Con questo volume degli "Annali di Storia dell'Urbanistica e del Paesaggio" dedicato a "Urbanistica per la Villeggiatura e per il Turismo nel Novecento" si è voluto affrontare un aspetto particolare di un tema più generale – quello della "Città balneare", dei "Lungomari", dell' "Architettura e dei Paesaggi della Villeggiatura in Italia tra Otto e Novecento" … - che gode ormai di una buona Letteratura, ma che forse meritava qualche approfondimento in più riguardo al rapporto tra Urbanistica/Villeggiatura e Turismo. L'intento è stato quello di impostare, e di analizzare attraverso una serie di casi di studio, quesiti relativi a quel rapporto: se cioè la Disciplina urbanistica al suo nascere e nel suo svilupparsi nel corso del Novecento, si sia posta problemi di ordine turistico o se, invece, quella sensibilità sia nata molto più tardi; se si sia mai pensato di elaborare modelli specifici per i Centri turistici, a seconda se quei Centri fossero balneari, montani o termali; se nei casi specifici l'aspetto urbanistico, oltre a quello architettonico, sia stato messo 'in agenda' tanto da diventare un assunto con il quale i Progettisti si sono poi concretamente confrontati. Dalla raccolta di questi saggi emerge con chiarezza come, pur nella diversità delle soluzioni e degli approcci ai vari temi – dalle singole Progettazioni urbane, ai brani di città specializzate, ai Centri turistici, alle colonie, agli isolati urbani, alle tipologie specialistiche con valenza urbanistica come i Lungomari – effettivamente l'Urbanistica, e non solo l'Architettura, abbia vissuto un rapporto di interrelazione stretta e continua con i problemi delle "Stazioni turistiche", sia dal punto di vista generale (teorizzazioni, riflessioni, etc), sia particolare.

