



Territori della Cultura

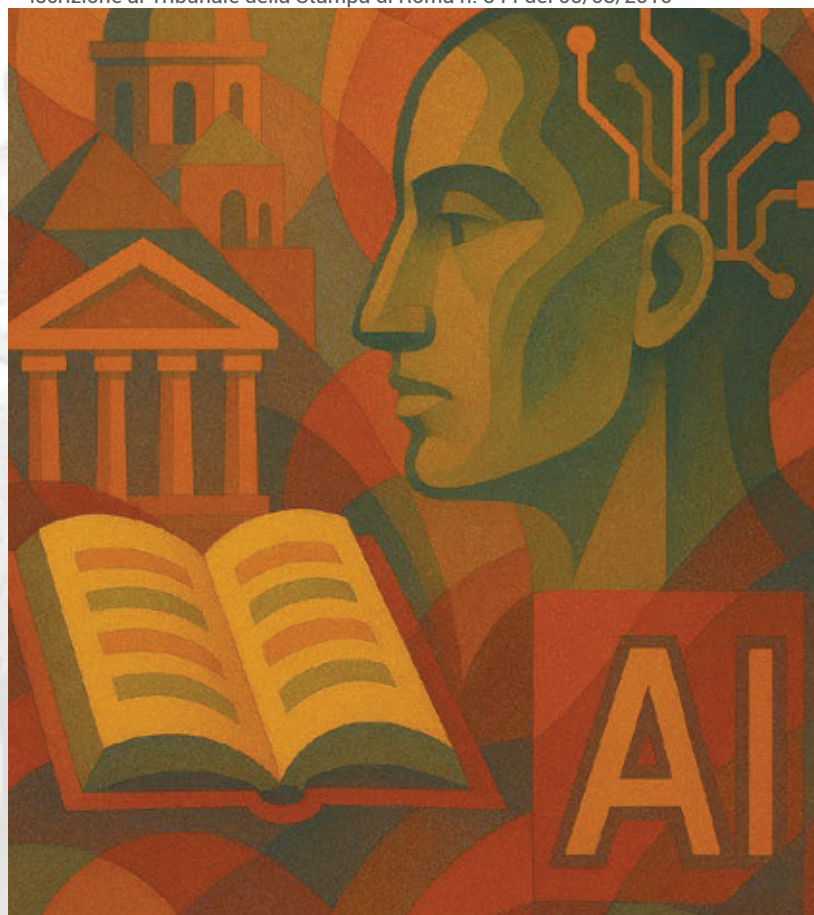
Rivista on line Numero 61 Anno 2025

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

Numero speciale

**VATE - Virtual Assistant
for Territorial Experience**

*Progetto finanziato
dal Bando a Cascata
dello Spoke 3 sul
Programma NODES - PNRR*



Sommario

Comitato di Redazione

Territori della Cultura accompagna una realtà in cammino

Alfonso Andria

VATE, un progetto per la soddisfazione del Turista

Pietro Graziani

VATE - Virtual Assistant for Territorial Experience

Fabio Pollice Introduzione

Fabio Pollice Dal territorio alla piattaforma: strategie di integrazione e sostenibilità per la fruizione culturale digitale. Il modello Vate

Federica Epifani Dall'Intelligenza Artificiale all'Intelligenza Territoriale: alcune riflessioni in ambito turistico

Patrizia Domenica Miggiano Domanda latente, desiderabilità del territorio e intelligenza artificiale: prospettive geografiche per la valorizzazione dei territori marginali in Italia

Gustavo D'Aversa Intelligenza artificiale e turismo esperienziale: il modello VATE per la valorizzazione del patrimonio culturale

Fanny Bortone Sguardi prossimi. Dalla narrazione dei luoghi alla co-costruzione dell'esperienza turistica: il caso di VATE

Appendice

Patrimoni Viventi 2025: I premiati

VATE - Virtual Assistant for Territorial Experience

Progetto finanziato dal Bando a Cascata dello Spoke 3 sul Programma NODES -"Nord Ovest Digitale e Sostenibile" (ECS00000036), a valere sui Fondi del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR), Missione 4 Istruzione e ricerca – Componente 2 Dalla ricerca all'impresa – Investimento 1.5, finanziato dall'Unione Europea – NextGenerationEU area "Digitale, Industria, Aerospazio" - per un Progetto di Ricerca e Sviluppo Sperimentale.

