibilità: è una sorta di *talento territoriale* che ci viene assegnato, come il carattere e la personalità sono il talento personale, con tutte le bibliche parabole che ne seguono.

Per definire questa proprietà facciamo riferimento alla *cultura* e non alla *tradizione* perché se da una parte la proprietà culturale dei luoghi è intrisa di un sapere consolidato nel tempo, assegnato quasi sempre ad una trasmissione non verbale ma implicita nel fare stesso delle cose, d'altra parte nella proprietà culturale stanno anche i germi dell'innovazione necessaria a mantenere positivo il rapporto tra abitante e luogo nel tempo. E questo processo di adattamento chiede un'elasticità e una duttilità che solo la cultura discussa, trasmessa, imparata può consentire di ottenere, scavalcando la corazza difensiva della tradizione che, nelle ristrettezze, si riduce ad essere ripetitiva, testarda, autistica.

In questa prospettiva le proprietà culturali dei luoghi non sono residui di passato che fa pena veder avvizzire, ma piuttosto bionti da innesto, radici che sanno resistere e portare nuove piante in un terreno difficile.

Ci pare urgente imparare a progettare, sperimentando, per valorizzare le proprietà culturali dei luoghi.

È un lavoro che nei prossimi anni sarà prezioso per salvare decine di bambini gettati con ettolitri di acque sporche, nel furore che domina questa fase di isterica trasformazione che stiamo attraversando, in cui il *cambiamento* (senza aggettivazioni) viene millantato come toccasana.

## 2. Identità implicita e identità consapevole: il *Paesaggio attivo*

Gli esperimenti, come Galileo insegna, servono a validare un'ipotesi teorica che dal calcolo sembra sostenibile ma che deve essere verificata nella realtà. Il nostro progetto di valorizzazione delle proprietà culturali deve necessariamente misurarsi con la realtà non solo delle cose e dei luoghi, ma anche dell'odierno senso di identità delle comunità locali, quel senso di sé che nutre (e si nutre) delle proprietà culturali, che fanno ritenere un bene comune attivo la lingua, i comportamenti, gli usi alimentari e, *last but not least*, i modi di abitare.

Lo sfaldamento funzionale delle comunità locali si è avviato da settant'anni, con l'avvento della mobilità quotidiana e ha accelerato nell'era della rete, che ha canalizzato su relazioni virtuali e intangibili gli affetti e i sensi di appartenenza. Oggi al luogo dove si risiede non corrisponde più una proprietà culturale condivisa con la comunità abitante, ma piuttosto viene percepito una gabbia da cui si cerca di evadere

fisicamente, scegliendo di passare ogni tempo libero altrove, o virtualmente, immergendosi nel non luogo del web.

Persa la dimensione storica dell'identità collettiva e il senso pratico del bene comune, residua il senso di identità personale. È un sentimento molto più resiliente del senso collettivo, perché mentre questo è legato a comportamenti codificati, che devono essere condivisi e subiscono i mutamenti del corpo sociale, quello è legato alla propria memoria biografica, che affonda per ciascuno di noi in tempi e luoghi primigeni, mitologicamente stabili, che hanno inciso in modo indelebile sui nostri gusti e le nostre inclinazioni. Ciascuno lo può constatare: mentre è difficile mantenere un dialetto se nessuno intorno lo parla più, o condividere un senso del luogo se non si incontrano i vicini salvo che in ascensore, è invece facile che rimangano punti di riferimento stabili nella nostra mente legati a luoghi e contesti vissuti da bambini o da ragazzi, che fanno parte della nostra identità.

Quando, qualche anno fa, Roberto Saviano ha lanciato il gioco dell'*Elenco delle 10 cose per cui vale la pena vivere*, e oltre 10.000 persone hanno scritto il loro elenco a «Repubblica». A chi, come me, ne ha fatto una statistica, risulta che ai primi posti si situavano gli affetti (soprattutto per i genitori o i figli), ma subito dopo due sistemi di segni identitari del paesaggio: le cose da mangiare (il pesto, le polpette di zia Rina...), i luoghi (la spiaggia di Fano d'inverno, il Monte Rosa al tramonto dal balcone di casa...).

