



Centro Universitario Europeo
per i Beni Culturali
Ravello

Territori della Cultura

Rivista on line Numero 36 Anno 2019

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



Sommario



Centro Universitario Europeo
per i Beni Culturali
Ravello

Comitato di redazione

5

Turismo e Cultura: un binomio inscindibile
Alfonso Andria

8

Sviluppo e assestamento organizzativo del MiBAC
Pietro Graziani

14

Cultura come fattore di sviluppo

Giuseppe Teseo L'ex convento di S. Chiara a Bari:
il restauro architettonico e l'adeguamento funzionale
a sede della Soprintendenza SABAP

20

Ferruccio Ferrigni Colture, culture, paesaggi culturali

40

Domenico Camardo Alle origini della pasta.
La Valle dei Molini di Gragnano

56

Metodi e strumenti del patrimonio culturale

Francesco Palumbo Il turismo culturale in Italia:
un nuovo quadro di riforma e sviluppo per la
crescita economica e la valorizzazione del
patrimonio territoriale del Paese

66

Teresa Colletta La comunicazione urbana tramite
la cartellonistica: utile strumento per un turismo
di cultura. Alcune recenti realizzazioni

76

Filippo Bencardino Una collaborazione tra
Società Geografica Italiana e il Centro Universitario
Europeo per i Beni Culturali di Ravello

86

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

redazione@qaeditoria.it

Responsabile delle relazioni esterne:

Salvatore Claudio La Rocca

sclarocca@alice.it

Comitato di redazione

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

jean-paul.morel3@libertysurf.fr;

Claude Albore Livadie Archeologia, storia, cultura

morel@msh.univ-aix.fr

Max Schvoerer Scienze e materiali del
patrimonio culturale

alborelivadie@libero.it

Beni librari,

documentali, audiovisivi

schvoerer@orange.fr

Francesco Caruso Responsabile settore

francescocaruso@hotmail.it

"Cultura come fattore di sviluppo"

Piero Pierotti Territorio storico,

pieropierotti.pisa@gmail.com

ambiente, paesaggio

Ferruccio Ferrigni Rischi e patrimonio culturale

ferrigni@unina.it

Dieter Richter Responsabile settore

dieterrichter@uni-bremen.de

"Metodi e strumenti del patrimonio culturale"

Informatica e beni culturali

Matilde Romito Studio, tutela e fruizione
del patrimonio culturale

matilderomito@gmail.com

Adalgiso Amendola Osservatorio europeo
sul turismo culturale

adamendola@unisa.it

Segreteria di redazione

Eugenia Apicella Segretario Generale

univeur@univeur.org

Monica Valiante

Velia Di Riso

Progetto grafico e impaginazione

PHOM Comunicazione srls

*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 2148433 - Fax +39 089 857711

univeur@univeur.org - www.univeur.org

Main Sponsors:



ISSN 2280-9376



Teresa Colletta

*Teresa Colletta,
Università di Napoli Federico II
e ICOMOS CIVVIH*

La comunicazione urbana tramite la cartellonistica: utile strumento per un turismo di cultura. Alcune recenti realizzazioni

La tematica del turismo culturale “informato” fonda sulla consapevolezza della necessità di una maggiore comunicazione della storia delle città nel cuore dei centri urbani. L’ottica è di **far conoscere ai cittadini, visitatori e turisti la storia urbana unitamente ai “valori” presenti nel patrimonio architettonico e urbanistico, non sempre bene evidenziati.** Come si può constatare, anche il turismo culturale si rivela un turismo poco “informato” e **la ricchezza e la diversità del patrimonio urbano è troppo spesso ignorata non solo dai visitatori, ma anche dagli stessi abitanti.**