Capofila: Gematica srl

Partenariato: Artwork Soc. Coop., Centro Universitario Europeo per i Beni Culturali e Dipartimento dei Beni Culturali dell'Università del Salento

Comitato di Redazione



Presidente: Alfonso Andria andria.ipad@gmail.com

Direttore responsabile: Pietro Graziani pietro.graziani@hotmail.it

Direttore editoriale: Roberto Vicerè redazione@quotidianoarte.com

Comitato di redazione

Claude Albore Livadie **Responsabile settore** alborelivadie@libero.it

"Conoscenza del patrimonio culturale"

Jean-Paul Morel **Archeologia, storia, cultura** moreljp77@gmail.com

Max Schvoerer **Scienze e materiali del** schvoerer@orange.fr

patrimonio culturale

Maria Cristina Misiti **Beni librari,** c_misiti@yahoo.it

documentali, audiovisivi

Francesco Caruso **Responsabile settore** francescocaruso@hotmail.it

"Cultura come fattore di sviluppo"

Territorio storico, 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** matilderomito@gmail.com

del patrimonio culturale

Adalgiso Amendola **Osservatorio europeo** adamendola@unisa.it

sul turismo culturale

Segreteria di redazione

Eugenia Apicella **Segretario Generale** univeur@univeur.org

Monica Valiante

Progetto grafico e impaginazione

QA Editoria e Comunicazione

Info

Centro Universitario Europeo per i Beni Culturali

Villa Rufolo - 84010 Ravello (SA)

Tel. +39 089 858195 - 089 857669

univeur@univeur.org - www.univeur.org

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

Per commentare gli articoli:
univeur@univeur.org

ISSN 2280-9376

Main Sponsor:





Intelligenza artificiale e turismo esperienziale: il modello VATE per la valorizzazione del patrimonio culturale

Gustavo D'Aversa

Dottorando di ricerca in Human and Social Sciences presso Dipartimento di Scienze Umane e Sociali dell'Università del Salento

Introduzione

Il settore turistico ha attraversato negli ultimi decenni una profonda trasformazione: da un approccio centrato sul consumo dei luoghi si è passati a una logica esperienziale, sostenibile e inclusiva delle comunità locali. Il visitatore contemporaneo non si accontenta più di itinerari predefiniti e destinazioni *mainstream*, ma desidera vivere il territorio, comprendere la cultura locale, sentirsi parte di un racconto. In questo contesto, l'intelligenza artificiale sta assumendo un ruolo decisivo, non solo come tecnologia di supporto ma come mediatore di esperienza, capace di apprendere e restituire percorsi personalizzati e adattabili alle esigenze del cittadino temporaneo. Lo scopo non è quello di ottimizzare la visita, ma di ridisegnare il modo in cui il turista incontra i luoghi, i patrimoni e le comunità.

Intelligenza, esperienza e territori

Nel dibattito contemporaneo sul turismo, la dimensione esperienziale ha sostituito quella meramente informativa. Già MacCannell (1976) e successivamente Urry e Larsen (2011) hanno mostrato come l'esperienza turistica sia una costruzione culturale, mediata da codici simbolici e dispositivi di sguardo. L'"autenticità" ricercata dal visitatore non è un dato oggettivo, ma un effetto di rappresentazione e di relazione con i luoghi. In questa prospettiva, ogni forma di mediazione – anche tecnologica – partecipa alla produzione del senso del luogo.

L'avvento del turismo digitale ha introdotto nuovi attori in questo processo di mediazione. Come osserva Latour (2005), gli artefatti tecnologici agiscono come *mediatori* e non semplici *intermediari*: non trasmettono soltanto informazioni, ma trasformano le relazioni sociali e cognitive che li attraversano. L'intelligenza artificiale, in particolare, si configura come una tecnologia interpretativa, capace di apprendere dai dati, riconoscere connessioni e restituire conoscenza attraverso linguaggi adattivi. La mediazione algoritmica riplasma quindi la percezione del territorio e le pratiche di fruizione, ridefinendo ciò che Graham e Zook (2013) chiamano le "geografie aumentate" del turismo contemporaneo. Parallelamente, l'integrazione dell'AI nei processi di valorizzazione culturale solleva questioni legate alla giustizia spaziale digitale (Shelton, Zook & Wiig, 2015) e alla partecipazione delle comunità locali. La visibilità dei luoghi non è più determinata solo da infrastrutture fisiche o promozionali, ma da algoritmi che selezionano e gerarchizzano contenuti. In questo senso, il turismo digitale può riprodurre o contrastare disuguaglianze territoriali, a seconda di come vengono progettati i modelli di governance dei dati.