Sono segni identitari impliciti, che saltano fuori solo perché qualcuno ha fatto una domanda impegnativa e dal profondo emergono come valori irrazionali, sedimentati, emozionanti quelli stessi che, per gioco, li elencano. Sembra che oggi tutto concorra a spostare la proprietà culturale da un quadro di riferimento di identità collettiva a uno di identità individuale, e che anche quella stia sempre più scivolando sotto traccia, diventando implicita e nascosta, emergendo solo se chiamata.

È evidente che non stiamo parlando della retorica dell'identità, del rito simbolico e formale che non entra nelle pratiche urbane e che sempre più fa comportare come la tifoseria di una squadra di calcio: qui stiamo cercando di trovare strumenti per la qualità reale della nostra vita culturale, saperi per agire e non distintivi da mettere al bavero.

Allora, per chi ricerca un senso di identità che serva a qualcosa, è interessante l'analisi della storica call del FAI e di «Repubblica» (ancora) sui *Luoghi del cuore*.

Sin dall'inizio, 15 anni fa, chi inviava il proprio post eleggeva come Luogo del cuore un sito a cui era legato biograficamente: c'era nato, ci si era innamorato, era la casa d'origine. Solo alcuni sui tantissimi luoghi personali erano stati scelti per denunciarne il degrado, per sventare minacce speculative o rischi di estinzione.

Ma nel giro di pochi mesi questo secondo tipo di segnalazioni aveva preso quota, e negli anni successivi un continuo crescendo. Oggi i Luoghi del cuore sono diventati uno dei

tanti siti che ospitano segnalazioni di persone afflitte da una sorta di "identità militante", che presidiano il territorio e lamentano incurie e ingiustizie di luoghi (secondo loro) di valore. Il web agevola la pratica (poco pratica) della denuncia dei malesseri che tormentano la sensibilità dei cittadini. Per lo più è una sensibilità che si acuisce solo quando il degrado tocca beni a noi cari, pezzi della nostra identità personale o dei luoghi che frequentiamo ogni giorno e quindi la rete si riempie di microstorie individuali, di episodi che agitano gli animi, all'ombra della mezza dozzina di prefiche professionali, che fanno del lamento per il degrado della cultura un'arte.

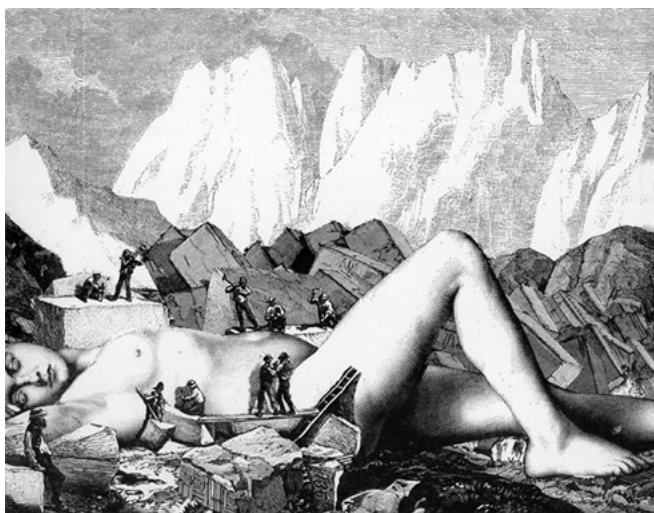
Ma una parte di questo esercito di segnalatori non porta solo mugugni e lamentele: molti elaborano un pensiero critico, o addirittura una strategia di difesa della propria relazione con i luoghi. L'identità personale da implicita si fa consapevole, capace di assaporare le potenzialità del patrimonio identitario ma anche di criticare la situazione complessa che impedisce ogni sviluppo piano e semplice del rapporto tra soggetti, la loro storia, il loro spazio.

L'identità consapevole è un'evoluzione fondamentale, una sorta di presa di coscienza del nostro rapporto con i luoghi. Ma non è ancora la capacità di impegno, la scelta di diventare non spettatori ma attori del processo di sapere che collega la propria storia personale al territorio e alla dimensione storica. Quando si decide passare dalla parola ai fatti, e quindi di fare qualcosa per affrontare e mettere a frutto le risorse di valore del nostro habitat, allora il senso di identità consapevole viene indirizzato al progetto, all'azione, e si entra nella dimensione del *Paesaggio attivo*.

Lo definiamo così perché nell'insieme questa azione diffusa e attiva genera un effetto importante sul visitatore: è una componente viva del paesaggio, che quasi sempre viene percepita come una specie di portatore di sapidità che si aggiunge ai monumenti e agli ambienti naturali e facilita i processi empatici necessari per generare emozione e interesse.

