Ruggero Torti

Being positive

02 Smart & Slow Travel
New Responsive Landscapes

Serie di architettura e design
FRANCOANGELI

Ruggero Torti

Being positive

02 Smart & Slow Travel
New Responsive Landscapes

Serie di architettura e design
FRANCOANGELI

La pubblicazione espone gli esiti parziali di studi e ricerche condotte dall'autore presso il dipartimento Architettura e Design, Scuola Politecnica dell'Università di Genova. Tali ricerche sono state rivolte alla conoscenza delle identità territoriali e si sono concretizzate nell'ambito di interventi al Dottorato di Ricerca in Architettura e Design, nell'Assegno di Ricerca sulla *Cultura della comunicazione dell'emergenza*, nonché nell'ambito della docenza al Master in *Scrittura creativa e produzione di contenuti digitali* promosso dal Dipartimento di Italianistica, Romanistica, Antichistica, Arti e Spettacolo dell'Università di Genova nel 2018/2019.
Gli studi sono, inoltre, oggetto di una ricerca condivisa con la «Fakultät», Leibniz Universität Hannover (LUH), dal titolo "Exploring Responsive Territories. A compared reflection on the inner areas between Germany and Italy", supportata con Fondi di Ricerca di Ateneo (Unige) 2018 per il progetto dal titolo: "Linguaggi visuali e identità del paesaggio: ipotesi di modelli comunicativi", responsabile scientifico prof.ssa M.E. Ruggiero.

Il 2019 è stato scelto dal Ministero dei Beni, delle Attività Culturali e del Turismo (MiBACT) come anno del "Turismo lento", dedicato alla valorizzazione dei territori italiani meno conosciuti dal turismo internazionale per rilanciarli in chiave sostenibile. Favorire esperienze innovative da proporre a chi vuole riscoprire le peculiarità di un territorio ed entrare in contatto con la cultura e le identità locali è il fine di una strategia di sviluppo, di crescita e di tutela dei valori che fanno del nostro Paese un luogo unico.

Ove non specificato, si intende che le immagini sono dell'autore.

In copertina: Gabriele Pierluisi, *Termini lineare, sequenze*, Roma 2007.
Tecnica: Pittura digitale stampa su alluminio e pittura acrilica.
Dimensioni: 50X150 cm.

ISBN e-book: 9788891794697

Copyright © 2019 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. Nel momento in cui effettua il download, l'utente accetta tutte le condizioni della licenza d'uso previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

Indice

Presentazione 7
di Manuel Gausa Navarro

1. Questioni di identità 11
riflessioni e opportunità: intervista con Gabriele Pierluisi

l'identità visiva territoriale 19
La conformazione geografica
Le emergenze architettoniche e artistiche
Le tradizioni locali
La gente
Le emozioni e le sensazioni che il luogo trasmette e diffonde

come comunicano i territori oggi 21
La comunicazione tradizionale (manifesti, totem, pannelli, volantini, tv locali, brochure, flyer, dépliant, striscioni, inviti)
L'analisi dei metodi e strumenti di comunicazione attuali

dalle radici del passato: il futuro 24
Il vivere stanziale in autonomia e importanza
I consolidati flussi stagionali e occasionali
La conoscenza del passato per il rilancio futuro
Lo sviluppo socio-economico

2. Place branding e il suo processo creativo 27
riflessioni e opportunità: intervista con Manuel Gausa Navarro

esprimere e connotare un luogo 33
L'ideazione di un possibile sistema di identità visiva territoriale
Un'efficace strategia di comunicazione
Il place branding: strumenti, metodi e finalità

La visibilità e l'univocità: i concetti chiave del place branding
L'individuazione dell'anima di un territorio, capace di identificarlo, rappresentarlo e connotarlo
L'analisi del ruolo del segno come fondamento di identità visiva

nuovi media e nuovi linguaggi visivi **69**
La comunicazione digitale (pagine web, blog, social network, AR-VR-MR, App, Podcast)
L'ampliamento e l'interazione con i diversi target
L'individuazione di un'immagine connotativa del vero spirito di un luogo

3. Caso studio: la val Fontanabuona **75**
riflessioni e opportunità: intervista con Andrea Benveduti

dalle emergenze architettoniche: l'energia **79**
La presenza nei secoli dell'uomo sul territorio
Gli elementi permanenti e le conseguenti stratificazioni per la definizione dell'identità di luogo
Le scelte urbanistiche, i manufatti architettonici e artistici

un sistema "generativo" di identità visiva: il motore **94**
I sistemi dinamici di brand image per l'elaborazione di un'identità in continua evoluzione
Il ruolo del segno come fondamento dell'identità visiva di un luogo