La riflessione sul rapporto tra AI e patrimonio culturale implica dunque un ripensamento dell'"intelligenza" stessa come fenomeno distribuito. Floridi (2019) propone di intendere l'AI come una forma di *infosfera* relazionale, dove la conoscenza è il risultato di interazioni tra esseri umani, macchine e ambienti. Questa prospettiva apre alla possibilità di concepire la tecnologia non come sostituzione dell'umano, ma come suo ampliamento: un'intelligenza "ecologica", capace di integrare sensibilità, memoria e contesto.

Da qui emerge la sfida per i progetti di turismo intelligente: trasformare la tecnologia in uno strumento di mediazione culturale e territoriale, non solo di efficienza gestionale. Come osserva Moscardò (2014), la narrazione e l'interpretazione del patrimonio non dovrebbero limitarsi a trasmettere informazioni, ma a generare consapevolezza, emozione e appartenenza. In questa direzione, l'AI può assumere un ruolo educativo, se impiegata per facilitare il dialogo tra visitatori, comunità e luoghi.

Il caso Vate

È in questo scenario che si colloca VATE, acronimo di *Virtual Assistant for Tourism and Experience*, progetto promosso dal Centro Universitario Europeo per i Beni Culturali (CUEBC). Il progetto nasce dall'idea di applicare l'innovazione dell'intelligenza artificiale al turismo culturale, non come semplice strumento informativo ma come interfaccia narrativa fra turista e territorio. VATE si propone di superare il modello della guida turistica tra-

dizionale – dove l'informazione si presenta come un contenuto statico, descrittivo e uguale per tutti i tipi di utilizzatori – introducendo un modello adattivo, costruito nel dialogo fra utente e piattaforma. Nell'applicazione, infatti, il disegno dell'esperienza turistica nasce dalle interazioni: l'applicazione interpreta le preferenze del turista, apprende dai comportamenti e adatta la narrazione in tempo reale.

L'applicazione ambisce a diventare una vera infrastruttura culturale digitale, capace di mettere in rete persone, luoghi, saperi e memorie, configurandosi come una piattaforma digitale per la valorizzazione del patrimonio culturale materiale e immateriale. L'obiettivo non è fornire una lista sufficientemente esaustiva di attrazioni, ma costruire insieme al turista un itinerario di scoperta consapevole dei luoghi, grazie alla costruzione di un ecosistema di intelligenza territoriale che integra dati, informazioni, narrazioni adattive e comunità, ricorrendo all'ausilio dell'intelligenza artificiale. La tecnologia diventa in questo modo un mediatore culturale, capace di leggere il territorio attraverso lo sguardo e gli interessi di chi lo attraversa. Seguendo la prospettiva di Farmaki & Stergiou (2021), si può leggere VATE come un esempio di *algorithmic tourism*: la piattaforma non si limita a mediare l'esperienza e a rappresentare il territorio, ma partecipa alla sua stessa costruzione attraverso una mappatura cognitiva che è una vera e propria produzione dello spazio, poiché orienta comportamenti, visibilità e percorsi dei visitatori. In questo senso ogni interazione con l'applicazione contribuisce a ridefinire una geografia della visibilità, a partire da una rappresentazione collettiva e dinamica dei luoghi e dei punti di interesse.

E tuttavia, uno dei fattori che determina il successo di una applicazione come VATE, volta ad accompagnare il turista nell'esplorazione di una destinazione, risiede nella sua capacità di mappare integralmente il contesto territoriale, attraverso una copertura che non è solo geografica, ma anche cognitiva, emotiva, relazionale. VATE accompagna il turista nell'intero ciclo di fruizione, dalla pianificazione del viaggio fino al ritorno a casa (quando può condividere ricordi, fotografie e suggerimenti che a loro volta arricchiscono la piattaforma), costruendo con lo stesso una relazione progressiva.

Attraverso l'analisi dei dati d'uso e dei tempi di permanenza, l'AI modula la lunghezza, il tono e il grado di approfondimento dei contenuti, proponendo un racconto personalizzato: sintetico o dettagliato, evocativo o analitico, secondo il profilo dell'utente e il contesto della visita. Si tratta di un approccio innovativo, che riconosce nel visitatore non un destinatario passivo, ma un partecipante attivo all'esperienza. Grazie alla capacità dell'AI di apprendere dai dati d'uso e dai feedback, VATE diventa progressivamente più "intelligente": propone percorsi alternativi, suggerisce nuove tappe e connette



le risorse tangibili (monumenti, musei, paesaggi) con quelle intangibili (tradizioni, cibi, atmosfere). Questo incrocio continuo tra dati e racconto produce un effetto circolare: il turista contribuisce a migliorare la piattaforma, e la piattaforma, a sua volta, arricchisce l'esperienza turistica.