### 3. Il racconto dell'ospite e lo sguardo del visitatore

Per manifesto del convegno sul "Senso del paesaggio" (si vedano gli atti in: Paolo Castelnovi (a cura di), *Il senso del paesaggio*, IRES, Torino 2000) avevamo scelto una straordinaria illustrazione di Carelman che mostra gente indaffarata attorno ad una figura sdraiata: una sorta di Amor sacro dormiente, che ci sembra una potente metafora del Paesaggio. In chiusura è stato chiesto ai partecipanti al convegno che cosa facessero quei signori intorno al corpo gigante e immoto. Con precisione pavloviana si sono divisi: gli ambientalisti hanno detto in coro: «lo stanno distruggendo», gli architetti hanno asserito «lo stanno finendo di realizzare», mentre gli archeologi: «lo stanno scoprendo». Solo un signore anziano, capitato per caso, mentre era in visita al Castello dove si svolgeva il convegno, ha detto: «stanno cercando di capire chi o cosa sia».



Da Jacques Carelman, *Saroka la Geante*, Le terrain vague, Paris 1965.

Noi, da visitatori, condividiamo con il signore anziano la predilezione per l'indagine, l'emozione del capire e ci sembra fondamentale mantenere viva la curiosità, la voglia di stupirsi, il piacere di interpretare e di sentire spiegazioni e racconti.

Se questo motore è alla base della spinta d'esplorare il paesaggio, a muoversi, ad essere *tour-isti*, allora cerchiamo di capire quale materiale occorre per far rendere un motore di questo genere, oltre al combustibile basato sulla curiosità e una certa cultura generale che consenta di stabilire relazioni tra ciò che si vede e ciò che già si è visto.

Ci paiono necessari elementi di connessione, lubrificanti che rendano scorrevole e senza intoppi l'esperienza della visita, che ci facciano intuire qualche traccia del sedimento storico e ambientale, invisibile ma fondamentale per capire ciò che vediamo, illuminando le parti significative e rimandando il resto sullo sfondo.

Ci paiono fondamentali due attrezzature:

Una esterna e d'appoggio all'esperienza di visita, fatta di suggerimenti, di aiuti non in forma spezzettata ma organica, che ci facciano capire i luoghi in modo complessivo, il più possibile olistico: un racconto.

E tra i racconti sono memorabili non tanto quelli delle guide professionali, che imitano gli insuperati volumi rossi del Touring, quanto le presentazioni di chi a ciascun luogo dedica studi e attenzioni specifiche, curandolo come parte di casa propria: avendone la proprietà culturale e la consapevolezza esplicita. Insomma, come insegna la classica letteratura di viaggio, *il racconto dell'ospite* è più intrigante, più emozionante, più coinvolgente di qualsiasi altra guida.

Perché nessun giardino è interessante come quello che ti viene presentato da chi lo cura ogni giorno.

E l'Italia, "parco d'Europa", ha giardinieri in ogni dove, centinaia di migliaia di persone che si danno da fare per mantenerlo e offrirlo al meglio al visitatore: sono il vero "Paesaggio

attivo" che l'identità consapevole mette in moto. Da quello che davvero apre il giardino per una festa dell'estate al vignaiolo che mette le rose in testa al filare, da quelli che passano il tempo della pensione a studiare e far da guida ai visitatori della città che abitano, alla cuoca che cucina sin da ragazza dieci piatti tradizionali: gli attori del Paesaggio attivo si presentano come formiche impegnate in un enorme lavoro, solo in piccola parte pubblico, spesso di volontariato, quasi sempre silenzioso e sconosciuto.

È un giacimento di risorse attive, grazie alle quali è vivo e accessibile il patrimonio culturale diffuso. È ciò che permette ancora al paesaggio italiano di essere percepito come un tappeto ininterrotto e vivace su cui si poggiano i monumenti celebri, un supporto che alla fin dei conti contribuisce così tanto a rendere indimenticabili i cosiddetti "grandi attrattori".

Di questo tappeto, più che dei monumenti, parla *il racconto dell'ospite*: chi ti racconta il territorio a partire dalle sue fatiche, dalle attività di cui va fiero parla di cose comuni, che interessano il nuovo pubblico giovane o che viene da altre culture, e cerca persone e non solo pietre, attività e non solo chiese, orgoglio locale e senso di identità e non solo storia o natura, stato di fatto critico e aggiornato e non solo immagini edulcorate.

