

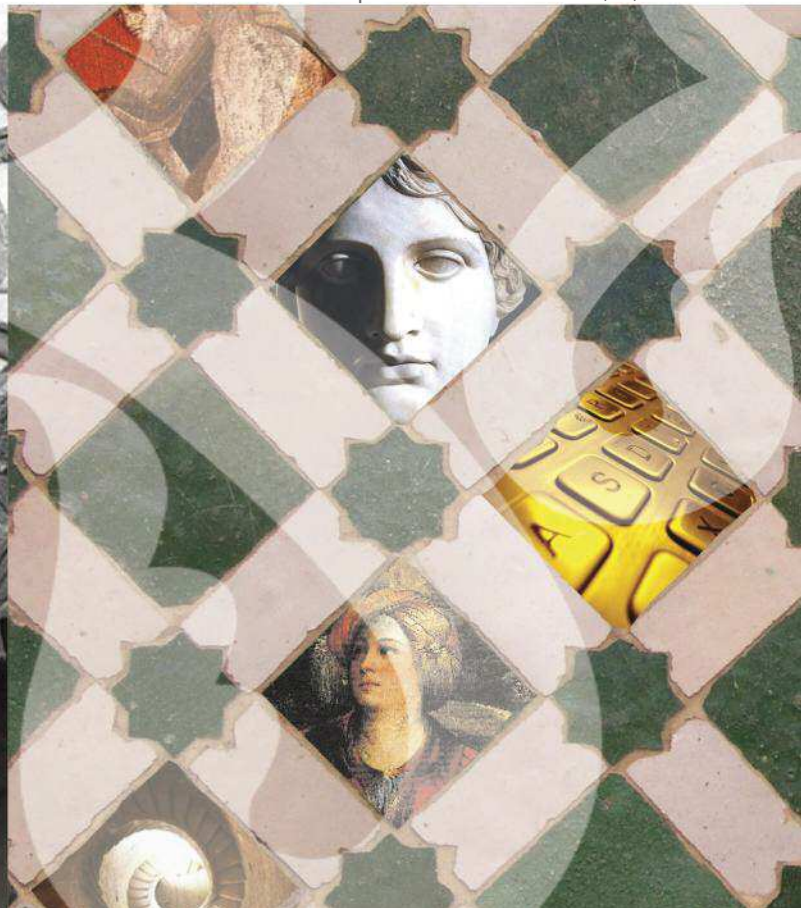
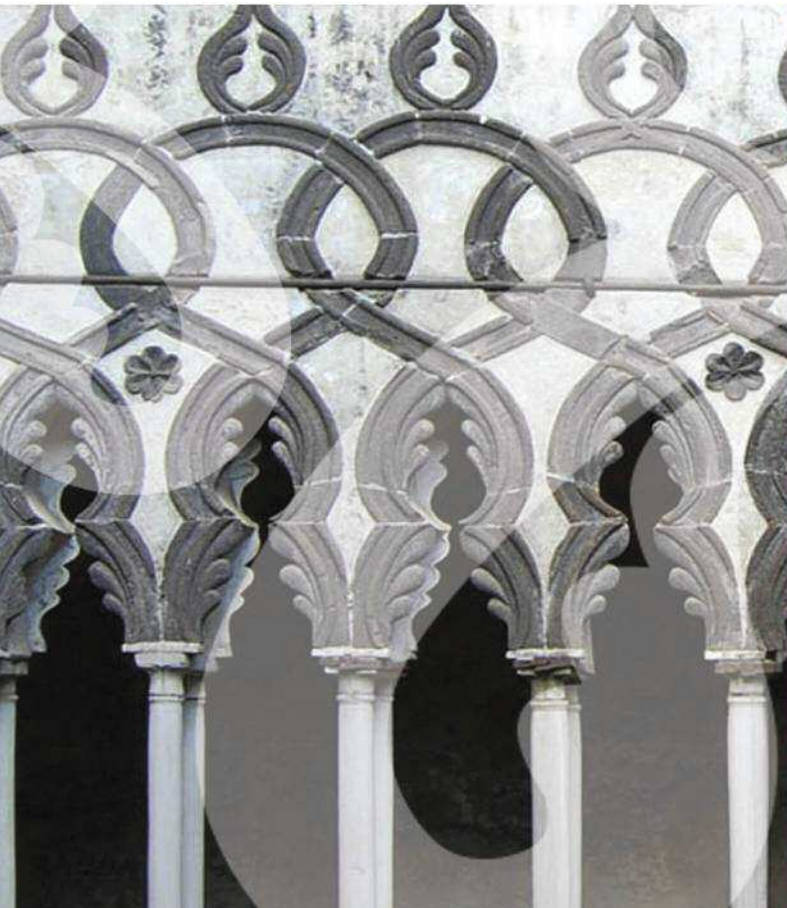


