

COMUNICARE UNA NUOVA VISIONE DEL PAESAGGIO LOCALE

L'esperienza nel paesaggio come interazione tra comunità e territorio

D.3.3.2. MASTERCLASS

BOOST5 | Marche Region | UNICAM

Massimo Sargolini | Ana Sopina | Valentina Polci

Masterclass | on-line | 17 Marzo 2023

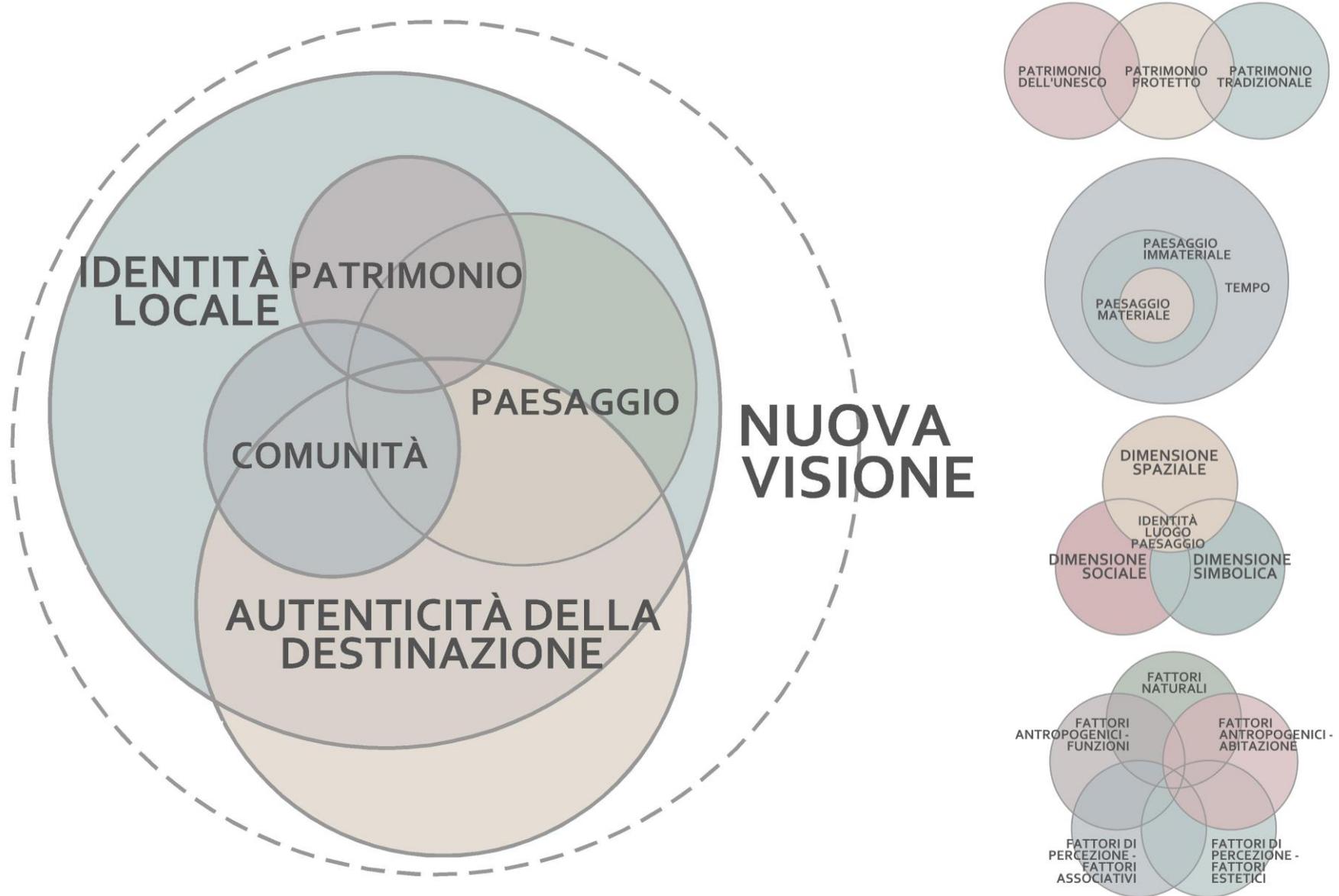
1. **Introduzione BOOST5**
Raffaella Triponi, Marche Region
2. **Quali sono i valori e il patrimonio paesaggistico che devono/vogliono essere comunicati?**
Massimo Sargolini, UNICAM SAAD
3. **Quali sono le sfide e gli obiettivi della comunicazione della Nuova visione del paesaggio?**
Ana Sopina, UNICAM SAAD / UNIZG AF
4. **Come comunicare la Nuova visione del paesaggio alla comunità locale e ai visitatori?**
Valentina Polci, UNICAM SAAD