La conoscenza del patrimonio è il principio base per la sua conservazione secondo i concetti fondamentali dell’ICOMOS sulla **conservazione integrata** del patrimonio culturale. Promuovere la conoscenza dei siti storici è il punto di partenza dunque per agevolare una fruizione rispettosa del patrimonio e promuovere una sua adeguata salvaguardia e conservazione. Il **turismo culturale**, con i grandi movimenti di popolazioni che riesce a coinvolgere, in continuo aumento secondo i dati recenti del WTO, può svolgere, se considerato quale risorsa culturale e non come consumo o marketing del patrimonio, il ruolo di diffusione della conoscenza delle città storiche, della storia di quei luoghi, della loro stratificazione e trasformazione nei secoli, nonché delle problematiche inerenti la conservazione del patrimonio, tangibile ed intangibile, ivi esistente e ignorata. Ci vuole però **alla base una informazione/comunicazione sapiente.** Secondo la nostra opinione, la prima tappa per la diffusione di una conoscenza urbana in loco – che aiuti i visitatori a scoprire non solo le architetture monumentali, ma anche le caratteristiche precipue nelle città storiche a lunga continuità di vita, dei luoghi storici, delle strade e dei più rilevanti spazi pubblici, con particolari riferimenti al “genius loci” – è la realizzazione di **una “informata” segnaletica urbana.**

Siamo convinti dell’importanza della **comunicazione urbana, tramite la cartellonistica**, e come questa sia estremamente utile alla conoscenza dei luoghi, sopperendo alle guide e ai testi scritti. Tramite un’informazione *in situ* si può attivare “velocemente” un’informazione sintetica, ma scientificamente redatta, attivando un turismo informato e di qualità¹.

La comprensione della **comunicazione-promozione** deve essere strettamente legata alla rivoluzione oggi in atto dell’informazione digitale e delle moderne tecnologie (ITC): i media, i network, i siti web, i social internet, le App, le Start up, i GIS

¹ Di questo argomento mi sono occupata lungamente in una precedente esperienza di ricerca ed al cui testo rimando per un approfondimento. cfr. T.Colletta, O.Niglio, *Per un turismo qualificato nelle città storiche. La segnaletica urbana e l’innovazione tecnologica*, Franco Angeli, Roma-Milano 2016



etc. L'innovazione tecnologica della conoscenza dell'urbano nell'informazione-promozione all'interno dei circuiti del turismo culturale può agevolare la produzione di creatività. La conoscenza può diventare un grande catalizzatore di creatività. Patrimonio urbano e città creativa possono incrementare nuove politiche e pratiche urbanistiche².

1. La Segnaletica informativa urbana o Cartellonistica urbana.

La segnaletica urbana attuata con le nuove tecnologie costituisce certamente, a nostro avviso, il primo importante passo nella comunicazione della storia della città e dei suoi valori urbani, sebbene non il solo. I **Totems** o le **Paline** informative poste nei luoghi opportuni sono quindi essenziali strumenti per la promozione di un turismo di cultura, ma anche per incrementare l'interesse al patrimonio urbano delle comunità locali. Dagli *urban poster designing*, alla segnaletica topografica o *urban signs*, alla semplice didascalizzazione o *denominaciones urbanas*, ai cartelloni, alle paline, ai *totems* della cartellonistica urbana o *urban signage*, al *digital heritage* etc. offrono tutti una comunicazione-informazione sulla città storica, ma in una molteplicità di **segni**, spesso anche in sovrapposizione gli uni con gli altri, creando confusione, non essendo progettata la loro localizzazione unitariamente, né in un unico momento. La *Cartellonistica*, come viene chiamata comunemente la segnaletica turistica più aggiornata, viene proposta in molte maniere, offrendo una casistica variata e molto ben differenziata. Non tutta la nuova segnaletica urbana intende promuovere la conoscenza della storia urbana dei luoghi, le dinamiche della crescita urbana e le trasformazioni nel tempo di strade, piazze, mura, mercati, punti di vista strategici, tradizioni ed usi locali etc. Molti cartelloni infatti sono estrapolati dal contesto urbano, mentre dovrebbero illustrare il sito ove sono localizzati con planimetria attuale a confronto con "l'antica" configurazione originaria, spesso perduta, di grande utilità all'occasionale visitatore. Per promuovere però una tale tipologia di cartelloni è fondamentale una precedente ricognizione analitica della stratificazione storica della città e una ricerca sulla documentazione iconografica e cartografica.

Con l'avvento dell'innovazione tecnologica della conoscenza sempre più specializzata nell'informazione/comunicazione si

² Colletta T. (2014), *Knowledge is Catalyst of Creativity. Urban Heritage and Creative cities*, Relazione scritta alla Tavola rotonda di Firenze (10-12 marzo 2014) su " Creative Cities as World Heritage Tourist Destinations. Reflections on policies, principles & practice in the 21st century. ICOMOS International Cultural Tourism Charter & Valletta Principles .Oggi può leggersi nel sito web dell'ICOMOS CIVVIH.