EMMEBI EDIZIONI FIRENZE

€ 65,00

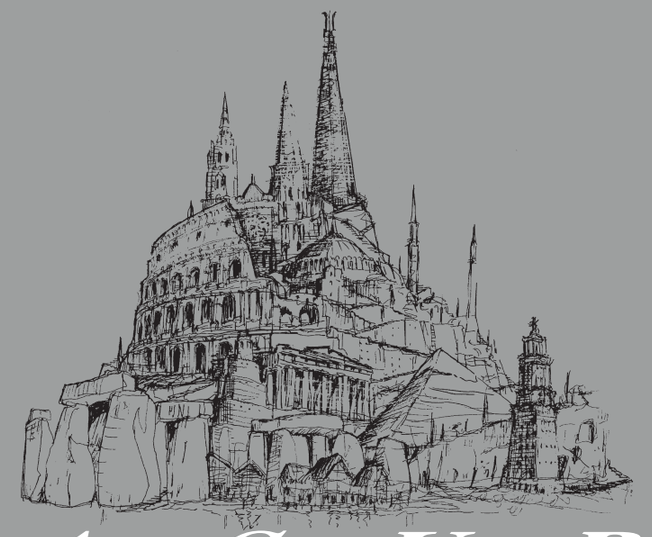
ISSN 2284-4066

9 788898 019335

URBANISTICA PER LA VILLEGGIATURA
E PER IL TURISMO NEL NOVECENTO

3 –2 015

ASUP
ANNALI DI STORIA DELL'URBANISTICA
E DEL PAESAGGIO



# A S U P

ANNALI DI STORIA DELL'URBANISTICA
E DEL PAESAGGIO

progetto scientifico e cura di Ferruccio Canali

# URBANISTICA PER LA VILLEGGIATURA E PER IL TURISMO NEL NOVECENTO

# URBAN PLANNING FOR HOLIDAY TIME AND FOR TOURISM IN THE XXth CENTURY

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI FIRENZE
DIDA
DIPARTIMENTO DI ARCHITETTURA

3 – 2015

Gli “Annali di Storia dell’Urbanistica e del Paesaggio” - Serie scientifica nata presso il Dipartimento di Architettura dell’Università degli Studi di Firenze, fondata e coordinata da Ferruccio Canali – si propongono di analizzare, in ogni numero annuale, una diversa tematica specifica che, nel corso della Storia degli insediamenti urbani, del territorio e del paesaggio, sia venuta a caratterizzare profondamente la vita delle svariate Comunità, specie nel rapporto di esse con lo spazio progettato dalla Disciplina urbanistica (su richiesta della Politica, della Scienza urbana …) e a seconda dei molteplici effetti mostratisi nel tempo. La Serie, nei volumi già usciti e accomunati da questo medesimo intento, ha affrontato temi rintracciabili in epoche e in contesti diversi; e ciò perché gli Studiosi accreditati che partecipano alle iniziative scientifiche della Serie e che ne compongono i Comitati Scientifici (sia quello Italiano, che quello Internazionale) fanno riferimento a Istituzioni soprattutto di ambito universitario, a livello europeo e mondiale. Gli studi che vengono editi sono rivolti prevalentemente ad un pubblico di Ricercatori e a biblioteche specializzate nella raccolta di contributi connessi alle trasformazioni urbane, territoriali e paesaggistiche - oltre che architettoniche, ingegneristiche, agrarie, infrastrutturali, conservative … - ma, certamente, anche Intendenti, Amministratori e Funzionari, oltre che Cultori di Storia regionale, potranno trovarvi risposte a molti interrogativi che riguardano aspetti generali e fattori locali nella storia delle città e degli ambienti antropizzati.

The "Annali di Storia dell’Urbanistica e del Paesaggio/ Annals of History of Urban and Landscape Planning" - scientific Series at the Department of Architecture of the University of Florence, founded and coordinated by Ferruccio Canali - want to analyze, in each annual volume, a different specific issue that, in the course of history of urban settlements, land and landscape, has come to characterize the life of the various human Communities, particularly in the relationship of them with the space designed by the urban planning discipline (at the request of the policy, of the urban Science ...) and for the multiple effects in time. The series, in the volumes already out and united by the same purpose, has traced themes addressed at various times and in different contexts; and this because accredited Scholars participating in the scientific initiatives of the series and part of the Scientific Committees (both the Italian, that the International) refer to institutions especially at University level, at European and global level. The studies that are published are aimed primarily to Scholars and specialized libraries in the collection of contributions related to urban, territorial and landscape - as well as architectural, engineering, agricultural, infrastructural, conservative ... - transformation but, certainly, even Directors and Officials, as well as Students of regional history, will be able to find answers to many questions concerning general aspects and local factors in the history of cities and human spaces.

# A S U P

**ANNALI DI STORIA DELL’URBANISTICA E DEL PAESAGGIO**

**ANNALS OF HISTORY OF URBAN AND LANDSCAPE PLANNING**

**VOLUMI DELLA COLLANA USCITI**

1. *Modelli di città, di «borghi di fondazione italiani» in Italia, nel Mediterraneo e in Oltremare*, a cura di F.Canali, 1, 2013 (ma 2015)
ISBN: 978-88-89999-85-1

2. *Urban and Land Markers/ Fulcri urbani e Fulcri territoriali tra Architettura e Paesaggio*, a cura di F.Canali, 2, 2014 (ma 2015)
ISBN: 978-88-89999-52-3

3. *Urbanistica per la Villeggiatura e per il Turismo nel Novecento*, a cura di F. Canali, 3, 2015 (ma 2016)
ISBN: 978-88-98019-33-5

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI FIRENZE | DIDA DIPARTIMENTO DI ARCHITETTURA

A S U P

ANNALI DI STORIA DELL'URBANISTICA E DEL PAESAGGIO

# URBANISTICA PER LA VILLEGGIATURA E PER IL TURISMO NEL NOVECENTO

# URBAN PLANNING FOR HOLIDAY TIME AND FOR TOURISM IN THE XXth CENTURY

**progetto scientifico e cura di Ferruccio Canali**

**ANNO 2015 (ma 2016)** **NUMERO 3**

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI FIRENZE | DIDA DIPARTIMENTO DI ARCHITETTURA

«ASUP-Annali di Storia dell'Urbanistica e del Paesaggio »
Collana editoriale fondata e diretta da Ferruccio Canali
Volume finanziato con i Fondi di Ateneo dell'Università degli Studi di Firenze ex 60% (assegnazioni annuali a "Ferruccio Canali") e con il contributo dei singoli Autori.