Quali sono le sfide e gli obiettivi della comunicazione della Nuova visione del paesaggio?
L'identità del paesaggio locale per creare destinazioni turistiche autentiche attraverso pratiche di promozione del patrimonio culturale e naturale all'interno del contesto paesaggistico e delle comunità

Ana Sopina, UNICAM SAAD / UNIZG AF

*What are the challenges and aims in communicating the New Vision of the landscape?
The **identity of local landscape** for creating **authentic tourist destinations** through practices of promoting cultural and natural **heritage** within the **landscape** and **community** context*

1. BOOST5 | 2. Valori e patrimoni paesaggistici | **3. Sfide e obiettivi della comunicazione** | 4. Comunicare la Nuova Visione alla comunità





Una delle **maggiori sfide** nella valorizzazione del patrimonio culturale e naturale per lo sviluppo di destinazioni turistiche è l'**approccio generico** diffuso che **manca di comprensione dei valori del paesaggio** e che comporta la **perdita dell'identità e dell'autenticità locale**.

*One of the **greatest challenges** in enhancing the cultural and natural heritage for developing tourist destinations is the widespread **generic approach** that **lacks the understanding of landscape values** and results in **loss of local identity and authenticity**.*

Italia

Croatia



Italia

Croatia



Croatia, traditional well and watering place 2011 / 2023

1. BOOST5 | 2. Valori e patrimoni paesaggistici | 3. Sfide e obiettivi della comunicazione | 4. Comunicare la Nuova Visione alla comunità