L'app è dunque un ecosistema adattivo, dove i contenuti si aggiornano e si ridefiniscono continuamente attraverso l'interazione con gli utenti e il contributo delle comunità locali. Questo è il cuore innovativo del progetto, che però conserva anche una criticità strutturale: solo un utilizzo costante e continuativo della piattaforma consente la profilazione dell'utilizzatore, permettendo di adattare in maniera sempre più efficace suggerimenti e indicazioni adeguate per gli interessi culturali del turista e per il suo profilo comportamentale.

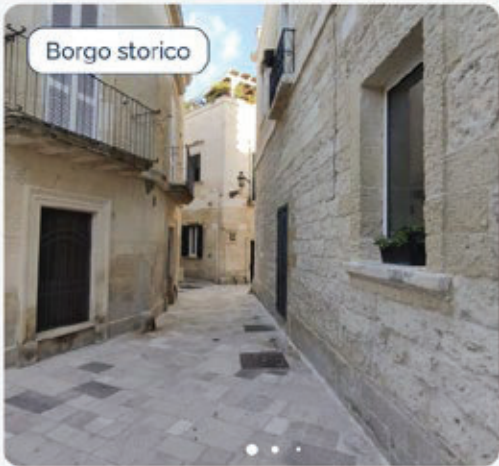
L'AI diventa dunque una forma di intelligenza contestuale, capace di leggere il territorio e il viaggiatore insieme, e di mediare tra i due ricomponendo di volta in volta un mosaico dell'esperienza. L'applicazione si fonda su una struttura di schede modulari, una per ogni attrattore, la quale combina elementi informativi, narrativi ed emozionali, in cinque componenti principali: Reason Why – la ragione per cui quella risorsa è significativa ("qui e non altrove"); Atmosfera – la dimensione sensoriale ed emotiva del luogo; Storia – la memoria storica e identitaria che la caratterizza; Gestione – il profilo umano dei soggetti che la curano; Riferimenti – le informazioni pratiche per l'organizzazione della visita.

Ogni scheda è pensata come una piccola storia, costruita secondo un modello narrativo strutturato in quattro fasi: attenzione, interesse, desiderio, azione, uno schema mutuato dallo *storytelling* e dalla *heritage interpretation*.

In questo modo la narrazione non trasmette soltanto conoscenze, ma stimola un processo esperienziale, in cui l'apprendimento si intreccia all'emozione. L'AI non agisce qui come filtro tecnico, ma come interprete culturale, in quanto seleziona, connette e propone contenuti che stimolano il turista, traducendo la curiosità iniziale in un processo in cui è accompagnato fino all'organizzazione della visita effettiva.

L'interconnessione dei contenuti è un altro pilastro del sistema. Ogni scheda è collegata ad altre schede tematiche attraverso legami tematici o geografici: un piatto tipico rimanda al produttore locale, al ristorante dove può essere gustato e persino ai paesaggi agricoli in cui nasce la sua materia prima. Ne risulta una narrazione polifonica e reticolare, dove ogni contenuto diventa nodo di una rete più ampia all'interno di un ecosistema: l'applicazione offre al turista la possibilità di andare da una esperienza all'altra, dal luogo di degustazione al luogo di produzione, dalla bottega al museo e viceversa, seguendo un percorso orientato non da tappe fisse, ma da connessioni significative.

← Dettagli | Quartiere Le Giravolte



Borgo storico

Avvia guida Interattiva

Attrazioni incluse (1)

Suggerimenti su monumenti simili o vicini



Mercato Porta Rudia...

← Dettagli | Festa Patronale di Sa...



Luogo di intrattenimento

Avvia guida Interattiva

Attrazioni incluse (3)

Suggerimenti su monumenti simili o vicini



Piazza Sant'Oronzo



Piazza del Duomo

Nel tentativo di rappresentare la cultura di un territorio in tutta la sua complessità, VATE integra tre grandi categorie esperienziali, considerate parte integrante del patrimonio culturale locale:

Food & Drink Experience, dove il cibo diventa linguaggio identitario, un attrattore culturale essenziale. L'app valorizza non solo i prodotti tipici, ma anche i luoghi dove si può assistere alla loro preparazione o degustarli, favorendo esperienze partecipative (aziende, laboratori, botteghe).