4. Censimento e schedatura **109**
Schedatura delle principali emergenze architettoniche religiose a mezza costa

Conclusioni **175**

Bibliografia **181**

Presentazione

Volentieri presento questo nuovo lavoro di Ruggero Torti, che ha come argomento lo studio delle realtà sub-urbane dell'entroterra, oggi messe spesso in crisi dalla nuova economia e dalle mutate condizioni ed esigenze socio-economiche. Si tratta non di rado di una vera e propria emergenza, che ha mutato gli assetti e gli equilibri dei territori, sia da un punto di vista paesaggistico, sia per ciò che attiene il costruito: zone non più coltivate, né dedicate all'allevamento e/o alla pastorizia, boschi abbandonati, incuria, rii stagionali utilizzati come discariche. Oggi l'attenzione è alta e numerose sono le ricerche che a vari livelli (scientifico, politico, gestionale-amministrativo) si occupano del problema, sovente con proposte applicativo-progettuali.

Tema importante per la contemporaneità, dunque, tanto da essere filone di ricerca del dottorato della sede genovese; il corso ADD, infatti, afferente al dipartimento Architettura e Design dell'Università di Genova, propone temi di riflessione proprio su una visione di urbanistica, strettamente collegata anche alla percezione visiva e alla comunicazione visiva, che trova nella rappresentazione una disciplina partner imprescindibile, tanto da essere oggetto di lezioni e seminari specifici.

Identità e territori, limiti e potenzialità, segni fisici e segni grafici, crisi e resilienza, spazio fisico e spazi virtuali, confini e limiti e loro superamento sono alcuni degli aspetti che emergono dalle ricerche svolte e che vengono dibattuti nel presente saggio; centrale il rapporto che si instaura tra le alture (bassi crinali, promontori, mezze coste) e il fondovalle, che assume il ruolo di percorrenza preferenziale, ra-

pida, più facilmente insediabile e, quindi, sede della produttività, grazie alle tecniche e alle tecnologie che hanno permesso di superarne i vincoli fisici connessi con il suo stesso essere: corsi d'acqua, parti allagabili, divisione delle rive opposte.

Così, dunque, diviene chiaro il percorso da seguire, dall'analisi dell'esistente, alla necessaria iniziale interdisciplinarietà (anche con le discipline del design e del marketing) per inquadrare temi, ambito culturale e stato di fatto della ricerca, per poi sviluppare e concentrare la parte propedeutica all'apporto della rappresentazione. Alcune tesi dottorali hanno già concluso il proprio percorso, ma il nodo dell'immagine quale elemento qualificante/ri-qualificante è finora risultato essere subalterno agli aspetti urbanistico-paesaggistici e di marketing territoriale.

Ecco perché la pubblicazione di Torti rappresenta un tassello mancante e importante che va a completare il quadro con un contributo originale, che trova nel rivisitare l'esistente attraverso la sintesi di vari aspetti (l'individualità dei singoli agglomerati, l'individuazione di peculiarità comuni, la messa a sistema di esigenze e finalità…) una chiave positiva per arrivare a una condivisione di risorse e intenzioni progettuali.

Un "being positive", dunque, che si avvale di un ulteriore strumento qualificante: le interviste fatte all'inizio di ogni sezione, che – attraverso le risposte ricevute a quesiti specifici relativamente ai temi critici di volta in volta trattati – portano alle linee guida del lavoro, fino allo sviluppo di un caso studio specifico (la val Fontanabuona), che diviene esempio operativo e al tempo stesso paradigma concettuale.

Manuel Gausa Navarro
Professore Ordinario di Urbanistica
dAD dipartimento Architettura e Design, Università di Genova.
Coordinatore dell'ADD, Dottorato di Ricerca in Architettura e Design

1. Questioni di identità

riflessioni e *opportunità:*
*intervista con Gabriele Pierluisi**

**Architetto e pittore. Ph.D. in Rilievo e Rappresentazione dell'Architettura e dell'Ambiente. È stato ricercatore presso la Scuola di Design del Politecnico di Milano. Attualmente è Maître Assistant presso l'École nationale supérieure d'architecture de Versailles (ENSA-Versaille).*

D: ***Quali fattori principali contribuiscono oggi alla formazione di un'identità visiva territoriale?***

È importante stabilire di che si parla, l'identità visiva di un luogo è un concetto complesso, legata a più fattori anche esterni alla cultura di noi architetti. Personalmente in relazione alla mia formazione di architetto preferisco ridurre, tra virgolette, il tema alla questione del paesaggio. La sua rappresentazione, che è anche sempre a mio avviso invenzione del paesaggio.