Italia



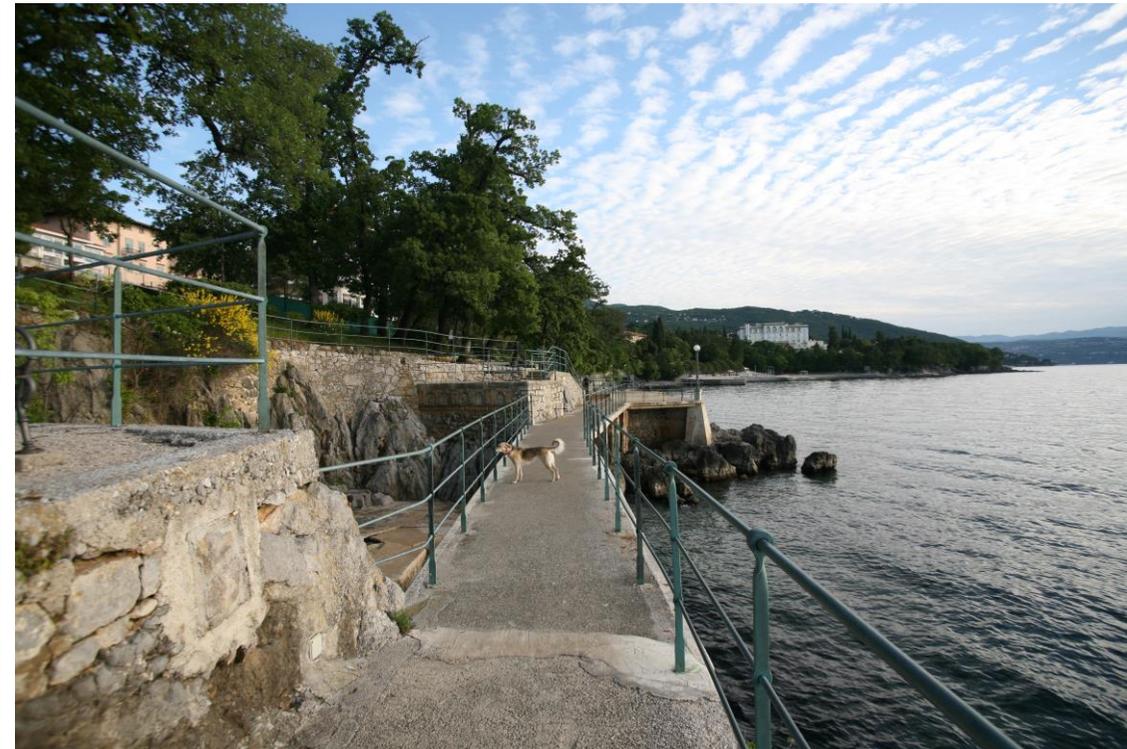
Croatia

La conoscenza del patrimonio culturale e naturale è racchiusa nel paesaggio locale (anche quando è sconosciuta ai membri della comunità o ai visitatori), quindi ha solo bisogno di essere **rianimata e comunicata**.

The *knowledge of the cultural and natural heritage* is embodied within the local landscape (even when it is unknown to the community members or visitors) thus just needs to be *revived and communicated*.



Italia



Croatia



L'obiettivo è quello di **incrementare la sensibilizzazione verso i valori e patrimonio integrato del paesaggio locale** (quotidiano) e di **aumentare la consapevolezza del potenziale della società** (comunità e individui) come **preservatore** del paesaggio locale e **promotore** di destinazioni turistiche autentiche.

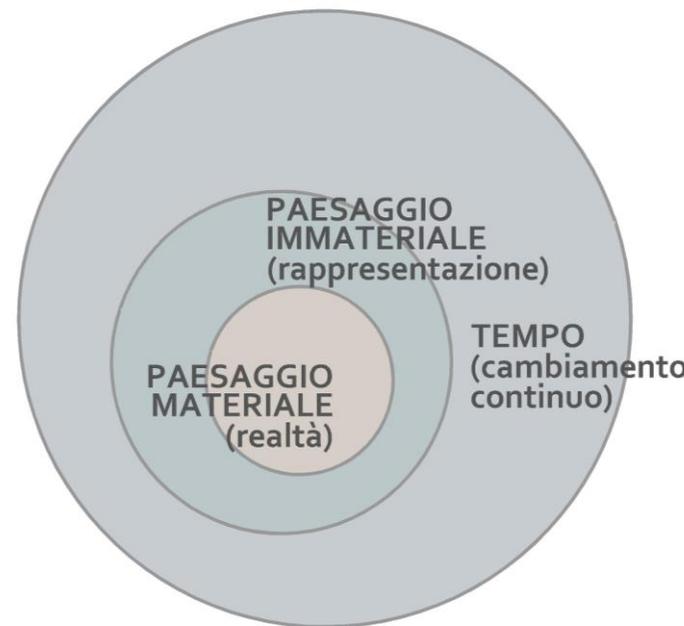
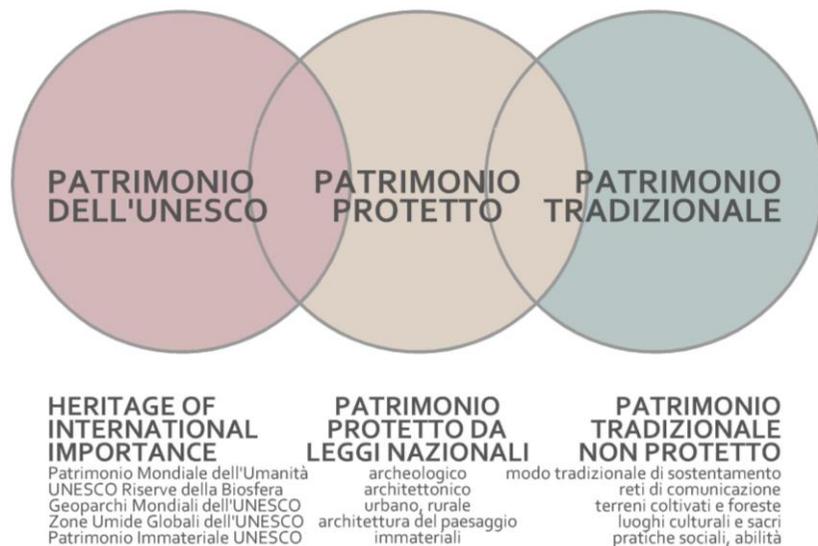
*The aims are to **raise awareness on the values and integrative heritage of local (everyday) landscape** as well as to **raise awareness on the potential of society** (community members and individuals) as the **preserver** of the local landscape and the **promoter** of authentic tourist destinations.*