Shopping Experience, che valorizza le botteghe artigiane e i mercati come pratiche della vita quotidiana che sono pur sempre espressione di cultura.

Luoghi di atmosfera, come i punti panoramici, gli scorci emozionali, gli "angoli segreti" che rivelano l'anima di un luogo.

L'obiettivo non è soltanto aumentare la soddisfazione del turista, ma promuovere una fruizione consapevole e sostenibile del territorio. La narrazione di VATE intende educare, infatti, il viaggiatore al rispetto dei luoghi e delle comunità locali, contribuendo a un



turismo che genera valore culturale e sociale. L'intelligenza artificiale diventa così uno degli strumenti a disposizione per una mediazione etica: un mezzo per educare attraverso l'esperienza, non per sostituirla.

Parallelamente alla dimensione esperienziale, VATE si fonda su un solido impianto metodologico di monitoraggio e valutazione, attraverso un sistema basato sul ciclo PDCA (Plan-Do-Check-Act), che consente di verificare in modo continuo l'efficacia del progetto e il suo impatto su diversi livelli: turisti, operatori economici e culturali, comunità residenti. Gli indicatori proposti vanno dal numero di utilizzatori e ore di utilizzo al livello di soddisfazione e coinvolgimento, fino all'impatto economico e occupazionale sugli operatori locali. Gli indicatori offrono una chiave interpretativa originale: misurano non solo l'efficacia gestionale, ma anche la qualità della relazione tra turista, comunità e territorio. Si tratta di indicatori "narrativi", che rimandano a scelte, tendenze e percezioni più che a numeri astratti.

Riguardo ai turisti, ad esempio, vengono analizzati il numero di utilizzatori dell'app in rapporto agli arrivi, il tempo medio di utilizzo, il numero di siti visitati rispetto a quelli disponibili, il livello di soddisfazione e coinvolgimento, la percentuale di utenti che consiglierebbero l'app ad altri. Ognuno di questi dati racconta una storia. Un aumento delle "ore di utilizzo per utente" non indica soltanto un successo tecnico, ma suggerisce una maggiore profondità di esperienza, una curiosità che si prolunga nel tempo. Allo stesso modo, un alto tasso di suggerimenti o feedback segnala una partecipazione attiva, una comunità di utenti che non si limita a fruire, ma contribuisce alla crescita dell'app.

Anche riguardo agli operatori culturali ed economici, gli indicatori assumono una valenza relazionale. Parametri come il numero di operatori coinvolti o aderenti, il livello di partecipazione alle iniziative di promozione e il grado di soddisfazione e di cooperazione, permettono di misurare la capacità dell'app di creare reti territoriali e di rafforzare il senso di appartenenza. Infine, circa i residenti, il monitoraggio si concentra sugli effetti indiretti: miglioramento dell'attrattività, crescita occupazionale, valorizzazione del patrimonio locale. VATE interpreta quindi l'impatto turistico come un racconto corale, dove ogni dato rappresenta una voce. All'interno di questo modello, la profilazione non è uno strumento di controllo, ma un modo per riconoscere la singolarità del viaggiatore. Giacché ogni turista porta con sé un proprio linguaggio, un proprio ritmo, una curiosità singolarissima, l'AI è in grado di osservare questi comportamenti e restituire esperienze personalizzate: suggerisce percorsi in linea con gli interessi culturali, propone luoghi affini, calibra il tono delle narrazioni. Questo apprendimento continuo trasforma il dato in relazione reciproca, in un processo che si

potrebbe definire come "intelligenza dialogica", nel quale la conoscenza cresce nell'interazione, non nella sorveglianza.

La sfida, tuttavia, è mantenere questo equilibrio tra personalizzazione e tutela della privacy, che VATE affronta proponendo una governance trasparente dei dati, attraverso l'anonimizzazione e l'uso aggregato delle informazioni. Si tratta di un posizionamento etico digitale, in cui il dato non appartiene all'algoritmo, ma alla comunità che lo genera.