Comitato scientifico italiano
Ferruccio Canali (Università di Firenze), Giovanna D'Amia (Politecnico di Milano), Annalisa Dameri (Politecnico di Torino), Giovanna de Lorenzi (Università di Firenze), Virgilio Carmine Galati (Università di Firenze), Giulio Giovannoni (Università di Firenze), Simone Misiani (Università di Teramo), Valentina Orioli (Università di Bologna), Enrica Petrucci (Università di Camerino), Massimiliano Savorra (Università del Molise), Simona Talenti (Università di Salerno), Ulisse Tramonti (Università di Firenze), Stefano Zagnoni (Università di Udine)

Comitato scientifico internazionale
Valter Balducci (École Supérieure d'Architecture de Normandie, Rouen – Francia), Vittoria Capresi (Università Tecnica, Baladilab, Vienna – Austria), Romeo Carabelli (Università di Tours – Francia), Teresa Sofia Faria Cunha Ferreira (Facoltà di Architettura di Porto - Portogallo), Marco Gargiulo (Università di Bergen – Norvegia), Roberto Goycoolea Prado (Università Alcalà di Madrid - Spagna), Adriano Marinazzo (Muscarelle Museum of Art – VA, USA), Sara Nuñez (Università di Salamanca-Spagna), Olimpia Niglio (Università di Kyoto-Giappone), Silvia Ross (University College di Cork - Irlanda), David Rifkind (International University of Miami- FL, USA), Karin Templin (School of Architecture and Landscape, Kingston University, Londra-Gran Bretagna), Armand Vokshi (Politecnico di Tirana, Albania)

Proprietà letteraria e artistica: divieto di riproduzione e di traduzioni. La Direzione della Collana Editoriale, i Membri dei Comitati Scientifici e l'Editore non si assumono responsabilità per le opinioni espresse dagli Autori, né per la corresponsione di eventuali Diritti di Riproduzione gravanti sulle singole immagini pubblicate (i costi di tali eventuali Diritti d'Autore ricadranno infatti unicamente sull'Autore/i del saggio/i liberando sia l'Università di Firenze, sia la Direzione della Collana, sia l'Editore di ogni eventuale obbligo al proposito); tale liberatoria resta comunque valida unicamente per l'edizione del contributo scientifico cui tali immagini sono connesse. È la Redazione che si prende cura della correzione delle bozze, per cui i testi consegnati dagli Autori vengono considerati definitivi: l'eventuale revisione delle bozze dovrà limitarsi alla sola revisione di eventuali errori di composizione (correzioni ulteriori sul testo composto non verranno eseguite). L'invio di contributi per la pubblicazione non implica né l'edizione degli stessi (per ogni contributo una "Valutazione di accettazione" verrà espresso dalla Direzione o dal Curatore/i che possono consigliare o ritenere indispensabili integrazioni o puntualizzazioni sia scientifiche sia bibliografiche sia redazionali da parte degli Autori, tanto da poter eventualmente esprimere anche parere negativo alla pubblicazione del materiale inviato); né una loro edizione immediata (i tempi verranno infatti stabiliti di volta in volta sulla base delle priorità o delle esigenze editoriali indicate dalla Direzione o dal Curatore/i, in relazione alla preparazione di numeri monografici). I materiali grafici e fotografici inviati, oltre che i testi, verranno comunque soggetti, sia come dimensione di pubblicazione sia come numero, al progetto editoriale approntato. Non si restituiscono i dattiloscritti, né le immagini, né i disegni pubblicati o non; il materiale inviato viaggia a rischio del mittente. La pubblicazione di foto, disegni e scritti da parte degli Autori implica la loro totale rinuncia alla corresponsione di ogni compenso di Diritto d'Autore o di rimborso spese sia da parte dell'Università, sia da parte della Direzione, sia da parte dell'Editore, trattandosi di pubblicazione scientifica e senza fini di lucro. Al momento dell'edizione le presenti condizioni si considerano accettate, anche tacitamente, da parte degli Autori a partire dalla consegna dei testi per la stampa (che da parte degli Autori è quella di inoltro alla Direzione o al Curatore/i). Trattandosi di pubblicazione che si vale almeno parzialmente dei fondi dell'Università di Firenze, «ASUP» sottostà allo "Statuto" di Ateneo, approvato il 25 luglio 2011, che ha fatto propri i principi del movimento scientifico "Open Access" per «l'accesso pieno e aperto della letteratura scientifica promuovendo la diffusione libera in rete, nei circuiti della Comunità scientifica internazionale, dei risultati delle ricerche prodotte in Ateneo» (art.8: Ricerca scientifica, comma 2): tutte le pubblicazioni che utilizzano i fondi di Ateneo, in quanto fondi pubblici, devono dunque essere accessibili gratuitamente secondo le regole di Open Access».