Italia

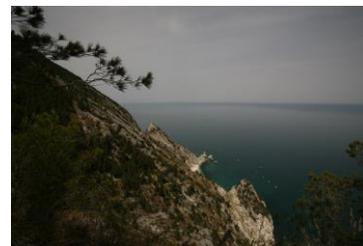
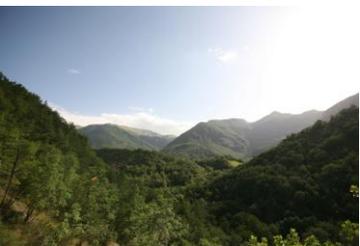
Croatia

La conoscenza del paesaggio riguarda sia le componenti **fisiche, oggettive e scientifiche del territorio**, sia dalla **percezione soggettiva (comune e personale)** che deriva dalle diverse interpretazioni che i membri della comunità danno ai singoli paesaggi e luoghi.

*The knowledge of landscape concerns both the **physical, objective, and scientific components** of the territory as well as the **subjective (communal and personal) perception** which derives from the different interpretations that the community members give to individual landscape and places.*



FATTORI DI IDENTITÀ DEL PAESAGGIO LOCALE				
PAESAGGIO MATERIALE			PAESAGGIO IMMATERIALE	
DIMENSIONE SPAZIALE		DIMENSIONE SOCIALE		DIMENSIONE SIMBOLICA
Fattori naturali	Fattori antropogenici - Uso / funzione e attività	Fattori antropogenici - Caratteristiche dell'abitare spaziale	Fattori di percezione – Fattori estetici	Fattori di percezione – Fattori associativi
Clima		Siti archeologici		Identità, simboli Memoria collettiva
Ambientazione geografica Geomorfologia e morfologia Topografia e configurazione	Terreno agricolo Foreste mantenute	Insedimenti tradizionali Città storiche Fasi della storia urbana		Significato di luoghi ed elementi Senso del luogo, luoghi culturali
Idrologia Mari, laghi, ruscelli, torrenti	Usi e funzioni del paesaggio Uso del territorio Uso del mare e uso dell'area costiera	Ambiente topografico		Storia ed eventi storici Affiliazione con personaggi illustri
Habitat ed ecosistema Flora e fauna		Forme architettoniche / opere / ensemble - storiche e contemporanee Carattere tradizionale delle aree urbane	Esperienza visiva Relazioni visive Viste e panorami importanti	Diversità culturale - gruppi Tradizioni ed espressioni orali, compresa la lingua, i toponimi
Aree protette - Parchi nazionali, Parchi naturali, Riserve rigorose, Riserve naturali, Riserve della biosfera	Attività umane Vivendo Lavorando Ricreazione	Rete di comunicazione	Luoghi di importanza estetica	Credenze, mitologia, leggende Pratiche sociali, riti ed eventi festivi Conoscenze e pratiche riguardanti la natura e l'universo
Vincoli fisici e/o opportunità del paesaggio naturale	Infrastrutture (strade, gestione idrica, energia, telecomunicazioni)	Piccole costruzioni e attrezzature spaziali Interventi strutturali Spazi pubblici aperti	Dominante nel paesaggio - punto di riferimento	Spettacolo e rappresentazioni Espressione artistica e opere - artistiche, letterali, musicali
		Architettura del giardino Parchi pubblici Architettura e pianificazione del paesaggio	Linee di delimitazione	Artigianato tradizionale - abilità, strumenti, oggetti, manufatti
			Modelli di paesaggio costruito Modelli di paesaggio non costruito	Migrazione umana Scambi tra regioni



