

LUISA CARBONE¹

IL MODELLO DEL DTC-LAZIO NELLA VALORIZZAZIONE DEL *KNOW-HOW* CULTURALE DEI TERRITORI

1. Prove tecniche di un modello

Il Centro di Eccellenza del Distretto Tecnologico della Cultura della Regione Lazio (DTC-Lazio) nasce con l'idea che sia necessario un approccio sistemico e multi-attoriale per favorire il trasferimento tecnologico, il cambiamento e quindi l'innovazione nella valorizzazione e promozione delle tecnologie applicate al settore dei beni culturali. Il coinvolgimento attivo dei soggetti (*stakeholder*) nel DTC-Lazio ha consentito nel tempo di pervenire a decisioni maggiormente efficienti ed efficaci, perché adottate tenendo conto dei diversi punti di vista e dell'apporto diretto e/o indiretto dei vari portatori di interessi, che, generalmente, si rivelano propensi all'osservanza delle relative decisioni, proprio in quanto coinvolti nell'individuazione e nel raggiungimento degli obiettivi strategici fissati dal Centro. Nello specifico, il modello del DTC-Lazio è stato costituito inizialmente dall'aggregazione delle cinque università statali del Lazio e di tre enti di ricerca: CNR, ENEA e INFN, mentre le attività sperimentali, lo sviluppo e il trasferimento di tecnologie sono state attribuite all'Infrastruttura di Ricerca. Una rete costituita da 12 reti di laboratori a elevata qualificazione tecnico-scientifica operanti sul territorio della Regione Lazio, finalizzata a mettere a sistema sia le competenze tecnico scientifico dei numerosi gruppi di ricerca a essi afferenti e attivi in diversificati settori scientifico disciplinari sia le capacità strumentali e infrastrutturali, al fine di creare un polo di eccellenza nel settore delle tecnologie per i beni culturali.

Il Centro svolge la propria missione grazie all'integrazione sinergica delle ampie e qualificate competenze multidisciplinari che qualificano e caratterizzano i partner fondatori in aree di ricerca e sviluppo relative a ambiti tecnologici di interesse strategico per il territorio. E tra i vari aspetti di questa strategia emergono due punti importanti in questo modello: in primo luogo, l'essere costantemente orientato al trasferimento tecnologico e al sostegno dei processi di innovazione per il miglioramento della qualità nelle imprese e negli enti operanti nel settore. In secondo luogo, la capacità di promuovere, creare e

¹ Dipartimento di Scienze Umanistiche, della Comunicazione e del Turismo dell'Università degli Studi della Tuscia, luisa.carbone@unitus.it.

sostenere iniziative di qualificazione e specializzazione del capitale umano, attraverso l'alta formazione al servizio del territorio, del tessuto imprenditoriale e delle nuove professionalità. Di fatto per favorire l'evoluzione non basta diffondere nuove tecnologie a partire da quelle digitali o sviluppare nuovi prodotti, ma servono nuovi modi di concepire le relazioni tra produttori ed è necessaria una loro partecipazione attiva al cambiamento delle comunità locali. Tutto questo richiede una capacità degli attori locali che va sostenuta investendo sulla formazione non solo dei giovani, ma anche attraverso la sperimentazione di pratiche innovative di accompagnamento ai processi locali e facilitando la creazione di network locali e l'attivazione di reti anche lunghe con centri di competenza e di ricerca.

In questo contesto, l'Università degli Studi della Tuscia, così come le altre realtà universitarie si è subito resa disponibile come centro di elaborazione e disseminazione sul territorio di conoscenze e competenze avanzate negli ambiti della ricerca, della valorizzazione e del turismo culturale, attraverso la costruzione di sinergie con istituzioni di ricerca e imprese dotate di *know how*, esperienze e strumentazione di avanguardia. L'intento è stato diventare un vero e proprio supporto dello sviluppo economico del territorio viterbese attraverso il trasferimento di tecnologie innovative a fini di conoscenza, tutela e valorizzazione del patrimonio culturale e di promozione del turismo culturale. Allo stesso tempo, si è posto l'obiettivo di miglioramento della qualità nelle imprese e negli enti operanti nel settore, attraverso il trasferimento tecnologico e il sostegno dei processi di innovazione e promozione di un'offerta formativa a carattere innovativo, al servizio del territorio, del tessuto imprenditoriale e della creazione di nuove professionalità.