Fig. 1 e 2 Milano e Firenze.
La segnaletica urbana topografica.
I Totems con le mappe
topografiche delle strade, ma
senza alcun riferimento storico
delle piazze e dei monumenti
(foto dell'autore, 2014).

creano nuove possibilità e si realizzano nuove esperienze e *best practices* da conoscere per confrontarle. **Le recenti esperienze europee**, in questo campo, sono state da noi analizzate in un nostro recente studio³, in cui si evidenziava come l'ottica di una comunicazione/informazione **deve essere chiaramente comprensibile ad ogni visitatore per realizzare un turismo urbano "informato"**. Non può essere ridotto ad attività di disegno urbano o a totem di segnaletica stradale, ma deve essere organizzato e realizzato scientificamente con una "sapiente" cartellonistica urbana. La **segnaletica turistica deve infatti essere adeguata alla comunicazione-informazione dei valori** presenti nelle città e volta ad una maggiore conoscenza della storia urbana. Non bastano quindi le referenze topografiche dei luoghi e delle strade con mappe aggiornate per comprendere le trasformazioni storico-urbanistiche di quei luoghi storici, ma sono necessarie cartografie e ricostruzioni virtuali della sua configurazione originaria e foto aeree digitali.

La cartellonistica urbana implica anche una gestione degli spazi urbani che non può essere sottovalutata con una sovrapposizione di più *totems* e cartelloni in uno stesso luogo per informazioni topografiche e storico-monumentali, realizzati anche in momenti differenti seguendo diverse metodologie progettuali. La realizzazione dei nuovi cartelloni investe cioè *in primis* un problema di conoscenza della storia urbana, ma anche di gestione degli spazi urbani per la loro corretta localizzazione, così come delle infrastrutture che vengono messe a disposizione per raggiungere quei luoghi (Figg. 1, 2).

³ Cfr. T.COLLETTA, *Per un turismo culturale "informato". Le nuove tecnologie digitali per la comprensione della città: la segnaletica urbana, la didascalizzazione e la cartellonistica urbana*, in T.COLLETTA, O.NIGLIO (a cura di), *Per un turismo culturale qualificato nelle città storiche. La segnaletica urbana e l'innovazione tecnologica*, Franco Angeli Editore, Roma, Milano 2017, pp. 13-33.



2. Esperienze di segnaletica urbana

Esistono oggi esempi di “sapiente” segnaletica o cartellonistica urbana che qui riportiamo a campione, che possono essere considerati quali *best practices* della comunicazione intelligente, in cui si pone in atto un turismo informato volto alla conoscenza per la salvaguardia dei luoghi storici. La trasformazione della città diventa elemento “trainante” dell’operazione culturale della presenza sistematica di un cartellone o pannello, o di più pannelli informativi di un unico percorso ricognitivo. Un unico totem in un dato luogo, ben individuato, diventa elemento fondante della scelta operata di comunicazione con testi descrittivi, mappe, iconografie, piante, foto d’epoca, ricostruzioni virtuali etc. elaborati in maniera da aiutare il fruitore nella lettura, ossia contestualizzandoli.

Le paline con la storia architettonica di singoli monumenti e di luoghi urbani, cioè la **segnaletica urbana-info-monumentale** viene oggi innovata nelle realizzazioni di **totems**, quali quelli operati dal Touring Club Italiano in occasione dell’Expo nel 2015 con un sistema di segnalamento in linea con la comunicazione coordinata della città, dotato di QR Code per la valorizzazione-comunicazione della storia urbana⁴.

Certamente la Francia può considerarsi la più attiva nel campo della promozione del turismo urbano di cultura: “*une meilleure connaissance du patrimoine pour une meilleure protection*” con la realizzazione di nuove soluzioni coinvolgendo specifici professionisti⁵. L’esempio delle Paline realizzate a Parigi *in primis* e anche a Marsiglia mi sembra di grande interesse, perché nell’uniformarle secondo un unico disegno di palina, in ferro battuto, le posiziona nei luoghi storici di maggiore evidenza per la storia di quella città. Per Marsiglia, anche nei punti di vista strategici per la comprensione della storia di quella città, quale quello della visione del porto storico da sopra la collina ove è il monastero altomedievale di Saint Vincent (Fig. 3). La corretta segnaletica urbana sul “panorama”, ossia sul paesaggio culturale storico urbano, fa luce su uno dei valori della città storica, oggi riconosciuto come fondamentale dell’identità e autenticità di un luogo.