Referee – Peer review
I contributi scientifici inviati vengono valutati, per conto dei Comitati Scientifici e del Curatore, ai fini della procedura di peer review, da un Lettore interno, membro della Redazione, e da un secondo Lettore, individuato come Esperto (adottando la procedura di "clear peer review", con indicazione, in ogni saggio, dell'identità dei due Lettori). Una ulteriore lettura viene poi svolta da un Lettore anonimo per la procedura di "blind peer review".

«ASUP-Annali di Storia dell'Urbanistica e del Paesaggio»
n. 3 – 2015 (ma 2016)
*Urbanistica per la Villeggiatura e per il Turismo nel Novecento*
Progetto scientifico e cura di Ferruccio Canali

ideazione e cura scientifica: Ferruccio Canali
progetto e cura grafica: SBAF – Firenze (Ferruccio Canali e Virgilio Carmine Galati)
revisione editoriale: Maria Natalina Brigliadori
disegno di copertina: Virgilio Carmine Galati
copertina: Ferruccio Canali e Virgilio Carmine Galati

ISSN 2284-4066
ISBN 978-88-98019-33-5
Finito di stampare in Dicembre 2016

Copyright 2016 by Emmebi Edizioni Firenze
Proprietà letteraria riservata

**EDITORIALE E INTRODUZIONE**
**5** *Ferruccio Canali*

**SAGGI**
**URBANISTICA PER LA VILLEGGIATURA E PER IL TURISMO NEL NOVECENTO**
**URBAN PLANNING FOR HOLIDAY TIME AND FOR TOURISM IN THE XXth CENTURY**

**9** PARTE PRIMA
**CONTESTI – CONTEXTS**

**10** *Ferruccio Canali*
**DALLE PAGINE DELLA RIVISTA «URBANISTICA»: GUSTAVO GIOVANNONI E I 'SUOI' PER L'URBANISTICA DELLA VILLEGGIATURA E DEL TURISMO**

**52** *Simona Talenti*
**TRA DUE LITORALI: OSPIZI MARINI E CITTÀ TRA TERAPIA E VILLEGGIATURA DA VIAREGGIO ALLA RIVIERA ROMAGNOLA**

**63** *Ferruccio Canali*
**"URBANISTICA TURISTICA" NELLA POLONIA DEL "SOCIALISMO REALE": WLADISLAW CZARNECKI E L'"URBANISTICA TURISTICA" DALLE PAGINE DEL "PLANOWANIE MIAST I OSIEDLI" (VOL.VI: "REGION MIASTA", 1964-1966)**

