

Infrastrutture e Tecnologie Web GIS per la realizzazione di Portali Turistico – Culturali

Vincenzo CONSORTI - Luciano MATANI

Università degli Studi di Teramo, Viale Crucoli 122, 64100, Teramo, 0861-248780, vconsorti@unite.it
Università degli Studi di Teramo, Viale Crucoli 122, 64100, Teramo, 0861-266532, lmalani@unite.it

Riassunto

Lo sviluppo del turismo culturale è un settore di vitale importanza sia per le implicazioni economiche e sociali che esso riveste, ma soprattutto perché è diventato una risorsa che impiega e coinvolge tutta una serie di Enti ed Organismi che operano sul territorio.

Le caratteristiche attuali delle informazioni turistiche costituiscono all'interno di un portale web una rappresentazione tesa a definire le caratteristiche generali dell'ecosistema naturale e culturale che il turista si accinge a visitare. Quindi se da una parte assistiamo ad una situazione in cui il momento informativo è visto come azione distinta rispetto al vissuto dell'esperienza turistica, dall'altra è sentita l'esigenza che i momenti dell'offerta e della promozione di un territorio devono coincidere con le aspettative dei visitatori. Un portale turistico culturale deve quindi porsi anche come mezzo di gestione e controllo dei fenomeni complessi legati al turismo e alle sue implicazioni culturali. Nasce allora l'esigenza di un sistema di dati condiviso e la codifica di modelli efficaci per una definizione delle strategie che possa coinvolgere una vasta platea di utenti e che diventi nodo della pianificazione e promozione delle attività inerenti un territorio utilizzando gli strumenti tipici del GIS. Tale sistema fornisce i meccanismi generali di supporto sia alla definizione, all'evoluzione, all'accesso ed alla esplorazione intelligente di ontologie, sia al popolamento e all'amministrazione della base di conoscenza orientati agli applicativi definiti per la piattaforma nel suo complesso.

Abstract

The cultural tourism development endues, at the moment, an essential area for its economical and social implication, mainly because it is became a resource that employs and involves all the authorities operant on the territory. The existents tourist information's peculiarities, in a Portal Web, constitute a representation to define the general attributes of the natural and cultural ecosystem to be visit by the tourist. Therefore, if on a side (we can see a situation in which) the informative time is saw like a distinct action from the tourist lived experience, on the other side there is the need, in the technological and social actual context, to do coincident the territorial promotion moments and the sightseers' expectances.

Hence, a tourist and cultural portal, trough the service's definition and trough its descriptive capacity and information return, must necessary be a management and control of all the complex phenomenon connected with the tourism and its cultural implication. So it grows up the exigency of a shared base system and of codified efficient models to define the strategy that can involve a great number of user (people). The base system has to become the nodal point of the planning and promotion activity about the territorial zone, above all through its capacity of being described and codified using the typical GIS instruments. This kind of system gives the general mechanism to sustain the definition, the evolution, the access and the intelligent ontology's exploration, and the population and the base management applicative oriented, defined for the platform.

1. Introduzione

L'aumento dei consumi culturali riflette alcuni significativi cambiamenti nella società e questi aspetti incidono in maniera diretta sull'orientamento culturale delle scelte che orientano le esperienze legate al turismo e all'impiego del tempo libero. Da alcuni anni a questa parte le indagini mettono in luce una crescita continua dei consumi culturali nel mondo che sembrano risvegliarsi soprattutto in occasione di viaggi e vacanze.

I movimenti verso città d'arte e luoghi culturali è stimolato anche da alcune tendenze generali del mercato turistico (Savelli, A. 1998):

- la minore propensione verso la vacanza prolungata, e il frazionamento del tempo disponibile in diversi viaggi di breve durata;
- l'aumento delle iniziative ed eventi culturali di grande richiamo, pubblicizzati attraverso i media.