D'altra parte, la seconda attrezzatura, per soddisfare la curiosità e la ricerca di emozioni. È un atteggiamento più che uno strumento, che agisce dall'interno, nasce dalla sensibilità personale e si affina con l'esperienza: *lo sguardo del visitatore*.

Nessuna enciclopedia dà spazio alla forza interpretativa di chi cerca di riprodurre in immagini l'emozione e la curiosità del suo personale rapporto con i luoghi. Forse perché "fissare le emozioni" è un'attività tradizionalmente assegnata all'arte, che fino a pochi anni fa richiedeva tecniche e competenze molto selettive.

Ma l'attuale possibilità, di fotografare e girare video con estrema facilità, consente a una platea vastissima di aggiungere un tocco di sensibilità soggettiva, imprevedibile e spesso innovativa, ai racconti validati di chi conosce a fondo i luoghi.

Se cento anni fa fotografare era un'azione ancora vicina a dipingere, e come il pittore il fotografo girava con un cavalletto da posizionare con cura, scegliendo l'ora e il luogo per la migliore immagine, oggi lo sguardo del visitatore è più vicino a quello di un ladro di effetti, di particolari inusitati. In molti casi si coglie un attimo, una situazione che genera emozione casualmente e non per merito di un particolare studio: occorre essere rapaci come Doisneau o Cartier-Bresson per restituire una Parigi magica, diversa da quella attuale che però ancora risuona di quegli scatti in molti suoi angoli.

In altri casi lo spirito del luogo emerge da una scelta di location per una storia filmata, che mette in evidenza aspetti sino a quel momento latenti: dopo *Profondo rosso*, a Torino

non si può più passare in piazza CLN di sera, senza alzare gli occhi e sentirsi a disagio.

Certo occorre, per riprendere una suggestione, riesumare una particolare interpretazione artistica a partire dal luogo dove è stata colta: un conto è sfogliare un libro di foto di Gabinio, un conto è gustare le sue foto dal punto in cui sono state scattate ottanta anni fa.

In ogni caso però è evidente che questi aspetti possono essere colti solo da chi non è abituato ai luoghi, da chi usa i pochi minuti o giorni della sua visita per ascoltare ogni fruscio, ogni suono di quel paesaggio per lui nuovo e catturarne un motivo che si forma in quel momento solo per lui: ecco perché quello sguardo ce lo porta il visitatore, uno che sa ascoltare i luoghi, li sa interpretare, non è catalizzato da una sola esperienza, ma mette a frutto la pluralità di esperienze per dare un nuovo senso a questi luoghi oggi, a un altro domani. Ma solo un'eccezionale abilità riesce a sintetizzare il rapporto con un luogo in una sola immagine: quasi sempre l'esperienza di esplorazione di un paesaggio si perfeziona in un insieme di immagini connesse, ricostruendo in post-produzione un sistema di impressioni diverse e spesso eterogenee. Occorrerebbe nobilitare quello strumento penitenziale che era il carousel delle slide (ora è semplicemente un pollice che si arrossa sfregando sul vetro di un cellulare): un modo per farsi odiare da amici e parenti, al ritorno dalle vacanze. Ma la pluralità delle immagini risponde ad una esigenza reale: è un modo, spesso goffo e banalizzante, di dare forma al racconto del viaggiatore, che è ben diverso da quello dell'ospite.

Oggi la memoria delle proprie emozioni come visitatori è polverizzata in un caleidoscopio di immagini, facilissime da acquisire ma difficili da dotare di senso in sequenze e itinerari: è come avere una grande pompa per aspirare emozioni, che poi mettiamo in serbatoi dove la loro energia si spegne immediatamente, nel giro di un clic sui social, e diviene materia inerte, ingombro da cui difendersi, invece che scintilla per innescare nuove curiosità e piaceri interpretativi.

È questa attrezzatura per la dotazione di senso complesso che sembra mancare ai milioni di dilettanti dello sguardo del visitatore, fermo restando che una raffinata sensibilità artistica è di pochi, ma che tutti hanno diritto di provare a migliorare la propria.

#### 4. Il Programma APPA

Vogliamo mettere a frutto sia la memoria della proprietà culturale dei luoghi, l'identità consapevole che mobilita le energie degli abitanti e potenzia la capacità di raccontare, sia lo sguardo del visitatore che, valorizzato opportunamente, genera ancora emozioni dopo decenni.