L'approccio PDCA consente di tradurre i dati raccolti in azioni concrete. Ogni ciclo di monitoraggio produce *feedback* multilivello: per gli sviluppatori, che migliorano le funzionalità tecniche; per i gestori culturali, che possono adattare l'offerta turistica; per le istituzioni, che dispongono di indicatori affidabili per le politiche di valorizzazione. Fondamentale in questa logica di perfezionamento circolare è la fase di *Check*, che risulta funzionale non solo alla verifica del piano di sviluppo, ma anche alla ripianificazione strategica relativamente alla qualità dei servizi resi e alla loro maggiore rispondenza alle esigenze degli utenti. In questa prospettiva, il dato non è un punto di arrivo, ma un punto di ripartenza. Ogni informazione raccolta diventa pretesto per una riflessione, ogni riflessione genera un'azione, e ogni azione produce nuovi dati, in un sistema che si autoalimenta, fondando la sua sostenibilità non solo sull'innovazione tecnologica, ma sulla capacità di apprendere da sé.

Tuttavia, come avvertono Graham & Zook (2013), la produzione e la circolazione dei dati non sono processi neutrali. Ogni sistema digitale seleziona e amplifica determinate rappresentazioni del territorio, lasciandone altre ai margini. Per questo, la governance dei dati in VATE è concepita come pratica di *giustizia spaziale digitale*, volta a garantire visibilità e voce ai luoghi e alle comunità meno rappresentate.

In sintesi, l'AI è qui chiamata a svolgere una doppia funzione: da un lato, raccogliere e interpretare i dati comportamentali per migliorare la *user experience*; dall'altro, fornire informazioni preziose per la pianificazione strategica del territorio. In questo senso, VATE rappresenta un vero e proprio strumento utile alla *governance* territoriale, capace di tradurre i flussi di dati in conoscenza utile per enti locali e decisori pubblici, attraverso indicatori di *performance* elaborati dagli utilizzatori dell'applicazione che consentono di misurare l'impatto culturale, economico e sociale del turismo digitale. Uno dei punti di forza di VATE è la sua strategia di scalabilità territoriale. Il progetto può crescere secondo due approcci complementari:

- *Top-down*, quando il processo di attivazione parte da accordi con enti pubblici (Comuni, Parchi, DMO) che coordinano la pianificazione turistica e culturale;



- *Bottom-up*, quando la spinta nasce dal basso, attraverso il coinvolgimento di una singola comunità locale, di un borgo o di un'istituzione culturale, favorendo processi di aggregazione e cooperazione territoriale.

Questa doppia prospettiva consente di adattare il modello a diversi contesti – dalle città d'arte ai borghi rurali – proponendo un ecosistema scalabile che intende promuovere la centralità dell'esperienza e della partecipazione. Il modello VATE intende dimostrare che l'intelligenza artificiale può diventare una tecnologia dell'ascolto, capace di coniugare dati e sensibilità, algoritmi e narrazione, efficienza e identità. Il turista del futuro non sarà solo guidato da un dispositivo, ma accompagnato da una rete di conoscenze e storie che si adattano al suo sguardo e al suo ritmo.

In questo equilibrio tra umanità e intelligenza, il turismo torna a essere ciò che era alle origini: un atto di scoperta e di incontro, mediato non più soltanto da guide o mappe, ma da un'intelligenza capace di raccontare i luoghi attraverso chi li vive.

La sostenibilità non è un obiettivo aggiunto, ma un principio costitutivo del progetto VATE.

Il sistema di monitoraggio basato sui principi ESG (Environmental, Social, Governance) permette di valutare gli effetti dell'app in termini di tutela ambientale, inclusione sociale e buona governance.

Riguardo alla sostenibilità ambientale, VATE contribuisce alla gestione intelligente dei flussi turistici, riducendo la pressione sui siti più affollati e promuovendo destinazioni alternative, come anche tende a favorire un turismo lento, suggerendo percorsi a piedi o mezzi a basso impatto.

Il progetto mira a coinvolgere le comunità locali nella produzione e gestione dei contenuti, generando capitale relazionale, nella logica di una sostenibilità sociale. Gli indicatori sul grado di soddisfazione dei residenti e degli operatori misurano l'efficacia del progetto nel rafforzare la coesione territoriale.

Circa gli elementi volti a implementare la sostenibilità della *governance*, VATE promuove una collaborazione strutturata tra enti pubblici, imprese culturali e cittadini, costruendo un modello di *governance* partecipata. I dati raccolti alimentano processi decisionali trasparenti e basati su evidenze, migliorando la capacità di pianificazione strategica. In termini di *digital geography*, la partecipazione non è solo un principio etico ma una modalità di produzione territoriale. Come ricordano Farmaki & Stergiou (2021), l'inclusione digitale è ciò che determina chi partecipa alla costruzione del racconto territoriale e chi ne resta escluso. La co-creazione dei contenuti in VATE può quindi essere interpretata come forma di *place-making algoritmico*, in cui il territorio viene continuamente riscritto dalle interazioni tra abitanti, turisti e AI.