Lo sviluppo e la pianificazione dei fenomeni legati al turismo è quindi un fattore strategico di sviluppo sia per gli operatori pubblici/privati nazionali che locali, ed il momento conoscitivo relativo al patrimonio territoriale presenta per la sua attuazione difficoltà di vario genere connesse alla diversità delle scale di rilevamento degli elementi (Filippi F. 2004).

In quest'ottica Gis ed Internet rappresentano uno strumento per il potenziamento dei mezzi di conoscenza sull'entità e la distribuzione delle risorse culturali e naturali.

Infatti per una efficace politica di definizione dei servizi per il Turismo e dei prodotti catalografici ad esso collegati la natura e il territorio non esprimono solo vincoli ma offrono anche varie possibilità di utilizzazione delle risorse fisiche e culturali. In tale contesto una struttura dei dati ed un'architettura di sistema su una piattaforma GIS possono rappresentare il rapporto dinamico tra gli uomini e la natura, con le sue risorse e le sue leggi che hanno moltiplicato i quadri antropofisici, passando attraverso l'elaborazione di fasi di lavoro continuamente aggiornabili come:

- creazione di basi cartografiche;
- inserimento del dato georeferenziato;
- elaborazione critica ed analitica dell'informazione storica, incrociabile anche con i dati geografici, secondo una logica di layers sovrapponibili ed interagibili.

In questo caso un portale sul turismo si costituisce come un front back region, in grado di soddisfare le aspettative del turista e dove esiste la consapevolezza che ciascun bene appartiene ad un tessuto territoriale e che tale rapporto è un problema non solo di contesto e di relazioni ma anche di gestione, diffusione e aggiornamento dei dati.

2. I Sistemi territoriali omogenei e la promozione turistica

La realizzazione di un sistema territoriale per la promozione turistico culturale implica la restituzione in forma di informazione organizzata ed interrelata della conoscenza dettagliata degli oggetti che costituiscono il modello per superare ogni rischio di frammentarietà.

Se consideriamo il fatto che il turismo non costituisce necessariamente l'unica forma possibile di valorizzazione economica del patrimonio culturale e ambientale, diviene fondamentale per lo sviluppo di diversi settori un approccio per l'analisi del territorio finalizzata all'individuazione di aree funzionali culturali e ambientali che presentino caratteristiche di omogeneità e che siano in grado di migliorare la valorizzazione territoriale anche mediante lo sviluppo e la pianificazione dei fenomeni turistico culturali.

Se il momento conoscitivo relativo al patrimonio culturale e naturale presenta difficoltà di vario genere connesse alla diversità delle scale di rilevamento, alla individuazione del bene, ecc. la loro importanza relativa e le potenzialità che esprimono in termini di conservazione e di valorizzazione, dipendono anche dai rapporti instaurati a livello d'area vasta (Savelli, A. 1998), (Alibrandi, 2001).

Ogni contesto territoriale si colloca quindi all'interno di un sistema di relazioni articolato e complesso in quanto vi si riflettono valori ed esigenze interne ed esterne, difficilmente tra loro separabili.

Si tratta del primo tentativo di proporre a livello programmatico una lettura integrata del territorio, vale a dire storica e fisiografica, che individui aree e beni culturali ed ambientali che non rivestono automaticamente la qualifica di risorse economiche e turistiche, per il territorio nel quale sono collocati ma acquisiscono il loro valore tramite processi sociali e organizzativi.

Il passaggio da beni a risorse è dunque condizionato da diversi tipi di fattori:

- determinazione della specifica identità culturale, ambientale o sociale sulla quale debba fondarsi la valorizzazione turistica;
- un sistema locale di supporto che garantisca la pianificazione, l'attuazione e la gestione delle politiche di valorizzazione turistica;
- un sistema territoriale strutturato in maniera funzionale alla valorizzazione turistica del patrimonio culturale e ambientale.