Esempio rilevante è la cartellonistica realizzata nel 2011 a Senigallia nelle Marche da parte della Municipalità nel coinvolgere nella redazione professionisti “esperti”, storici urbanistici e

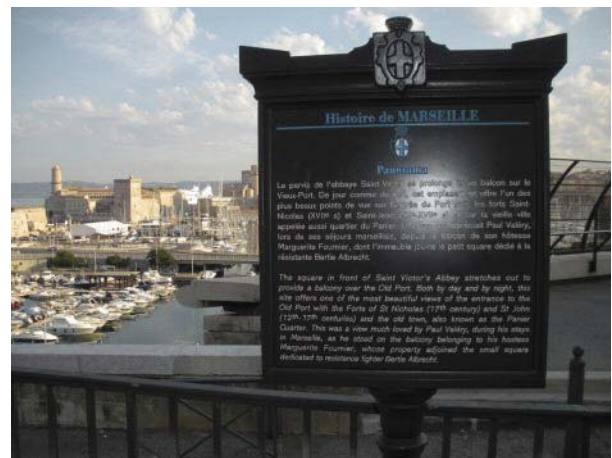


Fig. 3 Marsiglia. La città portuale e il panorama urbano storico dall’abbazia di Saint Vincent (foto dell’autore, 2009).

⁴ Nei nuovi Totems di Milano non ci sono informazioni sulla storia della città mentre in altri tipi di Totems con fascia rossa c’è la pianta della piazza e i monumenti principali in rosso con in basso la storia della piazza.

⁵ Già dagli anni ‘90 si attua una coerente informazione-illustrazione dei luoghi urbani con una sapiente attenzione nel redigere i testi e i disegni da collocare nelle Paline urbane, ossia dei pannelli informativi della storia della città. Si pensi *in primis* a Parigi, ma anche a Marsiglia. Cfr. il dossier “*Patrimoine et tourisme*” della rivista “Urbanisme”, n.295 del 2007, e gli Atti del Convegno di Arraz su tale tema dell’ottobre 1997.



Fig. 4 Senigallia. La Rocca Roveresca e la storia urbana del luogo (foto P. Raggi).



Fig. 5 Napoli. La nuova segnaletica nella stazione del Metrò "Municipio" con la storia urbana del sito tramite la cartografia ed iconografia storica e i rilievi delle nuove scoperte archeologiche (foto dell'autore).





architetti qualificati nell'informazione. Trova così concreta attuazione una cartellonistica urbana aggiornata nella messa in luce della conoscenza dei valori urbani e della loro storia. Il carattere innovativo consta nel fatto che i pannelli descrivono non esclusivamente il manufatto architettonico, ma anche le trasformazioni avvenute nel tempo del luogo intorno all'architettura, la Rocca Roveresca ad esempio (Fig. 4). Inoltre i pannelli sono integrati da informazioni aggiuntive, inserite nel programma digitale QR Code City, scaricabili dal telefonino tramite l'inquadratura dell'icona relativa; tutti i pannelli redatti rimandano poi al sito web secondo un unico percorso turistico da seguire all'interno della città⁶.

Certamente grandi passi avanti nella segnaletica urbana sono stati effettuati a Napoli nella redazione dei pannelli informativi da parte della Soprintendenza alle Antichità negli anni 2013-2014 per le recenti grandi scoperte di archeologia urbana, con immagini ricostruttive del singolo bene architettonico "scoperto", contestualizzandolo nel tessuto urbano stratificato di più secoli dell'area (Fig. 5).

3. Il progetto strategico del sistema di cartellonistica del porto antico di Genova

La visita fatta al Porto antico di Genova il 6 giugno scorso mi ha fortemente colpito per la sapienza con cui sono stati redatti i ben 30 pannelli espositivi e collocati, secondo un piano progettuale prestabilito, all'interno dell'ampio spazio portuale genovese.