Inoltre, l'apporto dell'Università della Tuscia al DTC-Lazio è stata un'occasione per promuovere un *cultural planning* e un *landscape planning*, ovvero una pianificazione orientata alla tutela e valorizzazione dei beni culturali, ma anche alla realizzazione di paesaggi culturali. In questo contesto l'università si è proposta come regia unitaria in grado di coordinare e promuovere tra gli attori locali una progettualità territoriale dei beni culturali coerente e condivisa nella Provincia di Viterbo. Di fatto, il turismo culturale in questo contesto, pur rappresentando un settore di punta che può contribuire alla crescita dell'economia locale, non è riuscito a esprimere finora tutte le sue potenzialità a causa di alcune criticità strutturali di base: il sotto-utilizzo delle potenzialità delle strutture ricettive e lo squilibrio tra gli arrivi (numerosi) e le presenze (ridotte); l'assenza di strutture alberghiere di pregio; una stagione turistica "corta", concentrata in pochi mesi dell'anno; una bassa presenza di turisti extraeuropei; la difficoltà di proporre un pacchetto turistico integrato (cultura, natura, enogastronomia) col "marchio" Tuscia: territorio tra i più ricchi, che già nella preistoria accolse insediamenti di grande importanza, aperti verso le altre civiltà del Mediterraneo. Realtà di cui il territorio conserva ancora oggi segni evidenti, come i centri etruschi, medievali e rinascimentali e la presenza di un sistema di musei statali e civici che hanno concorso alla diffusione di una più ampia

conoscenza delle realtà culturali. In questi ultimi anni, certamente vi è stato un più ampio coinvolgimento degli enti locali nella gestione del territorio, e collaborazione tra istituzioni e gruppi vari, ma la valorizzazione del territorio non è compito facile e occorre dotarsi di strumenti adeguati. L'attivazione di circuiti culturali e turistici ben gestiti può determinare ricadute economiche ed occupazionali positive e rappresentare un deterrente a un uso improprio del territorio, negli anni, però, è mancata una strategia volta all'eliminazione dei punti di debolezza e allo sviluppo e alla promozione dei punti di forza.

Fra i principali ambiti di intervento nel DTC-Lazio, l'Università ha lavorato quindi nell'ambito del *Cultural Heritage* con la messa a punto di strategie comunicative e format narrative innovativi in modalità *e-learning* o *blended* e impegnandosi nella progettazione e nella realizzazione di interventi per la conservazione e la valorizzazione del patrimonio culturale tramite l'impiego di tecnologie, in sinergia con gli enti possessori dei beni e in collaborazione con enti esterni. Allo stesso tempo, ha favorito l'attività dell'impresa, intesa come assistenza alla nascita di nuove realtà imprenditoriali nel settore delle tecnologie applicate ai beni culturali, con l'approvazione di *spin off* universitari, e l'elaborazione di progetti di ricerca, tutela, promozione e valorizzazione, da candidare su bandi regionali, nazionali ed europei. In questa direzione, l'intento del contributo è indagare l'efficacia strategica del modello DTC-Lazio nella *governance* culturale territoriale nello sviluppo politico, socioeconomico e innovativo dei territori e, in particolare, dell'apporto dell'università al complicato contesto della Provincia di Viterbo.

2. Geografia e bene culturale: il connubio degli elementi

La valorizzazione mediante il concorso di tre elementi fondamentali – innovazione, cultura e paesaggio – rappresenta indubbiamente un volano di concrete opportunità di sviluppo per il territorio di tutta la Provincia viterbese. Il connubio tra elementi geografici, beni culturali-ambientali e nuove tecnologie trova attuazione attraverso le attività del DTC-Lazio e dei partner per sperimentare alcune applicazioni tecnologiche all'avanguardia nell'ambito della valorizzazione del *cultural heritage* e dello studio e progettazione del paesaggio. Di fatto l'utilizzo delle tecnologie digitali permette di entrare in comunicazione, utilizzando vari strumenti digitali sempre più diffusi attraverso piattaforme e applicazioni dedicate e permettono di avvalersi di un'esperienza didattica ed educativa innovativa.