3. L'organizzazione delle informazione territoriale per il turismo

La promozione del turismo deve avvenire attraverso un accesso più agevole all'informazione sulle risorse culturali ed ambientali locali al fine di potenziare la comunicazione e il marketing dell'offerta turistica, esaltandone le componenti più qualitative, che tendono ad influenzare sempre di più la domanda (Biggiero, 2002).

Il sistema di informazioni attualmente disponibile sul patrimonio culturale e sul territorio di riferimento si mostra inadeguati per i seguenti motivi: indeterminazione circa la consistenza e le caratteristiche del patrimonio culturale; dispersione e scarsa accessibilità delle informazioni; eccessiva variabilità del livello di disaggregazione delle informazioni esistenti fondate dalle aggregazioni dei riferimenti amministrativi.

Nel quadro del moderno turismo organizzato, che si concentra per lo più sul vacationer attratto secondo una dinamica di richiami concepiti non come fatto reale ma tramite modalità comunicative interessanti per l'attrazione del pubblico, il potere di attrazione turistica è pertanto definito come risultato dell'interazione fra (Cicerchia A. 2002):

- le qualità intrinseche culturali, ambientali e sociali degli attrattori;
- l'azione dell'organizzazione delle sinergie delle aree funzionali e degli attrattori strategici di un territorio.

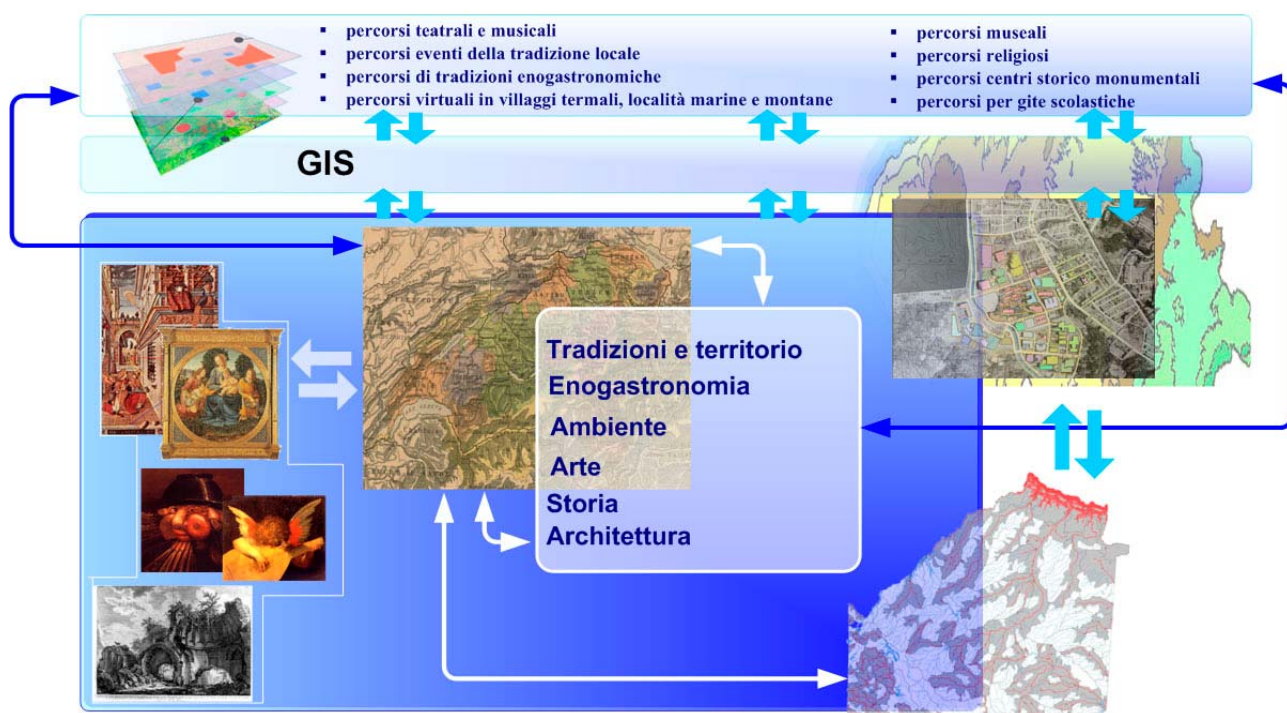


Figura 1 – Modello di integrazione tramite GIS tra beni territoriali e risorse turistiche