**75** *Massimiliano Savorra*
**IDEOLOGIE, EMOZIONI E SPETTACOLO. IL "TEMPO LIBERO" ALLA TRIENNALE DI MILANO DEL 1964**

**86** *Ferruccio Canali*
**LO 'SPAZIO COMUNICATO': SEGNALETICA E VALORIZZAZIONE TURISTICA DI PAESAGGI, CITTÀ E MONUMENTI NELL' ITALIA DEL NOVECENTO**

**121** PARTE SECONDA
**LITORALI MEDITERRANEI – MEDITERRANEAN COASTS**

**122** *Ferruccio Canali*
**TRENT'ANNI DI LUNGOMARI E PINETE DI TOSCANA, DAL FASCISMO ALLA PRIMA ETÀ REPUBBLICANA. VIAREGGIO, LIDO DI CAMAIORE, FORTE DEI MARMI, MARINA DI PISA E TIRRENIA (1932-1965)**

**202** *Fabiana Susini*
**TIRRENIA IMMAGINATA, TIRRENIA COSTRUITA**

**212** *Enrica Maggiani*
**PORTO VENERE (LA SPEZIA) TRA IMMAGINE URBANA, VOCAZIONE TURISTICA E TUTELA DEL PAESAGGIO. LA VICENDA DELLA LOCANDA SAN PIETRO**

**224** *Ferruccio Canali*
**«SANREMO CON POCO ONORE RISCHIA DI SOSTENERE IL CONFRONTO CON LE RIVALI FRANCESI»:GIUSEPPE POGGI E LE QUESTIONI CITTADINE IN VISTA DEL PIANO REGOLATORE DI MARCELLO PIACENTINI (1931-1933)**

**246** *Giuseppe Damone*
**PAESAGGI, NATURA E COLONIE DI VILLEGGIATURA NELLA BASILICATA FASCISTA**

**252** *Francesco Di Lorenzo, Carla Pancaldi, Enrica Petrucci*
**SAN BENEDETTO DEL TRONTO: DA "PICCOLO CENTRO... A DELIZIOSA SPIAGGIA"**

**270** *Ferruccio Canali*
**IL LUNGOMARE E LE PALME DI SAN BENEDETTO DEL TRONTO**

**286** *Diana Barillari*

**URBANISTICA TRA UTOPIA E REALTÀ NELLA "CITTÀ A SPIRALE": LIGNANO PINETA (UDINE) DA MARCELLO D'OLIVO A LUIGI PICCINATO**

**304** *Virgilio C. Galati*

**TURISMO E VILLAGGI TURISTICI NELLA PUGLIA BALNEARE DEL SECONDO DOPOGUERRA (1956-1993)**

**342** *Ferruccio Canali*

**IL "*LITORALE JUGOSLAVO. GUIDA E ATLANTE*" (1966): LA COSTRUZIONE DEI GRANDI COMPLESSI ALBERGHIERI**

**361** PARTE TERZA
**VILLEGGATURA/VILLEGGIATURE TRA TURISMO E BENESSERE**
**HOLIDAY/HOLIDAYS BETWEEN TOURISM AND WELLNESS**

**362** *Annalisa Dameri, Federica Stella, Maura Verra*

**"VIVO IN MEZZO ALL'ACQUA A TUTTE LE TEMPERATURE": CURE TERMALI E STABILIMENTI IN PIEMONTE**

**373** *Ulisse Tramonti*

**LA STORIA TERMALE DI CASTROCARO PRESSO FORLÌ. DALLA "GUERRA DEI POZZI" AL "COMPENDIO DEMANIALE" (1830-1941)**

**387** *Ines Tolic*

**LA RIVISTA «SICILIA» E L'INVENZIONE DI UN'IMMAGINE MODERNA DELLA REGIONE FRA GLI ANNI CINQUANTA E SESSANTA DEL NOVECENTO**