Importanti richiami all'immaginario collettivo definiti secondo modelli spaziali possono costituire un punto di riferimento per sviluppare le corrette strategie turistiche, e la comunicazione rappresenta un tassello importante, ma non l'unico per dare slancio a un territorio, attraverso molteplici strumenti sia *offline* sia *online*. Pensare in termini di immagine di bene, culturale, sociale, economico vuol dire evocare nel cittadino e nel turista un'immagine spettacolare,

dove l'ambiente e la memoria culturale sono ben visibili e in grado di sollecitare l'attenzione di chi abita il territorio o lo attraversa. L'immagine, come ribadito in altre occasioni, svolge un compito fondamentale e può essere considerata a pieno titolo una risorsa strategica del territorio, le cui leve emergono nella loro triplice funzione: identificativa, valutativa e fiduciaria. La comunicazione, veicolata da una buona immagine suscita affidabilità, serietà e credibilità, implementando la percezione dello spirito del luogo. Un patrimonio culturale e ambientale che coniuga dunque sviluppo economico, responsabilità culturale e ambientale, virtualità e social media ed inclusione sociale, riesce a inventare nuove corrispondenze tra territorio, abitanti, *city-users* e turisti, che sempre più apprezzano e ricercano solo paesaggi, ma veri e propri *infoscape* in equilibrio fra realtà e virtualità da ri-vivere e ri-abitare dove possibile, o almeno condividere e postare in rete.

D'altronde la tendenza turistica globale e locale della fruizione del patrimonio culturale e ambientale di luoghi (Dal Pozzolo, 2018, p. 26) vede aumentare i turisti con un livello di istruzione superiore, appartenenti alla fascia d'età 35-55 anni, che scelgono di visitare luoghi anche poco frequentati, al fine di conoscere la cultura locale, le tradizioni, la gastronomia. Si tratta di esperienze in costante cambiamento, *link* di una rete di "mobilità fisiche e virtuali" che incessantemente riconfigurano lo spazio, l'organizzazione delle attività turistiche e non, il *brand* e l'immagine stessa del territorio. La stessa competitività turistica misurata sulla propensione dei turisti a visitare o meno un territorio non è più solo influenzata dalle preesistenze artistiche, storiche e culturali o dalla presenza di risorse o dalla qualità dei servizi offerti, ma da questa continua interazione che ridisegna costantemente lo sviluppo territoriale, influenzandone l'immagine turistica. Difatti, l'aumento dei flussi turistici influisce sull'evoluzione dei territori, ne cambia l'economia e ne determina l'uso degli spazi, influenzando anche le relazioni tra la città e il contesto culturale e ambientale in cui è inserita, facendo emergere in alcuni casi nuovi segmenti di *leisure* e/o di turismo d'affari.

In questa prospettiva, le sfide per il DTC-Lazio nella provincia di Viterbo sono numerose, soprattutto in relazione alla capacità di come governare intelligentemente il rapporto tra memoria e spazio e di conseguenza il cambiamento di ruolo che interessa il luogo e il bene culturale, sia per una loro rivitalizzazione, sia per una maggiore tutela delle pratiche tradizionali protratte per secoli da parte delle comunità locali. L'interazione col territorio e la valorizzazione tecnologica della narrazione geografica sono diventati dunque i fattori di attrazione e un efficace punto di incontro tra l'esigenza di sviluppare economicamente (Minuti, 2017, p. 9) il territorio del viterbese e la necessità di un nuovo modo di viverlo e raccontarlo nella rivoluzione industriale 4.0.