Le modalità con cui tali criteri possono tradursi in attività e iniziative, direttamente legate alle differenti destinazioni di zona costituisce il sistema dei requisiti di qualità articolato nei seguenti regimi, comunque trasversali in cui un portale dovrà mettere le risorse a disposizione di diversi profili utente:

- cittadino - turista
- studente - professionista del settore educativo-formativo
- esperto - ricercatore
- operatore del turismo

e che permetteranno altresì di elaborare una o più opzioni quadro che potranno costituire il principale parametro di riferimento degli indirizzi futuri di politica territoriale quali:

- Ordinamento degli attrattori per rilevanza e per attrattività turistica.
- Ricettività e offerta di servizi turistici.
- Ordinamento delle aree per offerta turistico-culturale
- Lettura sovrapposta dei dati sugli attrattori sulle aree ordinate
- Individuazione di benchmark
- Definizione di obiettivi
- Aree culturali funzionali e distretti culturali

ed offrire così uno strumento indispensabile ai diversi operatori per la definizione di itinerari con suggerimenti su:

- Luoghi di interesse
- Eventi
- Strutture
- Cultura locale

La funzione di punto privilegiato di accesso al Web per gli utenti e che fornisce loro risorse informative con cui localizzare e raggiungere i contenuti e i servizi online evidenzia esclusivamente gli aspetti funzionali dell'applicazione.

Più in generale lo strumento portale ordina, indirizza, seleziona, organizza e facilita l'accesso alle numerose risorse sempre più ridondante di dati e di informazioni che risultano quindi scarsamente reperibili e delle quali risulta difficile valutare fornendo una sorta di osservatorio delle iniziative culturali. Questi dovrebbero essere i caratteri di qualità che possano permettere di creare percorsi virtuali per aree e per tema quali per esempio :

- | | |
|---|--|
| ▪ percorsi museali | ▪ percorsi religiosi |
| ▪ percorsi centri storico monumentali | ▪ percorsi per gite scolastiche |
| ▪ percorsi teatrali e musicali | ▪ percorsi eventi della tradizione locale |
| ▪ percorsi di tradizioni enogastronomiche | ▪ percorsi virtuali in villaggi termali, località marine e montane |

4. L'infrastruttura degli indicatori per la definizione dei servizi per il turismo

Risulta quindi determinante individuare una serie di indicatori eventi destinati a mantenere l'interesse verso determinate mete o attrazioni. Lo schema architettuale è quindi concepito su una serie di indicatori di attrattività turistica ed elaborazioni con strumenti GIS per fornire un insieme di informazioni organizzate per documentare lo stato della conoscenza sugli insediamenti storici, ma anche per effettuare analisi per la pianificazione territoriale. Uno strumento quindi concepito come sistema di supporto alle decisioni condiviso fra le amministrazioni pubbliche e in futuro diretta-

mente aggiornabile dagli enti che producono le informazioni, allestendo un sistema informativo funzionale al supporto di politiche pubbliche di valorizzazione turistica del patrimonio culturale. Dovrà in generale essere prestata attenzione, soprattutto nei comprensori caratterizzati da potenzialità nel settore turistico, a temi quali (Grossi R. 2002, 2004):

- individuazione di aree analitiche, caratterizzate dalla dotazione di patrimonio culturale;
- analisi delle aree individuate sotto il profilo della dotazione di beni culturali;
- analisi delle aree individuate sotto il profilo dell'infrastrutturazione di supporto;
- individuazione e analisi dei sistemi con le migliori e le peggiori prestazioni e individuazione di sistemi che possano costituire punti di riferimento comparativi;
- costruzione di un sistema di aree territoriali funzionali ad obiettivi di politiche di valorizzazione del patrimonio culturale.