Inoltre diffido della parola identità almeno nel senso comune oggi diffuso ossia in senso restrittivo ed esclusivo. L'identità è invece un concetto complesso di cose diverse: è la coesistenza di identità multiple. È molteplicità.

Si parla di paesaggio, quindi di un oggetto estetico e per questo è complesso rispondere, perché prima bisogna capire chi l'ha descritto e quindi ideato, ma avendo chiaro che deriva da una coscienza estesa e ha una forma identitaria larga: i migliori paesaggi di Parigi sono stati rappresentati da Walter Benjamin, un apolide, e proprio la distanza mentale data dal non essere di Parigi gli ha permesso di viverli, capirli e trasmetterli, non solo come una descrizione, ma come un'immagine che deriva anche da altre fonti: poeti, artisti, narratori, che facevano parte del paesaggio culturale di quella città ed anche da un tema che era caro a Walter Benjamin, quello del declino di un'epoca e della mutazione. La mutazione che Parigi subiva nel passaggio dagli splendori di fine '800 alla crisi tra le due guerre. Evidentemente questa crisi era la crisi del pensiero europeo di impostazione romantica e la misura dei limiti del capitalismo. Benjamin guarda il mondo della borghesia capitalistica come comunista.

Quindi lo "sguardo" necessario a descrivere un paesaggio urbano è uno sguardo che ci pone in condizione di essere dentro, vicini ad un luogo, perché ne riconosciamo i temi di fondo, ma anche fuori; è uno sguardo che implica la giusta distanza che consente la critica di un sistema; che ci permette di riconoscerne i limiti e le traiettorie di sviluppo.

In tal senso si disinnesca di conseguenza il concetto di identità come concetto unico, semplice, introducendo invece una visione sempre contraddittoria con la compresenza di molti fattori diversi. Ecco perché parlare di identità visive territoriali e paesaggistiche è una riduzione a un unicum di quanto invece è molteplice.

Ciò significa doversi rifare a un concetto di appartenenza che fondi anche su basi culturali e quindi paesaggistiche – in senso ampio di appartenenza territoriale –, comuni, magari con sofferenze, ma sempre comprensibili e condivisibili, come accade con Benjamin, che parla di Parigi pensando a Berlino ed in generale alle condizioni delle capitali europee.

Intesa in questo senso, anche l'Europa è un sistema di reti che rendono coerenti le differenze, attraverso la messa a sistema di grandi centri urbani più che di nazioni; oggi la si conosce così, con viaggi di pochi giorni che fanno conoscere città, non Stati, più politico-amministrativi che identitari. L'Europa come sistema urbano, infine! O ancora, nel senso che forse un modello differente d'Europa, che potremmo immaginare ora, è già stato quello dell'Europa del Trecento, in cui il motore di innovazione era dato dalle città piuttosto che dagli stati. Un'idea di territorio puntiforme e per reti, piuttosto che un'idea di stati e superfici territoriali.

D: ***Ha un senso, dal punto di vista della costruzione o della ricostruzione di una identità visiva territoriale, riferirsi al passato o anche al futuro?***

Il Tempo è una questione centrale da introdurre parlando di paesaggio e luogo, perché siamo comunque contemporanei e questo elemento esprime bene il concetto di passato e futuro; il libro di Giorgio Agamben *Che cos'è il contemporaneo*?[1] è importante perché parla bene di distanza e aderenza, dove la distanza porta alla possibilità di selezionare il passato che ci interessa, attraverso, perciò, un atto critico che lo proietta verso il futuro. Guardi con distanza il presente, lo relazioni al passato e costruisci il futuro.

Altro punto importante espresso da Agamben è che pur vivendo nell'oggi, non tutti sono contemporanei, se non hanno la coscienza del loro tempo; questo definisce un modo di vivere e concepire lo spazio, ma anche di rappresentarlo … è costruzione, forma visiva del nostro presente proiettato verso il futuro. È indubbio che sia qualcuno a farlo. La rappresentazione del paesaggio è fatta da un autore: ad esempio, ricorda Wilde che i quadri di Turner con la nebbia rappresentano un fenomeno che già c'era, ma finché lui non la dipinge, questa non diventa atto estetico, né si connota come caratteristica. Fino a quel momento era esistita solo come fenomeno atmosferico, non come paesaggio o luogo noto per la percezione visiva ad essa legata.