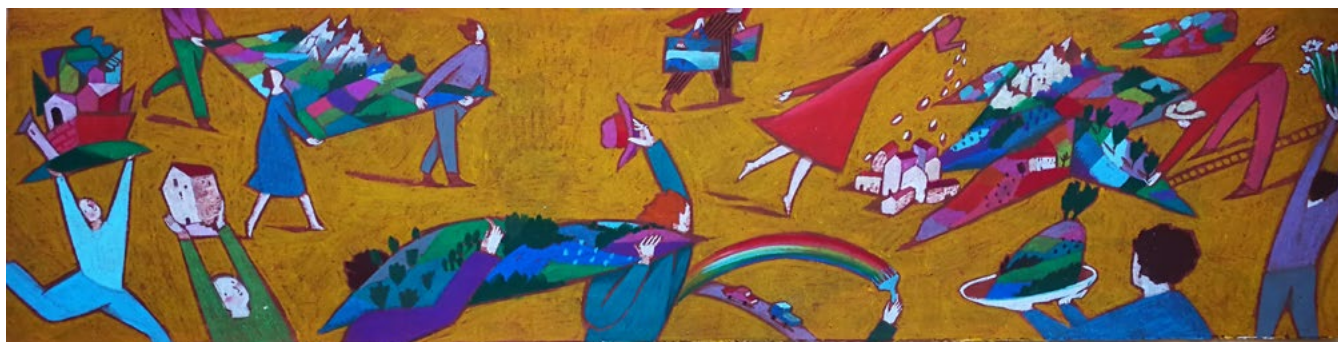
Pensiamo che siano tecniche di esposizione capaci di suscitare quel senso, razionale e sentimentale, di immersione, di comprensione, di partecipazione che tanto andiamo cercando, nelle nostre esplorazioni del mondo.

Capiti i requisiti della comunicazione ci sembra di essere già a buon punto, perché la materia prima da comunicare, i documenti, non sembrano mancare. Ci pare che in Italia gran parte dei beni, dei luoghi e delle iniziative sia documentata: ha avuto la sua mostra, ha la sua app disponibile nel mare magnum del web. Ogni archivio è aperto almeno qualche ora la settimana, ogni progetto è stato illustrato in un libro o una rivista.

Ma in realtà tutto ciò è dimenticato sugli scaffali o in fondo ai cellulari, in pratica inaccessibile quando serve, quando si è in visita o si studia un luogo. I documenti iconografici ci sono, ma sono difficili da reperire anche perché non sono ordinati, e non c'è motore di ricerca che tenga. Anzi, quando avremo smaltito la sbornia da cantina aperta per un alcoolista, ci accorgeremo che tutti i Google del mondo non servono a nulla se non vengono usati secondo un sistema già sapiente di suo, un cervello strutturato secondo sistemi di relazioni non stupide, come quelle degli algoritmi.

Abbiamo sempre bisogno di un telaio di riferimento, su cui tessere l'ordito dei racconti e degli sguardi. Abbiamo pensato al telaio più semplice, che però paradossalmente manca: una forma di ordinamento spaziale delle emozioni e del sapere, un Atlante dove ritrovare documentazione dei beni e delle attività culturali del territorio.

La forma di Atlante consente di coprire un vuoto sistemico della cultura in Italia, dove troppo poco si rende conto della geografia delle nostre risorse, delle relazioni di rete e di prossimità tra le testimonianze del nostro territorio e tra il patrimonio (il "capitale fisso" culturale) e le attività caratteristiche o le iniziative culturali locali, preziose per apprezzare le qualità dei luoghi che si abitano.



Carlotta Castelnovi per il Programma APPA 2018. Il titolo pensato dall'autrice: Tutti pazzi per il paesaggio.



Mappa del Programma APPA.

Un sistema informativo selezionato, appoggiato a un atlante portatile, consente di accompagnare il visitatore o lo studioso, suscitargli le emozioni e la curiosità, soprattutto nei luoghi e nei modi meno frequentati. In questo modo si possono suggerire attenzioni e indurre a quella straordinaria serendipity che è alla fine la cifra del nostro Paese, dove in mille luoghi possiamo scoprire l'intreccio tra i migliori paesaggi e i migliori sapori, i suoni, le storie, le opere d'arte da vedere, toccare e gustare e dove, per chi lo sa ancora fare, è quasi sempre bello perdersi.