**400** *Danila Jacazzi e Lamia Hadda*

**IL TURISMO ARCHEOLOGICO A POMPEI: VISITATORI ILLUSTRI TRA OTTOCENTO E NOVECENTO**

**411** *Annarita Teodosio*

**LA COSTRUZIONE DI UNA CITTÀ TURISTICA: IL 'CASO SALERNO'**

**421** *Ilaria Agostini*

**AGRITURISMO. PAESAGGI AGRARI E ARCHITETTURA RURALE: INDIRIZZI PER LA RESTITUZIONE CONTEMPORANEA IN TOSCANA**

**430** *Olimpia Niglio*

**DA VIAGGIO CULTURALE A MOVIMENTO TURISTICO: IL CASO DI CARTAGENA DE INDIAS IN COLOMBIA TRA VILLEGGIATURA ELITARIA E MONUMENTI PATRIMONIO DELL'UMANITÀ**

**RECENSIONI E SEGNALAZIONI**

**442** *Costantino Ceccanti*

**Odeporica e Paesaggi demo-etno-antropologici – e geografici – lontani. Il contributo di Lamberto Loria e la nascita dei Musei Etnologici italiani. *Lamberto Loria (1855-1913)*, «Lares», anno LXXX, 1, gennaio-aprile, 2014 (Firenze, Leo S. Olschki editore)**

**445** *Olimpia Niglio*

**Italiani oltreoceano. *Italia-Argentina. Andata e Ritorno. Due secoli di migrazioni intellettuali, relazioni architettoniche e trasformazioni urbane*, Atti del Convegno Internazionale (Milano, 12 e 13 maggio 2015), a cura di Giovanna D'Amia, Santarcangelo di Romagna (RN), Maggioli Editore, 2015**

**445** *Ferruccio Canali, Virgilio Galati, Bina Anna Godino*

**Il complesso turistico "Laghi di Sibari" di Gino Valle a Cassano Jonico (Cosenza): un 'pezzo di Triveneto' in Calabria dalla fama alla difficile infrastrutturazione**

# LO 'SPAZIO COMUNICATO': SEGNALETICA E VALORIZZAZIONE TURISTICA DI PAESAGGI, CITTÀ E MONUMENTI NELL' ITALIA DEL NOVECENTO

## Lineamenti per una "Storia della segnaletica turistica in Italia nel Novecento".

**(La Belle Époque di réclame e affiches urbani, la Segnalazione per la villeggiatura, il "Restauro grafico" di quartieri storici, il contributo ministeriale di Corrado Ricci e Giacomo Boni, la Didascalizzazione per il Turismo, il Rendering e le nuove tecnologie della 'Rivoluzione informatica' dai Totem ai QRcode …)**

*Ferruccio Canali*

ABSTRACT *Una "Storia della cartellonistica turistica in Italia nel Novecento" resta ancora tutta da scrivere, nonostante il fenomeno della 'informazioni turistica' abbia attraversato 'stagioni diverse' ben storicizzabili, legate ai bisogni di Società in trasformazione e anche fisicamente in relazioni con i diversi sistemi comunicativi (dalle affiches alle contemporanee app per i telefonini). Dalla segnalazione odeporica, alla indicazione turistica alla didascalizzazione conoscitiva, il Novecento ha visto il deciso passaggio dalla Villeggiatura al Turismo di massima, con una trasformazione delle Città e dei Paesaggi non sono dal punto di vista quantitativo, ma anche da quello qualitativo (per es. la cartellonistica urbana) specie nella serie delle informazioni conoscitive connesse alla fruizione turistica.*

*An "History of the tourist signage in Italy in the Twentieth century" is still now to be written, although the phenomenon of 'touristic information ' has just passed 'several seasons' connected to the historical process and related to the needs of the Society in transformation and to the communication systems ( from affiches to contemporary app for mobile phones). From informations for the "Voyage pictoresque" to the tourist signs, to the long captions for monuments and Heritage, the Twentieth century saw the transition from the Vacationing to the mass Tourism, transforming Cities and Landscapes not only from the quantitative, but also from a qualitative and informative point of view (for example the urban signage) expecially for the tourist use (tourist signage)*