Un altro esempio in tal senso è la pittura di Poussin; un autore che mi ha sempre profondamente colpito, ma che comincio a capire solo ora che vivo a Parigi. Poussin infatti lavora sulla distanza: ossia compone dei paesaggi profondamente romani, le scene paesistiche dei suoi quadri sono prese dal vero della campagna romana. Ma invece della luce di Roma illumina queste scene con la luce dell'Ile de France; una luce definita

1. Cfr. Agamben, 2008.

dall'alternanza di fasci luminosi e ombre. Esattamente come la luce che penetra tra le nuvole rotte dal vento della regione parigina. In più la tonalità dominante della sua luce è il giallo-argento, tipico colore della luce di questa città. La luce dei cieli romani è invece continua e spietata nella sua chiarezza e si basa più su una dominante cromatica arancione che gialla. Quindi i paesaggi di Poussin inventano un altro spazio che non è quello di Roma né di Parigi. Ma, che determinerà poi, a seguito di questa invenzione, l'immagine che abbiamo di queste due città. Tale passaggio alla coscienza (rappresentazione) del dato visibile si deve a qualcuno, che certo lo fa su altre visioni note (penso che Turner come altri pittori si è basato sulla conoscenza della pittura precedente e da Turner poi derivano anche gli impressionisti etc.), ma in tal modo il dato stesso, quel modo specifico di dipingere l'atmosfera, diviene condizione di disciplinarità e quindi condizione storica. Anche qui una questione di tempo come passaggio generazionale tra artisti uniti da un mestiere.

Un altro tema relativo al Tempo: quello del passato non passato; per artisti-pittori e architetti-disegnatori, infatti, non esiste discontinuità, il tempo non passa, siamo tutti contemporanei, dal momento che anche con strumenti differenti si fanno e si sentono le medesime esperienze.

Identità visiva? Meglio, come dicevo prima, parlare di paesaggio, ha una connotazione meno commerciale, aspetto onnipresente che oggi ci sommerge, vera e propria cultura del vendere cose… Lo capisco, ma non credo che il ragionamento si debba basare su questo per ridefinire un paesaggio.

E ridefinire un paesaggio oggi serve. Perché, ad esempio, in Italia il paesaggio, come fenomeno estetico condiviso, non c'è più, mentre prima l'immagine italiana era talmente forte da promuovere il *grand tour* quale momento formativo irrinunciabile per gli intellettuali europei. Ora non più, quando arrivi da fuori in Italia c'è sempre un fascino – anche magari dell'orrido, che a volte si avvicina al sublime –, ma non è più quello che ci si aspettava prima: Roma e la sua campagna, ad esempio, che come dice Norberg-Schultz sostanziava la città e ne dava la ragione d'essere, non sono più in questo rapporto, sono scollegate e spesso irriconoscibili nel loro scambio reciproco. L'agro romano classico, quello rappresentato dalle foto di Thomas Ashby, è scomparso. Ma anche quello delle borgate pasoliniane è definitivamente morto. Quale idea di paesaggi ha la Roma di oggi?

Ma non si risolve la questione tornando al passato, piuttosto eventualmente assumendo le caratteristiche del costruito odierno e dando spazio al progetto inteso in senso "alto", alla competenza culturale, al di là della prassi professionale di base. Coscienza del costruire, perché quando fai qualsiasi oggetto architettonico sei in relazione con… non vuol dire imi-

tare o collegarsi direttamente a forme esistenti, ma dare una lettura che faccia riconoscere nel progetto un senso corale e non solo l'espressione del proprio gesto architettonico.

Tema interessante, perché dopo la modernità ogni architetto è artefice del proprio destino, dal momento che non ci sono più regole condivise sulle quali operare, mentre si deve avere una coscienza rispetto al tema dell'analogia. Ossia lavorare in un'interpretazione larga sia del senso della lunga durata del mestiere, che del fatto urbano.