Il ricorso alle nuove tecnologie per la narrazione, oltre che la valorizzazione e la fruizione del patrimonio ambientale e culturale, può contribuire alla loro rivitalizzazione in modo sostenibile e durevole. La rete, infatti, è diventata la chiave per ridisegnare la collaborazione, la condivisione di informazioni e la partecipazione delle comunità, che possono diventare narratori e co-sviluppatori di

prodotti turistici e contenuti relazionali, attribuendo all'esperienza turistica il valore aggiunto unico e difficile da ricreare del loro sapere. Un sapere collettivo che va formato e alimentato costantemente, ma anche condiviso per essere rielaborato continuamente da una intelligenza sempre in rete.

Sempre più si ha l'esigenza di avere esperti di strategie narrative del patrimonio culturale per imprese, professionisti e amministrazioni e, allo stesso modo, vi è la necessità di stimolare una modalità di fruizione più partecipata e condivisa in grado di narrare la multidimensionalità del valore culturale e di far conoscere un mondo dei beni culturali che, seppur lentamente, sta diventando interconnesso e radicalmente diverso da quello fino a ora conosciuto. D'altronde se la formazione vuole attivare un processo di *empowerment* la vera sfida non è tecnica, quanto narrativa (Carbone, 2020a, p. 33). Una narrazione che deve saper analizzare il territorio in quanto *infoscape*, attraverso algoritmi, interfacce e sistemi innovativi, e in seconda battuta di facilitare la narrazione e la valorizzazione del territorio ai suoi attori, che hanno il compito di promuovere i tratti culturali ed estetici del patrimonio e rafforzare l'identità del luogo. Un *iter* formativo che prevede la formulazione di indicatori quantitativi e qualitativi, sulla base di geo-informazioni, azioni e servizi condivisi, del paesaggio informativo, che combina in modo plurimo l'agire e il governo delle istituzioni territoriali con i bisogni dei cittadini di godere di un'elevata qualità di vita, nonché di attività per il raggiungimento di un benessere sociale-urbano.

In questa direzione, fondamentale è la narrazione geografica e la sua abilità a coinvolgere le reti relazionali nell'accesso e nella fruibilità del suo patrimonio, rendendo accessibile il bene, connettendolo e creando l'opportunità di ricollocarlo al centro dell'interesse del cittadino, non solo del turista. È un fatto che per costruire una rete di informazione geografica bisogna perseguire nuove modalità d'interazione, in grado di sviluppare connettività e accessibilità, e di trovare nuove strategie per intercettare i conseguenti comportamenti negli abitanti. Indubbiamente, se si vuole rilanciare, turisticamente o economicamente o tecnologicamente un bene è necessario mettere al centro delle politiche il ruolo del cittadino, da considerarsi oramai uno *user produced city*, per il grado di partecipazione tecnologico e le capacità di modellare nuove geografie sui propri bisogni (Carbone, 2020b, p. 23).

3. La coscienza della rete

Per l'Università degli Studi della Tuscia far parte del DTC-Lazio è, da un lato, un prendere parte alle strategie e, dall'altro, essere parte di un organismo e di una comunità, che cerca di stimolare la coscienza al contempo del valore storico, culturale, identitario, ma anche far conoscere la potenzialità turistiche ai fini dello sviluppo economico e occupazionale del territorio, oltre a aumentare il valore economico del bene culturale.

Il DTC-Lazio è un modello multidisciplinare di confronto e di progettazione che riesce coadiuvare i processi di messa in rete delle risorse tecnico-scientifiche, imprenditoriali e istituzionali, migliorando l'efficacia complessiva degli investimenti nel settore.

È un racconto a più voci, plurale, dinamico, evolutivo e collettivo, che esprime identità e valori comunitari della ricerca. Le narrazioni, e nello specifico le narrazioni geografiche, assumono sempre più la potenzialità di sostenere un ruolo direttamente costruttivo, ponendosi come portatrici di significati sorprendenti rispetto a un comune sistema di attese. Attraverso la narrazione si comunicano esperienze, valori e idee; per questo le *geostories* (Carbone, 2020b, p.150) hanno un forte impatto a livello cognitivo ed educativo e possono essere impiegate con la finalità di conciliare gli interessi contrastanti e le diverse prospettive culturali, sociali, economiche e politiche.