VATE si propone come strumento di equilibrio tra visibilità e tutela, tra economia e cultura, tra desiderio e responsabilità. Non più un'intelligenza che orienta i visitatori verso ciò che è "più famoso", ma una che li accompagna a riconoscere ciò che è significativo, autentico, vivo.

Un'intelligenza ecologica, capace di orientare lo sguardo verso l'autenticità e di stimolare un rapporto consapevole con i luoghi, nel tentativo di armonizzare visibilità e tutela, economia e cultura, consumo e responsabilità. Questo approccio sistemico si traduce in una visione del turismo come ecosistema di relazioni, dove l'intelligenza artificiale svolge un ruolo di mediazione tra esigenze economiche, culturali e ambientali. L'impatto di VATE non si esprime quindi solo in termini di *download* o visite ai siti, ma anche nella trasformazione dei comportamenti: un turista più consapevole, un residente più coinvolto, un operatore più connesso.

Discussione

L'integrazione dell'intelligenza artificiale nel turismo culturale apre prospettive promettenti ma anche interrogativi etici e metodologici. Se da un lato l'AI consente una personalizzazione dell'esperienza senza precedenti, dall'altro introduce una nuova forma di mediazione algoritmica invisibile che rischia di trasformare la relazione con i luoghi. Ogni algoritmo seleziona e ordina, decidendo cosa mostrare, come raccontare e cosa nascondere. Come ricordano Graham e Zook (2013), ogni infrastruttura digitale produce una geografia selettiva. Nel campo del turismo, significa che ciò che appare ai visitatori non è mai una visione neutra del territorio, ma il risultato di un processo di filtraggio, di carattere algoritmico nel nostro caso. In questa prospettiva, la sfida è quella di progettare sistemi più equi e trasparenti, capaci di garantire pluralità di rappresentazioni e inclusione dei territori marginali e delle narrazioni periferiche.

Un altro nodo cruciale riguarda la datificazione dell'esperienza turistica. L'AI si fonda sui dati, ma questo processo di raccolta e profilazione rischia di ridurre la scoperta dei luoghi a una sequenza di correlazioni statistiche, così come la curiosità del viaggiatore venga sostituita da una previsione automatica. La personalizzazione, se non accompagnata da un'adeguata *governance* etica dei dati, può diventare un dispositivo di controllo più che di conoscenza (Floridi, 2019).

Inoltre, la partecipazione delle comunità locali, spesso evocata come principio ispiratore dei progetti di turismo intelligente, non è sempre effettivamente garantita. La co-creazione dei contenuti può rimanere un atto simbolico se non supportata da reali strumen-



ti di coinvolgimento e decisione. Come ricordano Shelton, Zook e Wiig (2015), la “smartness” di un territorio dipende non solo dalla quantità di dati raccolti, ma dalla capacità di democratizzare l'uso. In questo senso, la sostenibilità di VATE – e di progetti analoghi – non può essere valutata unicamente in termini di *performance* tecnica o economica, ma deve essere misurata in base alla sua capacità di redistribuire visibilità e potere narrativo tra attori diversi.

Un ulteriore elemento critico riguarda la relazione tra mediazione tecnologica e autenticità. Urry e Larsen (2011) ricordano che ogni esperienza turistica è una costruzione di sguardi e aspettative. Ogni visitatore porta con sé un immaginario che l'AI potrebbe semplicemente confermare, poiché le intelligenze artificiali apprendono dai comportamenti precedenti e dalle preferenze individuali, riducendo sì l'imprevisto, ma rischiando di creare “bolle esperienziali” analoghe alle *echo chambers* dei *social network*. La sfida è dunque progettare sistemi che non si limitino a personalizzare i desideri, ma che stimolino alla conoscenza di ciò che è inaspettato o complesso.