Ma occorre lavorare per capire come agire, perché la città è il vero luogo dove si può avere indicazione di come si fa l'architettura; ascoltare il cuore della città, come diceva Savinio, è importante perché dà il senso della relatività; il progetto è tanto più intelligente, quanto più si relaziona con il contesto, divenendo oggetto architettonico. Ascoltare anche la città contemporanea che ha un'estetica diversa rispetto alle forme urbane che l'hanno preceduta. Ma d'altronde anche la nostra cultura è differente, il nostro stesso sguardo, ed i modi di descrizione/produzione sono mutati.

Oggi, nella grande libertà anche segnica, spesso quasi segno artistico, è l'oggetto che ingloba il paesaggio: la *Philarmonie de Paris* di Nouvel, gli edifici di Zaha Hadid sono un'interfaccia tra edificio e paesaggio come entità plastica, viene messo il tema del luogo già nell'edificio. Certo è anche questione di dimensione, i grandi edifici condizionano il paesaggio, portando ad un atteggiamento post moderno che inverte i rapporti tra città e territorio. Questi grandi oggetti mediatici tengono in sé il paesaggio locale ed il sistema globale che li motiva (anche in termini economici), ma questo è un altro discorso...

D: ***Ritiene importante il contributo delle tecnologie dell'Informazione e della comunicazione (ICT-Information and Communications Technology) nella comunicazione e nella diffusione delle identità territoriali al fine di farle conoscere e apprezzare in vista di nuove prospettive di fruizione e riconversione?***

Le tecnologie digitali, sono evidentemente uno dei paradigmi fondamentali della mutazione contemporanea, non possiamo che produrre e quindi vedere attraverso esse, ma allo stesso tempo sono estremamente inclusive, ci permettono di re-interpretare modi di fare anche molto antichi. La tecnologia avanzata, per essere usata in modo intelligente, va sempre riferita al suo inverso: alla tecnica più basilare. E quindi il *virtuale digitale* va sempre messo in relazione con il *reale*: la mano, il corpo, il gesto e la materia, la sensazione fisica del mondo. Questa distanza, congruente e non, misura le vere possibilità del presente.

Riguardo alla definizione e alla rappresentazione del territorio con realtà aumentata, mista o virtuale, che sono competenze tecniche specifiche, credo che si possa estendere al territorio il ragionamento che vale per il disegno digitale in genere: non tutte sono innovazioni, o meglio sono innovazioni tecniche, ma non sempre necessariamente di idea.

Ci sono alcuni aspetti eccezionali, nel disegno e nel progetto di architettura – che esiste come tale in virtù della sua raffigurazione – e, quindi, anche nel paesaggio, due poli concettuali fondamentali, soprattutto: la forma di disegno più antico ed istintivo, che non morirà mai, quindi anche nel disegno di progetto, ed è lo **schizzo** rapido, essenziale, primario, con tecniche varie ma rapide e sensibili (acquarello, china, matita, carboncino…), presente nella storia dell'uomo fin dalle incisioni nelle caverne, e dall'altro lato non tanto il disegno digitale in senso generico, ma specificamente il **3D**. Ossia la possibilità di costruire direttamente degli spazi tridimensionali, ma con l'astrazione geometrica e visiva della vecchia geometria descrittiva.

Certo, tutto il digitale, soprattutto inteso come rete e possibilità di connessione e condivisione, ha cambiato il mondo della rappresentazione e della formulazione di immagini anche dal punto di vista della comunicazione, ma soprattutto il 3D, perché è produzione diretta, oggetto e immagine, senso del plasmare la forma quasi in maniera scultorea, quasi come accade nei plastici tradizionali.

3D quale espressione ibrida, dunque, che dà possibilità di invenzione, fantasia e creatività.

Geometrie preferenziali, in parte legate alla formulazione precedente, ma anche innovate con strumenti di controllo che semplificano moltissimo, come anche accade per le geometrie solide dei software di sviluppo parametrico, interessanti perché non sono solo strumento di mestiere, ma paradigma di un concetto diverso di spazio.

Voglio dire che, quanto più conosciamo e sappiamo usare lo schizzo veloce a mano, tanto più sappiamo sfruttare queste possibilità della modellazione digitale tridimensionale. Ognuna delle tecniche produttive "verifica" le possibilità inventive e formative dell'altra.

Tale approccio deve essere utilizzato anche nella comunicazione dei beni culturali, che non deve essere interpretata come un doppione virtuale della realtà concreta, bensì deve offrire qualcosa di nuovo, un elemento innovativo e un'interpretazione *altra* del dato di partenza.