Una "Storia della cartellonistica turistica in Italia nel Novecento" – secolo nel quale il fenomeno turistico si è espanso e si è modernizzato richiedendo, dunque, una serie di 'strumenti' comunicativi ed utilitaristici prima impensabili – resta ancora tutta da scrivere, nonostante il fenomeno della 'informazioni turistica' abbia attraversato 'stagioni diverse' ben storicizzabili; e soprattutto una tale trasformazione abbia lasciato nelle nostre città e sui nostri monumenti tracce evidenti della sua presenza, ponendo oggi problemi alla Tutela (conservare anche quei 'primi segnali' informativi), ma anche creando una complessa dialettica tra 'segnale tangibile' e 'nuovi segnali informatici' connessi alle nuove tecnologie (QRcode e/o applicazioni su smartfone). Nel giro di poco più di un secolo si è passati dalla 'necessità embrionale' di segnalare i monumenti ad uso dei visitatori aumentati sempre più di numero (il Turismo di massa[1]) con mezzi più o meno di fortuna o inventati a seconda della necessità; a sistemi che hanno reso l'informazione quasi unicamente, se non solo, virtuale, con una risposta alla 'democratizzazione della conoscenza artistico-monumentale' che sfruttando le tecnologie del momento (dalla tabella in pietra tipo

PEER REVIEW: OLIMPIA NIGLIO E VIRGILIO C. GALATI; LETTORE ANONIMO PER BLIND PEER REVIEW.

Questo saggio trova un proprio complemento, specie nella parte "*Dalla Storia alla 'Storia militante'. Raccomandazioni per la segnaletica turistica*" nel mio F. CANALI, *Dalla Segnalazione alla Didascalizazione. Prime note per una "Storia della segnaletica turistica in Italia nel Novecento*". *Raccomandazioni per una nuova attenzione*, in *L'informazione comunicazione urbana per un Turismo culturale qualificato nelle città storiche. Esperienze di cartellonistica urbana*, Giornate di Studio (Firenze, 3-4 marzo 2016), Atti a cura di T.Colletta e O.Niglio, Milano, Franco Angeli, 2016, pp.128-146.

1 Il "Turismo di massa" è fenomeno che dalla lettura storiografica viene indicato come «nato nel periodo tra le due Guerre Mondiali, venne affermandosi e consolidandosi nei cosiddetti "*Trente glorieuse*" (i "Trenta anni gloriosi") che vanno dagli anni Cinquanta agli anni Settanta del Novecento, il cui cuore coincise, in Italia, con il "Miracolo economico" degli anni dal 1958 al 1963»: M.BOYER, *Histoire du tourisme de masse*, Parigi, Puf, 1999. Negli anni Novanta tutto quel sistema – che aveva fatto nascere ampi strati di imprenditoria, aveva innescato una dinamica economica, urbanistica [con i fenomeni di cementificazione selvaggia detti "Rapallizzazione" o "Riminizzazione"], occupazionale e migratoria molto rilevante – è entrato sensibilmente in crisi, facendo sì che nuove linee di tendenza rispondessero a fattori diversi, ad una nuova "Società dell'incertezza" o "liquida" (Z. BAUMANN, *La società dell'incertezza,* traduz it., Bologna, Il Mulino, 1999) dovuta alla cultura post-moderna, postindustriale, all'insegna della complessità e della globalizzazione, con riferimenti comportamentali più opachi e incerti.