I grandi cartelloni spiegano con immagini e testi al pubblico dei visitatori la lunga e complessa vicenda dello sviluppo e trasformazione del porto e di ogni sua singola infrastruttura. Ciascun pannello è posto correttamente vicino alla struttura corrispondente nell'antico porto e nella parte nuova, formando così nel complesso una storia continua delle trasformazioni avvenute nel lungo corso della storia urbana della città portuale.

A Genova sono stati installati dei semplici pannelli montati su paletti circolari in ferro battuto ad altezza di un metro da terra, perché siano facilmente leggibili ai numerosi visitatori. Tra i paletti è montato il cartellone esplicativo con il titolo al centro in alto e il testo scritto in basso, su due colonne, entrambi in doppia lingua italiano ed inglese. Nel nucleo centrale del car-

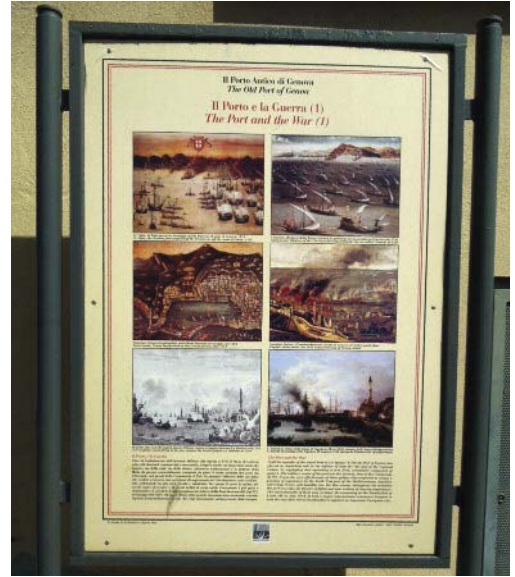
⁶ Il "percorso turistico" della città, elaborato dall'arch. Paola Raggi consiste in 16 pannelli descrittivi, corredati di documentazione storica, planimetrie, foto d'epoca, con testo bilingue e didascalie, montati su paline che individuano altrettanti luoghi di interesse storico-architettonico-urbanistico. Cfr. il saggio di Raggi in T.COLLETTA, O.NIGLIO, op.cit., pp. 182-191.



Fig. 6 Genova. Il pannello con il cartellone "Il porto antico di Genova" (foto dell'autore, 2018).

tellone, ad altezza degli occhi, sono collocati i disegni e le piante, foto antiche, carte storiche, dipinti e disegni, cartoline etc. nonché mappe ricostruttive dello stato antico dei luoghi. La comprensione risulta facile e agile per la brevità dei testi, sapientemente "ridotti" a poche righe, essendo data molta maggiore attenzione alle immagini, che occupano i due terzi del pannello. Inoltre è da tenere presente che è possibile ricostruire l'intera vicenda storica con la lettura della storia di ciascuna infrastruttura sulla base di ben 30 cartelloni. Questi sono disposti molto opportunamente vicino all'ingresso di ciascun luogo: piazza, palazzi, porte urbane, infrastruttura, magazzini, punti di vista panoramici etc., per una maggiore facilità di comprensione per il visitatore. Inoltre è stato redatto un pannello riassuntivo con il quadro d'insieme, ossia con la pianta dell'intero porto antico e i punti, in verde, dove sono localizzati i 30 pannelli (fig. 6).

Il percorso inizia con la parte nuova del porto con la visione delle nuove stupefacenti strutture costruite dopo le Colombiadi del 1992: la piazza delle feste, l'acquario, la Biosferai, il museo del mare, etc. Ivi sono localizzati i 3 pannelli su "Le principali fasi della trasformazione" e con le tappe dell'intero lavoro "La progettazione del porto moderno".



La mia visita ha seguito l'itinerario verso il porto antico ove si possono leggere i cartelloni su "La Ripa e la piazza del Caricamento", oggi piazza Falcone e Borsellino, e su "Il quartiere del molo" e poi attraversa tutte le antiche strutture portuali, oggi riconvertite a nuovo uso turistico, culturale, commerciale e di *loisir*. La storia di ciascun edificio è leggibile nei pannelli espositivi dei quali riporto alcuni titoli: "L'archeologia nel porto antico", "L'arrivo della Ferrovia nel porto", i due pannelli su "Il porto e la guerra", "Il porto come luogo di manifestazioni e di feste", "I Magazzini del cotone", "La porta Siberia e le mura di Malapaga", etc.