Fattori naturali - clima, ambientazione geografica, topografia e configurazione, habitat, flora e fauna, aree protette, vincoli fisici e/o opportunità del paesaggio naturale

Natural factors - climate, *geographical setting*, topography and configuration, hydrology, habitats, flora, fauna, protected areas, physical constrains and / or opportunities of natural landscape



Fattori antropogenici - Uso / funzione e attività – terreno agricolo, foreste mantenute, uso del territorio, attività umane, infrastrutture (strade, gestione idrica, energia...)

*Anthropogenic factors - Use / function and activity – **cultivated land**, maintained forests, land use, human activities, infrastructure (roads, water management, energy...)*

Fattori antropogenici - Caratteristiche dell'abitare spaziale - siti archeologici, città storiche, forme architettoniche, interventi strutturali, a rchitettura e pianificazione del paesaggio



*Anthropogenic factors - Characteristics of spatial inhabitation - **archeological sites, historic towns**, architectural forms, structural interventions, landscape architecture and planning*



Factors of perception - Aesthetic factors
visual experience, important views and vistas, landmarks,
patterns of un/built landscape



Fattori di percezione – Fattori estetici –
esperienza visiva, viste e panorami importanti,
dominante nel paesaggio, modelli di paesaggio non/costruito

Fattori di percezione – Fattori associativi - identità, simboli, senso del luogo, tradizioni ed espressioni orali, credenze, artigianato tradizionale, migrazione

Factors of perception - Associative factors - identity, symbols, sense of place, **cultural places**, cultural oral traditions and expressions, beliefs, performing art, craftsmanship, migration



Le rivitalizzate (selezionate) interazioni tra la comunità e il paesaggio, così come le culture, le tradizioni e le narrazioni locali presentate, creano la base della Nuova Identità per il paesaggio locale.

The revived (selected) interactions between the community and landscape as well as the presented local cultures, traditions, and narratives create the base of the New Identity for the local landscape.

Cosa comunicare? *What to communicate?*

Valori paesaggistici ereditati, patrimonio culturale e naturale, tradizioni della comunità locale
Inherited landscape values, cultural and natural heritage, traditions of local community

Perché comunicare? *Why communicate?*

Sensibilizzare, promuovere la sostenibilità e lo sviluppo indigeno, ravvivare l'identità, creare una destinazione autentica, potenziare la comunità, aumentare la qualità della vita

Raise awareness, promote sustainability and indigenous development, revive identity, create an authentic destination, empower the community, raise the quality of life

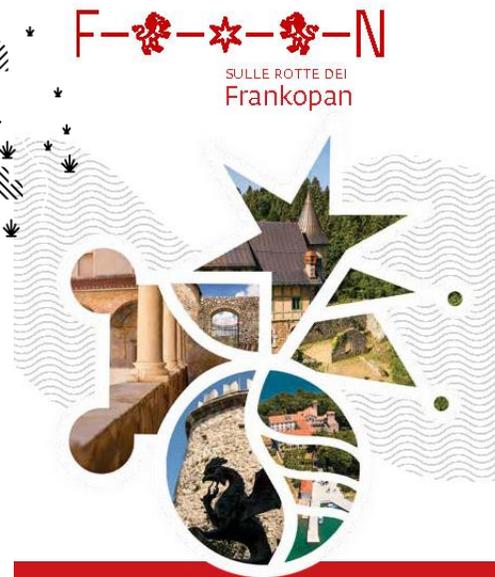
Come comunicare? *How to communicate?*

Partecipazione, coinvolgimento della comunità, approfondimento delle conoscenze, ricerca scientifica, coinvolgimento delle parti interessate, media digitali e promozione