Centro Universitario Europeo
per i Beni Culturali
Ravello

Territori della Cultura

Rivista on line Numero 8 Anno 2012

Iscrizione al Tribunale della Stampa di Roma n. 344 del 05/08/2010





Centro Universitario Europeo
per i Beni Culturali
Ravello

Sommario

Comitato di redazione

5

La città italiana della cultura:
da Ravello Lab lo spunto per un ddl
Alfonso Andria

6

Der Kulturinfarkt
Pietro Graziani

10

Conoscenza del patrimonio culturale

Luiz Oosterbeek Looking at a global disruption
in three steps, plus one to overcome it

14

Roger Alexandre Lefèvre La «Déclaration de Venise»
sur la résilience des villes face aux catastrophes:
protection du patrimoine culturel et adaptation au
changement climatique

22

Miguel Ángel Cau Ontiveros Archaeometry of ceramics
as a scientific-humanistic discipline: in pursuit of the
Ravello spirit - Part I. Methodological issues

26

Cultura come fattore di sviluppo

Gianni Bulian Il nuovo Museo Nazionale d'Abruzzo
nel Mattatoio alla Rivera, l'Aquila

38

Franco Iseppi Paesaggio come valore e come prodotto

54

Jukka Jokilehto Culture as a factor of development

58

Salvatore Claudio La Rocca Appunti sul (controverso)
rapporto tra Cultura e Innovazione Tecnologica

68

Metodi e strumenti del patrimonio culturale

Teresa Colletta Historical Towns and cultural tourism.
Towns of the Arts or Cultural Towns?
Urban marketing or Cultural tourism?

76

Dieter Richter Peter Ruta e l'Italia. Una vita in viaggio

84

Comitato di Redazione



Centro Universitario Europeo
per i Beni Culturali
Ravello

Presidente: Alfonso Andria

comunicazione@alfonsoandria.org

Direttore responsabile: Pietro Graziani

pietro.graziani@hotmail.it

Direttore editoriale: Roberto Vicerè

rvicere@mpmirabilia.it

Responsabile delle relazioni esterne:

Salvatore Claudio La Rocca

sclarocca@libero.it

Comitato di redazione

Jean-Paul Morel Responsabile settore
"Conoscenza del patrimonio culturale"

jean-paul.morel3@libertysurf.fr;

morel@msh.univ-aix.fr

Claude Albore Livadie Archeologia, storia, cultura

alboRELIVADIE@libero.it

Roger A. Lefèvre Scienze e materiali del
patrimonio culturale

lefevre@lisa.univ-paris12.fr

Massimo Pistacchi Beni librari,
documentali, audiovisivi

massimo.pistacchi@beniculturali.it

Francesco Caruso Responsabile settore
"Cultura come fattore di sviluppo"

francescocaruso@hotmail.it

Piero Pierotti Territorio storico,
ambiente, paesaggio

pierotti@arte.unipi.it

Ferruccio Ferrigni Rischi e patrimonio culturale

ferrigni@unina.it

Dieter Richter Responsabile settore
"Metodi e strumenti del patrimonio culturale"

dieterrichter@uni-bremen.de

Antonio Gisolfi Informatica e beni culturali

gisolfi@unisa.it

Matilde Romito Studio, tutela e fruizione
del patrimonio culturale

matilde.romito@gmail.com

Francesco Cetti Serbelloni Osservatorio europeo
sul turismo culturale

fcser@iol.it

Segreteria di redazione

Eugenia Apicella Segretario Generale

apicella@univeur.org

Monica Valiante

Velia Di Riso

Rosa Malangone

Progetto grafico e impaginazione

Mp Mirabilia - www.mpmirabilia.it

*Per consultare i numeri precedenti e i
titoli delle pubblicazioni del CUEBC:
www.univeur.org - sezione pubblicazioni*