Il principale obiettivo è stimolare una modalità di fruizione del patrimonio culturale più partecipata e condivisa in grado di narrare la multidimensionalità del valore del bene culturale e di far conoscere un mondo dei beni culturali che, se pur lentamente, sta diventando interconnesso e radicalmente diverso da quello fino a ora conosciuto.

In questa direzione, le progettualità dell'Università degli Studi della Tuscia nel DTC-Lazio e, in particolare del Laboratorio Aree Interne e Sistemi Informativi Geografici (LAI&GIS), hanno avuto l'intento di affrontare casi di studio, temi ed elementi direttivi di una narrazione supportata dalle nuove tecnologie e dai modelli di *gamification*, sempre più utilizzati per condurre la partecipazione degli utenti all'attivazione di meccanismi di conoscenza e consapevolezza del valore del Bene culturale.

Si tratta di sviluppare una nuova vocazione attrattiva dei territori, mettendo al centro dell'interesse i luoghi della cultura, e in generale i beni culturali, ma anche l'arte, gli spettacoli, la socializzazione e la produzione culturale. Elementi portanti di tanti progetti sono stati i GIS e l'applicazione di tecniche di *gaming* per promuovere la cultura e lo sviluppo del territorio e dei beni culturali presenti, nonché l'aggregazione e la mobilitazione di persone ed energie utili a tale scopo.

Progetti che contribuiscono alla valorizzazione del tessuto territoriale, culturale e sociale, coinvolgendo tutti quei soggetti che, a diverso titolo, attraversano, dimorano e agiscono nei territori.

L'obiettivo principale è stato «favorire l'interesse attivo degli utenti, il loro engagement per modificarne dati comportamenti» (Maestri, Sassoon, Polsinelli, 2018, p. 15). In questo contesto, sono stati sviluppati progetti di rigenerazione urbana, sociale e identità territoriale, al fine di incentivare e sviluppare una nuova vocazione attrattiva dei territori, mettendo al centro dell'interesse la socializzazione e la produzione culturale. Fondamentali per tutti i progetti seguiti del LAI&GIS sono state le applicazioni di tecniche di *gamification* basate sui videogiochi collaborativi *free-to-play* per piattaforma mobile, che uniscono le

caratteristiche di tre generi videoludici molto famosi e apprezzati: il *Tower Defense*, il *Real World Adventure* e alcune dinamiche dei videogiochi denominati *Action Rpg*.

La progettazione e la realizzazione di un gioco, fruibile mediante un'applicazione mobile, utilizzabile sia sul posto che a distanza, ha l'obiettivo di promuovere il gioco nella vita reale dei territori e la pratica del *gaming* può guidare cittadini, studenti e turisti alla scoperta dei beni culturali. È, infatti, tra le finalità delle progettazioni di *gaming* quella di spingere un gran numero di persone a visitare i territori alla scoperta degli elementi e contenuti culturali di maggior pregio, oltre che di viverne la particolare atmosfera.

La progettualità ha una triplice valenza: pubblicare in formato aperto i dati raccolti durante l'esecuzione del gioco e consentirne la sottomissione del *dataset* nel repository della Regione Lazio; allo stesso tempo consentire la realizzazione di un modello di gioco replicabile e di un'applicazione utilizzabile in contesti simili in altre realtà; infine, di raccogliere e analizzare dati e misurazioni sull'utenza e sulla fruizione, che permettono di produrre infografiche per la fase di disseminazione, che saranno utilizzabili in seguito anche dagli organi amministrativi locali per definire politiche di intervento sul territorio.

In sostanza, la sfida per una narrazione ludica non è tecnologica, ma risiede nei suoi contenuti e nella loro narrazione, perché lo scopo del gioco non è più semplicemente trasmettere la conoscenza, ma coinvolgere gli utenti/cittadini/turisti, stimolando la loro attenzione e i loro interessi. In definitiva, la *gamification* non deve essere vista come una fuga dalla realtà, ma una metodologia per migliorarla attraverso una narrazione coinvolgente, che si relaziona con la diretta conoscenza del luogo e del bene culturale.