Participation, community engagement, deepening knowledge, scientific research, stakeholders involvement, digital media and promotion

Sulle rotte dei Frankopan / The routes of the Frankopans

<https://ruta.frankopani.eu/en/ruta/gorski-kotar>



Un amico in viaggio

Castelli, battaglie, vittorie, sconfitte, complotti, drammi personali, svolte decisive nazionali...

Se partite dall'isola di Krk (Veglia), dal Vinodol oppure dal Gorski kotar, l'avventura è sempre emozionante e si chiama Sulle rotte del Frankopan.





Centro per il patrimonio industriale / Centre for Industrial Heritage

<https://cib.uniri.hr/home/>

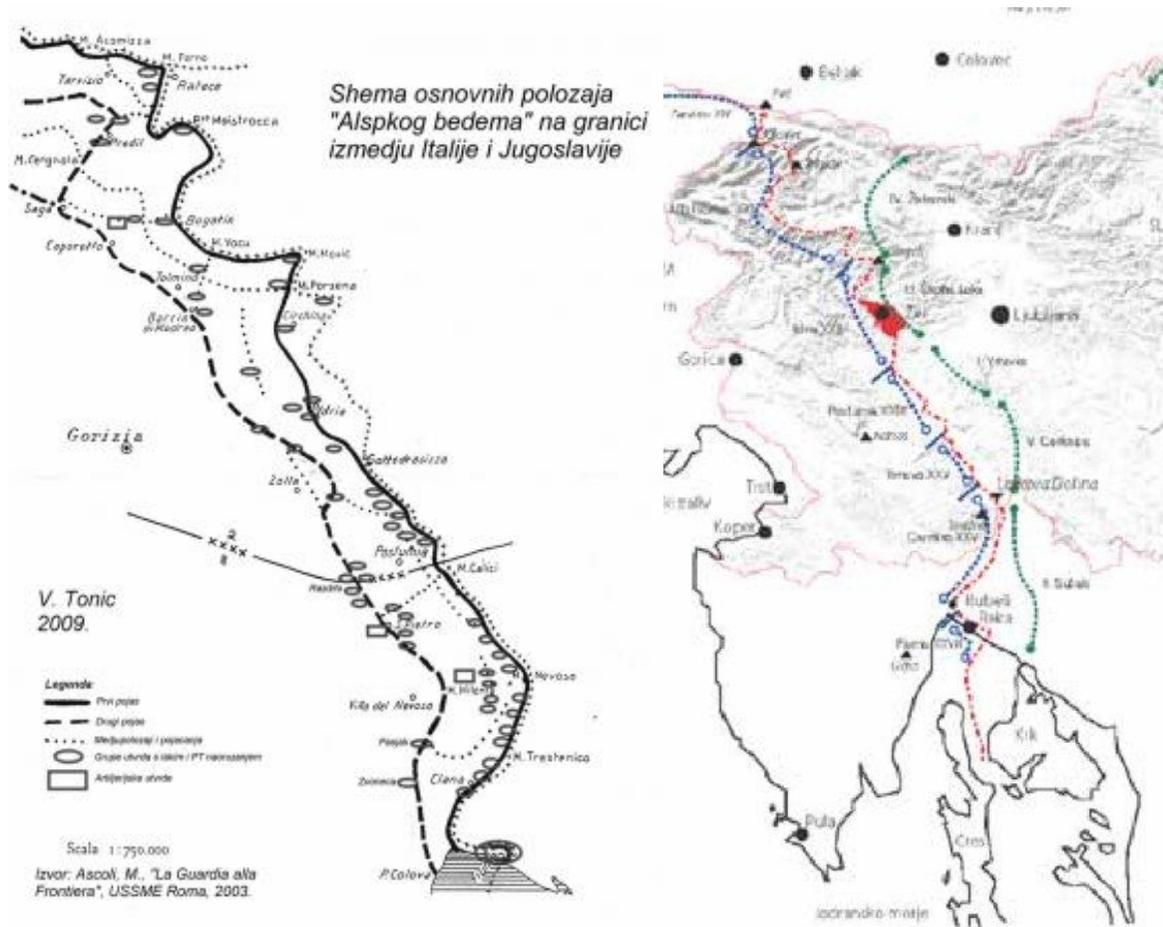
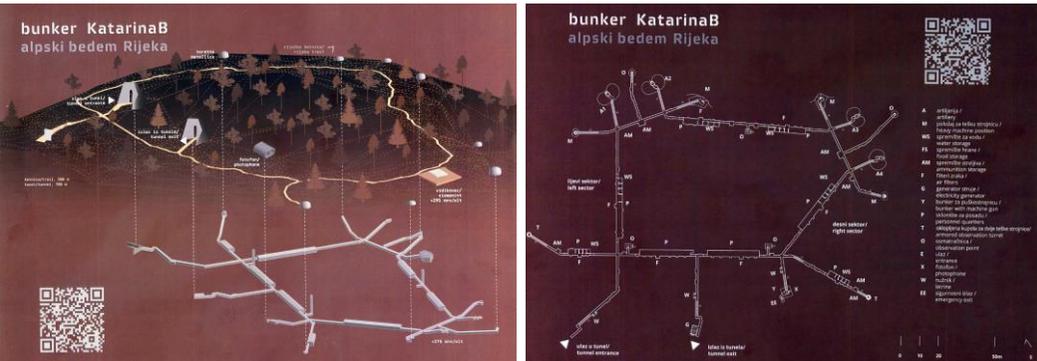