Per questo, con l'Associazione Landscapefor, abbiamo impostato una piattaforma digitale: *Atlasfor* (vedi *atlas* di [www.landscapefor.eu](http://www.landscapefor.eu)), di libero accesso sul web, utilizzabile da tablet e smartphone oltre che da desktop. Su *Atlasfor* i materiali documentari sono esplorabili come un data base georeferenziato in forma di elenchi (parole chiave, archivi, categorie), ma soprattutto attraverso la loro individuazione sulla mappa. Così sono reperibili, luogo per luogo e con semplicità, schede riferite ai singoli beni e attività, con i diversi documenti iconografici che possono aiutare a capire meglio il paesaggio: le carte storiche, i progetti, i frame di film, le interviste, le opere di artisti, le viste di interni o aeree altrimenti inaccessibili. Per lo più si tratta di materiali già pubblicati, che vengono selezionati, riorganizzati e spesso inseriti in un sistema di autoaggiornamento.

Le immagini sono accompagnate da brevi didascalie organizzate in modo da poter comporre un racconto preordinato,

o viceversa possono essere fruite secondo un ordine scelto dall'utente. Sono tradotte in inglese, mentre la piattaforma consente anche selezioni di materiali in altre lingue.

Sulla piattaforma *Atlasfor* è stato attivato il programma *APPA - Atlante del patrimonio e del paesaggio attivo*, che documenta i luoghi, i beni e le attività, basandosi il più possibile sulle competenze locali, che vengono raccolte prevalentemente sotto forma di Racconto dell'ospite, e sulle capacità diffuse di esplorazione e di raccolta delle impressioni, raccolte come Sguardo del visitatore.

Il programma *APPA* ha dimensione nazionale ed è necessariamente un work in progress, dato l'immenso corpus di documenti da raccogliere (almeno un milione complessivamente). Ovviamente è organizzato per consentire una fruibilità e una riconoscibilità immediate, anche dei frutti parziali che si consolidano via via.

Secondo il programma si illustrano in 5 anni oltre 10.000 punti di interesse (POI), che presentano contestualmente due aspetti complementari del paesaggio italiano, per la prima volta leggibili nelle loro interazioni e connessi da appositi itinerari:

- le emergenze diffuse del Patrimonio, selezionando gli aspetti materiali e immateriali che rendono memorabile ed emozionante il paesaggio, urbano e non;
- il "Paesaggio attivo", selezionando le iniziative, i presidi, i prodotti, i servizi di qualità e soprattutto le persone che rendono vivaci e attraenti i luoghi, e agevolando le interazioni e le esperienze che si possono ottenere solo dai rapporti diretti.

Il programma si sviluppa per fasi, scegliendo le tipologie di territorio da documentare più adatte alle esigenze delle politiche culturali e turistiche del momento. Nella fase 2018/19 si selezionano con l'aiuto di partner istituzionali e del III settore, i punti di interesse e i relativi materiali documentari di ambiti e soggetti appartenenti a due tipologie fondamentali:

- per il Patrimonio, le emergenze diffuse presenti nei contesti dei beni qualificati dall'UNESCO (gli intorni dei Siti da Lista Patrimonio, gli ambiti MAB - Man and Biosphere, le Città creative) e delle principali vie storiche (romane e francigene).

Si sono identificati più di 50 ambiti di contesto, che comprendono oltre un terzo del Paese e oltre la metà dei maggiori beni culturali (vedi mappa).

Si intende in questo modo dare un contributo ad una strategia di turismo culturale mancante ma urgente in Italia: distribuire maggiormente i flussi turistici. Si vuole dare un servizio a chi è attratto dai siti della Lista UNESCO, ma è disponibile a farsi incuriosire dal paesaggio e dalle iniziative locali, fuori da itinerari battuti. Promuovendo la conoscenza e l'interesse per il patrimonio, i centri, le

attività di pregio e i servizi della parte meno conosciuta, ma preziosa, si ottiene una migliore distribuzione delle presenze di visitatori e una diffusione delle ricadute della polarizzazione esercitata dai Beni iscritti alla lista.

- b. per il Paesaggio attivo, i soggetti d'eccellenza presenti negli ambiti di contesto dei siti UNESCO e delle vie romane e francigene, fornitori di servizi per la ricettività, produzioni tipiche, iniziative di valorizzazione di identità locali (circa 3000).