*Per commentare gli articoli:
univeur@univeur.org*

Info

Centro Universitario Europeo per i Beni Culturali

Villa Rufolo - 84010 Ravello (SA)

Tel. +39 089 857669 - 089 858101 - Fax +39 089 857711

univeur@univeur.org - www.univeur.org



Paesaggio come valore e come prodotto

Franco Iseppi

*Franco Iseppi,
Presidente TCI*

“La battaglia dei tedeschi contro i mulini a vento, nel **Parco d’Abruzzo**”, è il titolo di un articolo di Maurizio Bongioanni («il Venerdì di Repubblica», 18 maggio 2012) nel quale si commenta l’appello lanciato da un tour operator tedesco contro un impianto eolico progettato alle porte del Parco Nazionale del Gran Sasso. Lo si considera il segnale di come, a volte, al paesaggio italiano tengono più gli stranieri che gli italiani stessi: i tedeschi rappresentano la più alta quota di incoming degli stranieri in Italia. L’allarme è per il destino del comune di Santo Stefano di Sessanio, un borgo medievale a 1.250 metri di altezza che “rischia di vedere la sua bellezza sovrastata dall’impatto di enormi pale eoliche. La decisione di creare un **parco del vento** è stata presa dal comune dirimpettaio: San Pio delle Camere, un paese di sole settecento anime sul monte Camarda, giusto all’ingresso del Parco. Un duro colpo per la amministrazione di Santo Stefano, da sempre impegnata nelle politiche di conservazione del paesaggio. Santo Stefano, del resto, è in lista per la candidatura UNESCO e conosciuto alle cronache estere come modello virtuoso di turismo ecosostenibile”. La scoperta, fatta da un regista e comunicata dal portavoce della agenzia «Wolftour Discover Abruzzo», ha spinto il sindaco di Santo Stefano (Antonio D’Aloisio) e il presidente del Parco Nazionale del Gran Sasso e dei Monti della Laga (Arturo Diaconale) a lamentarsi con le istituzioni competenti, rimarcando che le conseguenze di tale operazione avrebbero avuto un im-

patto rovinoso sul paesaggio e avrebbero vanificato ogni prospettiva di sviluppo turistico.

A proposito di strategie per lo sviluppo, in un dibattito di **Toscana Promozione**, organizzato dalla Regione Toscana, e del quale dà conto Silvia Pieraccini su «Il Sole24Ore», 19 maggio 2012, Simon Anholt, il guru di *nation branding* che ha già aiutato 53 tra città e paesi di tutti i continenti a migliorare il proprio “standing”, ha sostenuto, in relazione al ruolo giocato dal-

Fig. 1 Pale eoliche.





la bellezza estetica nella attrattività della Toscana, che **“la bellezza è qualcosa di hard e non di soft”**, e quindi un elemento strutturale dello sviluppo.

Le citazioni (anche limitandoci alla cronaca più recente) relative ad eventi, progetti, iniziative, studi, prese di posizione sui temi ambientali, sul paesaggio, sui beni culturali, sugli stili di vita, sui nuovi turismi, sullo sviluppo sostenibile, sul valore economico dei beni immateriali, sono talmente frequenti e qualificate che si può correttamente affermare che sta crescendo una grande sensibilità verso nuovi sistemi di vita, di relazioni, di valori. Anche il paesaggio, il nostro paesaggio, è diventato (per molti è tornato ad essere) un punto di riferimento sempre più frequente quando si parla di grandi opzioni e opportunità, sia per difenderlo che per conservarlo e promuoverlo, per tutti coloro che si occupano di infrastrutture, di produzione, di servizi, di beni culturali o di turismo.