Per comprendere ciò, è sufficiente l'esempio del drone, che, per esempio, Fernando Guerra usa nei suoi *reportages***,** legato alla macchina fotografica digitale, dispositivo che è in grado di proporre visioni prima impossibili, nuove rappresentazioni, nuove visioni, nuovi spazi e territori. Staccare il punto di vista operando come nelle cartografie digitali

di Google dà nuovo senso al progetto: la visione satellitare è sempre la stessa ricerca di una vista privilegiata, il paesaggio è comunque il vedere la città al suo interno e la sua veduta dall'alto, la ricerca di una doppia visione, il *fuori* generale e il *dentro* costruito. Anche nelle vedute classiche dalla città c'erano sempre la veduta dall'alto (in pianta o in prospettiva aerea) e la vista prospettica del basso come temi iconografici per spiegare lo spazio urbano.

Quindi con le nuove tecnologie si riattualizza un tema quasi insito da sempre nella rappresentazione della città.

Con l'ICT non bisogna riproporre visioni che abbiamo già dell'oggetto architettonico o dello spazio urbano, ma piuttosto costruirne altre alternative, che non si possono avere per motivi fisici (posizione del punto di vista), come le piante e le sezioni, per integrare la realtà con delle sue concettualizzazioni più complesse.

In definitiva questo significa, per quanto abbiamo detto prima, ridefinire dei paesaggi complessi che rappresentano il nostro presente.

Direi che questo è l'uso intelligente dei supporti digitali: unire la tecnica con la visione d'arte, la ricerca, il concetto; in fondo, più che comunicazione, una funzione progettuale delle cose.

Non esiste più la pratica artigiana in cui i gesti che facciamo come progettisti sono legati direttamente ad un senso dato dalla tradizione, quindi l'architetto intellettuale si deve confrontare con tali nuove tematiche, e sapere che il mestiere è soprattutto quello di riconnettere cose differenti, interpretando i contesti, e darne una lettura che si deve esplicitare, usando tecniche produttive contemporanee, in termini di definizione dei paesaggi dell'architettura della città.

l'identità visiva territoriale

La conformazione geografica
Le emergenze architettoniche e artistiche
Le tradizioni locali
La gente
Le emozioni e le sensazioni che il luogo trasmette e diffonde

L'identità di un luogo è definita da una serie di elementi tangibili e non che caratterizzano il territorio stesso sia da un punto di vista visivo, sia percettivo. La particolare conformazione geografica, la presenza di emergenze architettoniche, il ripetersi delle tradizioni, le persone stesse, ma anche le qualità impalpabili quali le emozioni che queste realtà riescono a trasmettere al fruitore, indipendentemente dal suo stato di visitatore occasionale o residente, costituiscono la vera anima di un luogo da far scoprire (o riscoprire). Tutto ciò è tanto più evidente, quanto più ci si occupi di spazi sub-urbani, nei quali il rapporto tra il costruito e l'intorno è ancora tale da permettere una lettura della coerenza degli interventi antropici rispetto all'identità primaria del luogo, così da suggerire anche possibili ipotesi di valorizzazione e/o riqualificazione del luogo stesso.

Le tradizioni, i percorsi storici o naturalistici, le architetture rurali minori, le emergenze architettoniche soprattutto di carattere storico, i prodotti artigianali, le risorse locali, le colture autoctone, le leggende fanno parte del patrimonio culturale, sociale ed economico connotativo di un luogo, che deve essere studiato, riportato all'attenzione e valorizzato, particolarmente dal punto di vista del rispetto tra uomo e natura, tra produzione e territorio.

La tutela e la promozione di un territorio devono infatti porre le proprie basi partire dal riconoscimento dei suoi caratteri peculiari – naturali e non –, che insieme concorrono a definire la narrazione di quel luogo con particolare attenzione alla sua valorizzazione. In quest'ottica, pertanto, quando si parla di paesaggio si intende la naturalità di un luogo integrata dall'uomo non solo con le opere atte alla coltivazione, ma anche con le abitazioni e le costruzioni storicamente caratterizzate in prevalenza da materiali presenti in loco e, quindi, facilmente reperibili.

I paesaggi "naturali" sono, quindi, il risultato dell'intensa attività dell'uomo perpetuata e continuata nei secoli, sono testimonianza di un passato vissuto che conserva in sé non solo le tracce visibili, materiali, ma anche quelle impalpabili quali le emozioni, i sentimenti, l'ingegno, i valori culturali, spirituali e sociali delle precedenti generazioni.