Tali soggetti, individuati attraverso selezioni da parte di stakeholder locali (ad esempio i gestori dei siti Unesco o i rappresentanti dei Club per l'Unesco), vengono inseriti entro selezioni nazionali di iniziative e attività, distinti per aspetti tematici, che vengono comunque coinvolti nel progetto *APPA*:

1. musei, ecomusei e parchi con iniziative di rilevanza territoriale;
2. luoghi da promuovere per le installazioni e le iniziative di arte contemporanea;
3. iniziative e pratiche pubbliche o del III settore per la qualità del paesaggio materiale e immateriale – ad esempio selezionati nei Premi per il paesaggio;
4. iniziative per la valorizzazione di beni da recuperare attraverso attività culturali e performing art – ad esempio selezionati nei bandi per start up o delle fondazioni bancarie;
5. iniziative censite dalla rete Connecting smart city (vedi scheda sul sito [www.landscapefor.eu](http://www.landscapefor.eu)) dedicate ai servizi di sharing, di conoscenza e funzionalità territoriali innovative, mobilità dolce ecc.);
6. attività di produzione e servizi per la green society – ad esempio quelli censiti da Symbola o Legambiente;
7. iniziative e servizi per la ricettività di qualità paesaggistica e speciale – ad esempio per la balneazione o l'escursionismo montano;
8. attività di produzioni e servizi rurali di qualità (coltivazioni tradizionali con tecnologie innovative, produzioni enogastronomiche, alberghi diffusi ecc.).

Per il 2018 il programma *APPA* è inserito tra le iniziative per l'Anno europeo del Patrimonio, e affronta gli ambiti di contesto ai siti UNESCO e alle vie storiche di Piemonte, Liguria e Valle d'Aosta, oltre a quelli dell'area del sisma 2016 (Umbria, Marche, Abruzzo, Alto Lazio).

Per il Paesaggio attivo entro il 2020 si vogliono localizzare in tutta Italia di oltre 5000 soggetti di diverso tipo, accomunati dall'interesse per il territorio, l'identità locale e la qualità delle iniziative di valorizzazione.

A ciascuno dei soggetti del Paesaggio attivo selezionati viene assegnata una vetrina ad alta visibilità, che può essere aggiornata direttamente e utilizzata per esporre le iniziative e inserire i propri eventi in calendari e mappe che sono posti in emergenza nell'Atlante.

In questo modo il programma *APPA* si propone come strumento funzionale all'attuazione di indirizzi strategici del Mibact per quanto riguarda:

- i beni UNESCO (a partire dagli esiti della Conferenza nazionale del 2016);
- il paesaggio (a partire dalle conclusioni degli Stati generali del Paesaggio del 2017);
- il turismo (a partire dal Piano strategico di sviluppo del turismo 2017-2022 – Obiettivi A3 C2 C3).

Non è un'adesione a posteriori, ma piuttosto è l'esito di un'elaborazione coerente con un dialogo, a tratti intenso, in corso d'opera con i funzionari che hanno allestito i documenti strategici e di una condivisione profonda nel merito delle scelte e dei valori avanzati in quelle mozioni. Per questo *APPA* è stato presentato ed è a disposizione del Mibact, in particolare degli uffici responsabili dei settori sopra citati, per ogni esperienza o utilizzo se ne voglia sperimentare. D'altra parte, per un progetto di questa portata, versatile e disponibile a ogni tipo di sperimentazione, è fondamentale il contributo di idee, di reti di conoscenze e di archivi informativi degli stakeholders che da molti anni stanno lavorando sul territorio e sui temi del patrimonio e delle iniziative culturali locali.

In questa prospettiva l'Associazione Landscapefor "mette a sistema" le collaborazioni ormai consolidate con diversi soggetti attivi nel campo del management delle attività culturali, del paesaggio e dello sviluppo locale, integrandoli con soggetti portatori di reti tematiche specifiche (da Legambiente a Symbola, da Federculture alla FIAB, dalla Società Geografica Italiana alla Federazione dei Club per l'Unesco). La piattaforma si propone così di diventare un hub per mettere in comunicazione i portatori di interessi del "paesaggio attivo" con diversi raggruppamenti di fruitori, troppo spesso sinora non comunicanti tra loro perché privi di comuni basi di riferimento.