5. Il modello architetturale applicativo e i gli indicatori di qualità

Premessa fondamentale per un corretto funzionamento dei modelli è la corretta raccolta, informatizzazione ed integrazione dei dati, sia quelli strettamente connessi allo studio che quelli determinanti le condizioni al contorno. Da questi dati è possibile realizzare automaticamente una copertura geografica di punti nella quale ciascun punto ha come attributo il valore di concentrazione. Dunque lo studio condotto con lo strumento GIS non può essere lo studio del territorio inteso nel complesso dei suoi elementi, ma lo studio degli elementi misurabili del paesaggio. Il formato elettronico della pubblicazione si presta particolarmente alla presentazione di strumenti GIS quali mappe dinamiche e/o interattive, nonché a più semplici operazioni di zoom-in/zoom-out. La distribuzione dei beni individuati opera secondo una scala basata sulla quantità di elementi attrattivi per il turista presenti attorno ad esso. L'infrastruttura di comunicazione deve fornire un linguaggio di specifica "neutrale" e un sistema di "traduzione" che consenta ad un linguaggio specifico di interagire con le funzionalità espresse e deve essere presente un sistema di pubblicazione che consenta l'identificazione univoca a livello applicativo dei servizi.

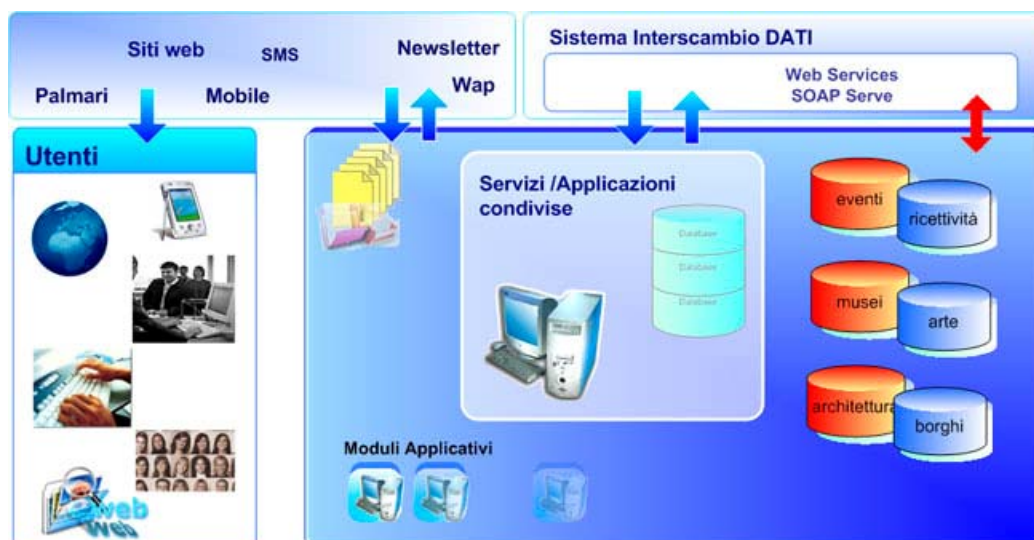


Figura 2 – Modello per il sistema multicanale

L'ubicazione su basi cartografiche delle informazioni per il segmento GIS Web oriented (Consorti 2003) recepisce al meglio il profondo mutamento avvenuto negli ultimi anni nel settore dell'Information Technology, dovuto alla contemporanea diffusione delle reti di comunicazione (Internet/Intranet) e si integra con la realizzazione di infrastrutture elaborative centralizzate per l'erogazione di servizi in rete ai cittadini, Enti ed aziende in modalità distribuita per la caratterizzazione dei sistemi multicanale dei servizi on line. Essi sono i servizi non mediati da