Il paesaggio non è solo la cartina di tornasole dei fatti e misfatti compiuti dall'uomo. È anche l'espressione dei segni materiali e immateriali con i quali la natura e l'uomo lo hanno costruito nel tempo, attraverso le esaltazioni, le modifiche, le cancellazioni (come avviene nei palinsesti), le gerarchie pratiche e valoriali che lo determinano. Le ragioni per le quali il paesaggio rappresenta per il Touring Club Italiano un tema di interesse prioritario sono facilmente individuabili. In primo luogo perché ce ne occupiamo da sempre: la grande Guida d'Italia voluta da L.V. Bertarelli pubblicata e aggiornata ininterrottamente dal 1914 e ancora oggi, col suo ambizioso obiettivo (pienamente riuscito) di fornire un censimento a “tappeto” del territorio italiano è, in estrema sintesi, il più dettagliato affresco del paesaggio italiano.

In secondo luogo il paesaggio è l'espressione più completa, per le ragioni di cui sopra, della identità plurale del nostro Paese che fa della diversità dei paesaggi una ricchezza consistente e un forte motivo di attrattività dei tour operator, specialmente stranieri. È un prodotto reale, spendibile, non solo perché la Commissione Europea sostiene e favorisce quel tipo di agricoltura che produce paesaggio (stiamo parlando di quella che si definisce neoagricoltura, in un Paese dove l'agricoltura condiziona il 50% del paesaggio), ma perché di fatto, per chi si occupa di turismo, il paesaggio è correttamente da concepirsi come il vero contenitore dell'insieme articolato delle domande dei viaggiatori che vogliono simultaneamente soddisfare bisogni differenziati: beni culturali, enogastronomia, eventi, tradizioni, artigianato.



Fig. 2 Santo Stefano di Sessanio.



Fig. 3 Santo Stefano di Sessanio, chiesa della Madonna del Lago.

In terzo luogo, il paesaggio, in una accezione dinamica (sappiamo che ci sono molte cose da rottamare) è anche un indicatore di innovazione del nostro modo di relazionarci, del nostro modo di vivere e della nostra pratica turistica. La si definisce generalmente responsabile: in realtà significa credere che ci sono margini perché il turismo di massa diventi sempre più consapevole e conviva (senza essere "centrale" come lo è stato) con un turismo personale crescente, verde, tecnologico, che fa leva su piccole e medie imprese e che esalta le diversità, non omologabile in termini di stile e di modalità operative. Coerentemente a questa impostazione, ci va stretta la definizione tradizionale di turismo. Preferiamo parlare di post-turismo, intendendolo come l'insieme dei turismi che stanno qualificando questo comparto che è, nello stesso tempo, economico, culturale e sociale.

Ricordando le nostre origini, tramite la conoscenza, da diffondersi attraverso tutte le piattaforme possibili, nonché la promozione delle buone pratiche, la nostra Associazione è impegnata a svolgere, non da sola, ma con ambientalisti, geografi,



economisti, sociologi, un ruolo importante nella “educazione” al paesaggio, che è, per noi, l’obiettivo primario. In una materia così complessa, correlata da infinite interdipendenze, multidisciplinare, vi sono, in Italia, un’infinità di leggi, antiche e recenti, nazionali e regionali, buone o cattive, o superate o non considerate, né fatte rispettare. Qualcuno, tempo fa e autorevolmente, ha già invitato il nostro Parlamento a legiferare meno e meglio. Ma senza un’adeguata sensibilità diffusa nella collettività, senza un processo che renda più consapevoli i cittadini dei valori fondamentali di una buona gestione del territorio, le buone leggi non bastano. Un’educazione al paesaggio, così come lo intendiamo e proponiamo, di fatto è anche educazione alla appartenenza e, in definitiva, alla cittadinanza.



Fig. 4 San Pio delle Camere.