Il valore di VATE risiede proprio nel tentativo di superare la dicotomia tra intelligenza artificiale e intelligenza territoriale, facendo dialogare dimensioni che spesso restano separate: la precisione del calcolo e la sensibilità del racconto, i dati con le narrazioni, l'analisi quantitativa con la conoscenza condivisa. Tuttavia, questo equilibrio è fragile: tra efficienza e senso, tra innovazione e memoria, il rischio è che la prima prevalga sulla seconda. Il futuro dello *smart tourism* non è tanto quello di rendere i sistemi più performanti, ma di evolverli nella capacità di tradurre la complessità culturale dei luoghi in relazioni vive.

Conclusioni e Prospettive

Nel mondo del turismo contemporaneo, l'intelligenza artificiale rappresenta una frontiera ambivalente: da un lato, offre strumenti potenti per la personalizzazione e l'efficienza; dall'altro, rischia di ridurre l'esperienza culturale a un algoritmo di consumo. Il progetto VATE propone una via diversa: un modello di *AI modulato sull'umano*, in cui la tecnologia non sostituisce l'esperienza, ma la accompagna, la amplifica e la restituisce come forma di conoscenza condivisa.

Attraverso la combinazione di narrativa, dati e partecipazione, VATE dimostra che è possibile costruire un turismo intelligente senza rinunciare alla dimensione emozionale e sociale. L'app diventa un ecosistema di apprendimento reciproco, dove ogni turista, operatore e residente contribuisce a una visione più ampia del territorio. L'intelligenza artificiale, in questo contesto, non è

un'entità autonoma, ma una rete di relazioni che collega visitatori, operatori e comunità.

Il progetto adotta una logica di miglioramento continuo (secondo il ciclo PDCA) e una prospettiva di sostenibilità integrata (ESG ambientale, sociale e di *governance*). Ogni dato raccolto serve non solo a ottimizzare l'esperienza individuale, ma a migliorare la qualità complessiva dell'offerta turistica e culturale. In questo modo, l'AI diventa strumento di *governance* e motore di equità territoriale, favorendo la redistribuzione dei flussi, la tutela del patrimonio e la partecipazione delle comunità.

Dal punto di vista metodologico, VATE offre un modello scalabile e replicabile, capace di adattarsi a contesti diversi — dai borghi minori alle città d'arte — mantenendo come costante la centralità dell'esperienza umana. Il suo valore più profondo non risiede nella tecnologia impiegata, ma nella visione sistemica che mette in relazione conoscenza, emozione e appartenenza.

Le prospettive future del progetto guardano verso un turismo sempre partecipativo e riflessivo, dove l'intelligenza artificiale possa fungere da piattaforma di dialogo tra cittadini, turisti e territori. Il modello VATE mostra che la convergenza tra intelligenza artificiale, patrimonio culturale e partecipazione civica può produrre una nuova forma di intelligenza territoriale: una conoscenza distribuita, cooperativa e generativa, nella quale ogni utente, ogni comunità e ogni dato contribuiscono a costruire un racconto collettivo del territorio, continuamente aggiornato.

In un tempo in cui la tecnologia rischia di isolare, VATE sceglie di ricucire: collega luoghi, persone e storie, restituendo all'esperienza turistica la sua funzione più autentica, quella dell'incontro e della scoperta. È qui che l'intelligenza artificiale smette di essere solo una macchina di calcolo, per restituirci paradossalmente un modo più umano di viaggiare.

**Riferimenti bibliografici**

- Ash, J., Kitchin, R., & Leszczynski, A. (2018). *Digital geographies*. SAGE.
- Farmaki, A., & Stergiou, D. (2021). Digital geographies of tourism: Rethinking space, place and tourism through smart technologies. *Tourism Geographies*, 23(3), 526–546. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1738602>
- Floridi, L. (2019). *The logic of information: A theory of philosophy as conceptual design*. Oxford University Press.
- Graham, M., & Zook, M. (2013). Augmented realities and uneven geographies: Exploring the geolinguistic contours of the web. *Environment and Planning A*, 45(1), 77–99. <https://doi.org/10.1068/a44674>
- Latour, B. (2005). *Reassembling the social: An introduction to actor–network theory*. Oxford University Press.
- MacCannell, D. (1976). *The tourist: A new theory of the leisure class*. Schocken Books.
- Moscardo, G. (2014). Interpretation and sustainable tourism: Functions, examples and principles. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 12(3), 245–260. <https://doi.org/10.1080/14766825.2013.864325>
- Shelton, T., Zook, M., & Wiig, A. (2015). The “actually existing smart city.” *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 8(1), 13–25. <https://doi.org/10.1093/cjres/rsu026>
- Urry, J., & Larsen, J. (2011). *The tourist gaze 3.0*. SAGE.