sportello a cui è possibile accedere in modalità remota tramite: web, tv digitale, call center, telefoni cellulari, e dove il contesto costituisce l'elemento determinante della multicanalità, che consente di rendere interattivo il rapporto con i luoghi al fine di creare la continuità tra il momento della definizione della ricerca e il supporto al viaggio inteso come servizio personalizzato verso il luogo: ponendo i bisogni direttamente in relazione al luogo ed al momento con cui si presentano e alle modalità con cui possono essere soddisfatti (Marinelli 2006).

In una architettura integrata le tecnologie GIS svolgono un ruolo fondamentale proponendo soluzioni, flessibili e modulari, che siano in grado di garantire

- la multicanalità integrata rispetto al medesimo patrimonio informativo,
- la completa interattività dei processi fruitivi.

In questo modo è possibile localizzare su una mappa e mettere in evidenza gli attrattori principali di un determinato territorio definiti in un quadro propositivo delle diverse opzioni praticabili dalla pianificazione (Cicerchia A. 2002) quali ad esempio:

- componenti fisiche, storiche e percettiva delle componenti territoriali
- varietà ambientale e relazionale tra ambiti diversi
- patrimonio naturale e culturale
- elaborazioni analiticodiagnostiche nella scala unificata più opportuna delle evidenze territoriali evidenziate dalle carte tematiche.

Sulla base degli ambiti di pianificazione strategica, verranno dettati gli indirizzi potenziali di intervento correlati alle caratteristiche ambientali ed agli usi funzionali e produttivi.

6. Conclusioni

Nel fornire un quadro degli obiettivi che possano distinguere le componenti atte alla valorizzazione del territorio al fine della promozione turistica e nella definizione dei servizi dedicati ad esso, si opera attraverso un percorso tecnologico e culturale che realizza una più stretta correlazione tra l'economia dell'uomo ed il carattere ambientale delle scelte economico-territoriali e urbanistico-localizzative.

Questo approccio si fonda sull'analisi ed il risalto di tre componenti fondamentali:

- Il territorio come substrato fisico e socioeconomico all'interno del quale trovano la loro collocazione i beni culturali e ambientali.
- L'individuazione di attrattori come luoghi ed eventi che possano caratterizzare il valore del territorio sotto il profilo della capacità attrattiva turistica.
- L'identità spaziale e percettiva e i caratteri unificanti del contesto disponibile e fornire risposte alla domanda di qualità.

Bibliografia

- Alibrandi T. (2001), Ferri P., *I Beni Culturali e Ambientali*, Giuffrè Editore, Milano.
Biggiero L., Sammarra A. (2002), *Apprendimento, identità e marketing del territorio*, Carocci, Roma.
Cicerchia A. (2002) *Il bellissimo vecchio. Argomenti per una geografia del patrimonio culturale*, Franco Angeli Editori, Milano.
Consorti V. (2003), "Architetture Hardware, Software e di Rete per servizi ed applicazioni Gis oriented", MondoGis N.34 – MondoGis editore
Filippi F. (2004), *Manuale per la qualità dei siti Web pubblici culturali*, edizione italiana Ministero dei Beni e delle Attività Culturali, Progetto Minerva.
Grossi R.(2004), *Politiche, strategie e strumenti per la cultura. Secondo Rapporto annuale Federculture 2004*, Allemandi & C., Torino.
Grossi R., Meneguzzo M.(2002), *La valorizzazione del patrimonio culturale per lo sviluppo locale*, Federculture-Touring club italiano, Roma.
Marinelli A. (2006), *La qualità dei servizi on line della PA*, Roma Ministero per i Beni e le Attività Culturali.
Savelli, A. (1998) *Sociologia del turismo*, Franco Angeli Editori, Milano