BIBLIOGRAFIA

- Luisa Carbone, *The Digital Storytelling for the Training of Experts in Cultural Assets and Systems*, in «Proceedings of the 1st Conference DTC Lazio-Centre of Excellence, Lazio Technological District for Cultural Heritage (Rome, 30 sett. 2019)», a cura di Camilla Arcangioli, Maria Sabrina Sarto, Roma-Bristol, «L'Erma» di Bretschneider, 2020a, pp. 31-33.
- Id., *Digital Geostories dei borghi della Toscana*, in Michela Lazzeroni, Monica Morazzoni (a cura di), *Interpretare la quarta rivoluzione industriale. La geografia in dialogo con le altre discipline*, Roma, Carocci editore, 2020b, pp. 147-157.
- Alberto Maestri, Joseph Sassoon, Pietro Polsinelli, *Giochi da prendere sul serio. Gamification, Storytelling e Game Design*, Milano, FrancoAngeli, 2018.
- Marcello Minuti (a cura di), *Metodi, modelli e strumenti per la misurazione e valutazione degli effetti e degli impatti di natura economica e sociale degli eventi culturali*, Roma, Gangemi Editore, 2017.

Luca Dal Pozzolo, *Il patrimonio culturale tra memoria e futuro*, Milano, Editrice bibliografica, 2018.

IL MODELLO DEL DTC-LAZIO NELLA VALORIZZAZIONE DEL *KNOW-HOW* CULTURALE DEI TERRITORI – Il principale obiettivo dell'intervento è indagare l'efficacia del processo strategico messo in atto dal Centro di Eccellenza del Distretto Tecnologico dei Beni culturali della Regione Lazio nel potenziare, rilanciare e internazionalizzare il sistema imprenditoriale e della ricerca del Lazio, che opera nel settore delle tecnologie per i beni e le attività culturali, mettendo a sistema risorse territoriali, competenze e *know-how* dei partner. Il Centro di Eccellenza va inteso come una vera e propria infrastruttura tecnologica di ricerca e come un centro di servizi al territorio, che si pone come punto di riferimento per enti pubblici (per es. soprintendenze statali e sovrintendenza capitolina) o privati (per es. fondazioni, associazioni o collezionisti), e soprattutto per le imprese (artigianali e industriali) del settore dei Beni Culturali. Si tratta sicuramente di un modello multi-attoriale che riesce a mettere in rete le risorse tecnologiche e culturali. L'intento del contributo, dunque, è indagare l'efficacia strategica di tale modello di *governance* culturale territoriale nello sviluppo politico, socioeconomico e innovativo dei territori.

THE DTC LAZIO MODEL IN THE ENHANCEMENT OF CULTURAL KNOW-HOW OF TERRITORIES – The main objective of the intervention is to investigate the effectiveness of the strategic process implemented by the Centre of Excellence of the Technological District for Cultural Heritage of the Lazio Region in strengthening, relaunching and internationalising the entrepreneurial and research system of Lazio, which operate in the sector of technologies for cultural heritage and activities, by pooling the territorial resources, skills and know-how of the partners. The Centre of Excellence is to be understood as a real technological research infrastructure and service center for the territory, acting as a point of reference for public bodies (e.g. State Superintendencies and the Capitoline Superintendency) or private bodies (e.g. Foundations, associations or collectors), and above all for enterprises (craft and industrial) in the Cultural Heritage sector. This is certainly a multi-actor model that succeeds in networking technological and cultural resources. The aim of the contribution, therefore, is to investigate the strategic effectiveness of this territorial cultural governance model in the political, socio-economic and innovative development of territories.

Parole chiave: valorizzazione; tecnologie; *governance*; patrimonio culturale; strategie narrative.

Keywords: Enhancement; Technologies; Governance; Cultural Heritage; Narrative Strategies.