Cartelloni tutti altamente indicativi della storia urbana di Genova, città portuale, fondati perlopiù sulla cartografia storica assonometrica-vedutistica del porto.

Così ho seguito la mia visita del Porto antico fino alle antiche mura medievali e rinascimentali ove è la grande Porta del molo, oggi Museo del bastione e Azienda sanitaria, gli edifici della Guardia costiera, l'Autorità portuale, l'edificio Millo e il grande blocco dell'Eataly; i lunghi magazzini del cotone, al cui interno sono localizzati: la città dei bambini, la biblioteca de Amicis, il ristorante, i bar, i negozi per la vela e per le attrezzature marittime da diporto e al termine del lungo edificio, il grande centro congressi, dove si apre il belvedere con di fronte l'alta Torre in pietra scura che funge da faro, simbolo del porto di Genova e della sua antichità (fig. 9).

Da sinistra:

Fig. 7 Genova . I pannelli lungo l'edificio dei "Magazzini del Cotone" (foto dell'autore, 2018).

Fig. 8 Genova. Il pannello "Il porto di Genova e la guerra" (foto dell'autore, 2018)



Fig. 9 Genova. Il porto antico e la Porta Siberia e l'antistante pannello esplicativo (foto dell'autore, 2018)



Non potendo illustrare tutti i pannelli ne ho riportato solamente alcuni titoli ad esempio con l'aggiunta di alcune foto fatte durante la visita⁷. Mentre rimando ad una nota maggiormente approfondita la lettura dei 30 pannelli con un saggio esplicativo dei contenuti di ciascun pannello.

Queste brevi considerazioni vogliono essere un invito alla formulazione e all'installazione di pannelli simili per una consapevole informazione sull'antico Porto di Napoli. Principalmente ad iniziare dalla stazione marittima dove arrivano i numerosi croceristi, ignari del luogo fortemente stratificato nel quale sbarcano e delle Bellezze del porto di Napoli.

Una città portuale che nasce proprio dal mare già in periodo greco e poi romano, come attestano le recenti scoperte del porto romano con le tre grandi navi romane scoperte a Piazza Municipio a 25 metri sotto il livello stradale nel 2003, grazie ai lavori della Metropolitana di Napoli.

Quindi pannelli esplicativi andrebbero redatti *in primis*, per iniziare: su Molo Beverello e Castel nuovo, ove è il Terminal Aliscafi, all'edificio monumentale dello scalo – la novecentesca Stazione marittima – al lungo Molo San Vincenzo, alla Darsena Acton, al Bacino borbonico e molo Bausan fino ai Bacini di carenaggio e al Faro e alla statua di San Gennaro etc.

Per poi proseguire in seguito su tutte le altre strutture visitabili: l'edificio storico settecentesco dell'Immacolatella vecchia del-

⁷ La sintesi dei pannelli è nel cartellone denominato: "Il porto antico di Genova" (fig.7). Delocalizzati ciascuno vicino alle strutture corrispondenti: "La "Ripa e la Piazza del Caricamento"; "L'arrivo della ferrovia in porto"; "Palazzo San Giorgio" (1) e (2); "Il Portofranco" (1) e (2); "Gli antichi Ponti di sbarco"; "Il Bigo e la piazza delle feste"; "Il Quartiere del molo"; "Porta Siberia e le Mura di Malapaga"; "I Magazzini del Cotone"; "Le distruzioni della seconda guerra mondiale"; "Il porto nell'arte"; "Il Porto nel cinema"; "Il Porto e la guerra" (1) e (2).



Fig. 10 Genova. La Torre in pietra scura che funge da faro: simbolo del porto antico di Genova (foto dell'autore, 2018).

l'arch. Vaccaro, alla Nuova stazione per gli imbarchi nei magazzini, alla porta di Massa e all'Edificio ex Magazzini generali, alla calata del Piliero, dell'arch. Marcello Canino, futura sede del Museo del mare e dell'emigrazione e poi alla darsena del levante, e alla darsena petroli etc.

È ovviamente una proposta e una speranza insieme di avviare anche per Napoli una qualificata rigenerazione delle strutture portuali storiche che non può non partire dalla comunicazione/conoscenza della sua lunga storia urbana portuale.