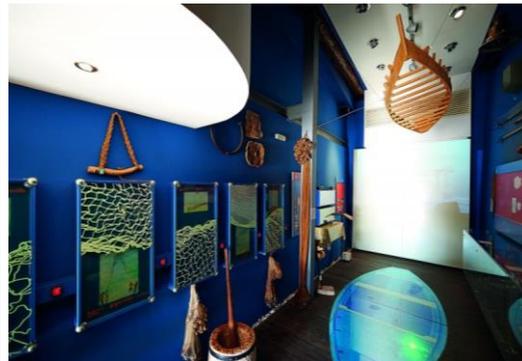
Società degli amici delle antichità di Dubrovnik
Society of Friends of Dubrovnik Antiquities <https://dpds.hr/>



Vallo Alpino Rijeka / Alpine Wall Rijeka

<https://www.projectrevival.eu/en/cultural-route/rijeka/3>





Interpretazioni olistiche del patrimonio

Musei autoctoni, ecomusei, centri di interpretazione
Ecomuseo = territorio + patrimonio + memoria + comunità

Holistic interpretations of heritage

Native museums, ecomuseums, interpretation centres
Ecomuseum = territory + heritage + memory + community

<https://www.batana.org/en/home/>

<https://www.istrian.org/it/>

<http://www.vlaskiputi.com/en/>

Connettività e reti

Connectivity and networking

<https://www.europanostra.org/>

<http://emh-org.com/wp/>

<http://inclusivemuseums.org/>

<https://icom.museum/en/>

<https://see-net.net/>

<https://www.thebestinheritage.com/>

Cosa comunicare? *What to communicate?*

Perché comunicare? *Why communicate?*

Come comunicare? *How to communicate?*

1. BOOST5 | 2. Valori e patrimoni paesaggistici | 3. Sfide e obiettivi della comunicazione | 4. Comunicare la Nuova Visione alla comunità

Regione Marche

Raffaella Triponi

raffaella.triponi@regione.marche.it

UNICAM SAAD

Massimo Sargolini

massimo.sargolini@unicam.it

Valentina Polci

valentina.polci@unicam.it

Ana Sopina

asopina@arhitekt.unizg.hr

 <https://www.italy-croatia.eu/web/boost5>