epigrafe, a quella metallica fino appunto alle app. informatiche) ha fornito esiti del tutto diversi.
Tentare di ricostruire un processo così stratificato significa dunque, sostanzialmente, seguire – pur per tappe generali – i progressi e le trasformazioni di una Società che, dalla Villeggiatura d'élite che non necessitava di alcuna didascalizzazione tangibile perché sfruttava canali di conoscenza personale o le prime "Guide turistiche" (dai "Baedeker" alle "Guide rosse, a quelle locali), è passata al Turismo di massa, prima più o meno sfornito di qualsiasi supporto letterario poi comunque bisognoso di riferimenti *in loco* (segnali, tabelle, cartelli etc.) in 'appoggio' alle "Guide", fino a giungere, nella più recente contemporaneità, a tablet e telefonini dotati di navigatore (tali da rendere inutili i cartelli direzionali stradali turistici) e di app. informative (schede storico-artistiche).
Ad ogni periodo ha fatto da parallelo l'uso specifico di un genere di comunicazione e quindi di segnalazione/didascalizzazione:
- nei primi del secolo, il Turismo d'é*lite* non richiedeva didascalizzazioni specifiche (c'erano le "Guide" e le conoscenze personali), ma semmai solo i segnali turistici generali, attraverso i quali giungere nei luoghi (da qui dunque i primi interventi della segnaletica turistica verticale in associazione a quella stradale). Fino ai vari "Codici della strada" che sono venuti a normare tutta la segnaletica (e anche quella turistica: monumentale e paesaggistica);
- nei primi decenni del secolo, fino agli anni Sessanta, la sensibilizzazione al Turismo avviene attraverso una promozione diffusa che, nelle grandi città soprattutto, vede la *réclame* (il Manifesto turistico) e l'*affiche* diffondere la conoscenza delle principali stazioni di soggiorno e delle Città d'Arte;
- con l'avvento del Turismo di massa, dopo la Seconda Guerra Mondiale fino agli anni Ottanta, l'indicazione dei Monumenti diventa una necessità che, oltre alla segnaletica turistica 'da "Codice della Strada", impone spesso anche la segnalazione del singolo edificio o complesso, tramite scritte sintetiche su pannelli colorati (in genere gialli o marroni derivati da quelli del "Codice della Strada" stesso), da porre spesso in associazione con la "Guida turistica" cartacea. Così, numerosi Enti e Associazione, in accordo con i Comuni, procedono alla indicazione di molti monumenti cittadini e paesaggistici, in vere e proprie 'campagne' di segnalazione dei monumenti notevoli;
- gli anni Ottanta vedono lo sviluppo di un Turismo che, in linea con i tempi, mostra decisi caratteri 'di eccesso', di ricerca del divertimento, con la nascita di nuove mete che vanno dalla Rimini postmoderna di Pier Vittorio Tondelli agli eccessi della «Milano da bere», che poi si trasferiva a Riccione. È il clima dell'"Edonismo reaganiano" [2] che domina anche la vacanza, rendendone i luoghi, luccichii di lustrini e architetture tipo "Baia Imperiale"[3].
-negli anni Novanta, con il Turismo *low cost* e «vagabondo»/'fluido' – spesso interessato a 'viaggi tematici' - nasce la necessità di indirizzare i flussi turistici: si hanno così vere e proprie didascalizzazioni dei monumenti e dei luoghi (non più semplici indicazioni topografiche o, al massimo, datazioni e autorialità), ma pannelli con vere e proprie 'didascalie lunghe', che spiegano, aiutano a comprendere e a leggere, spesso sostituendosi alle "Guide cartacee". Ai cartelli, sempre più complessi e ricchi, cominciano ad affiancarsi i primi 'totem' spesso interattivi;
- dalla fine degli anni Novanta e poi negli anni Duemila la didascalizzazione diventa sempre più complessa: si tratta ormai di veri e propri 'sistemi' che sfruttano sempre più le tecnologie informatiche. Si hanno dotazioni complesse di totem 'multi-informazione' che si sostituiscono ai cartelli (che vengono sempre più eliminati dalle città); si hanno sistemi integrati di totem/cartelli tematici; si hanno prima totem a video interrogabili *touch-screen*, e totem/cartelli con QRcode e infine, ora, app, da scaricare sui telefonini, sostituendosi così completamente all'integrazione "Guida cartacea"/pannello.

Si è trattato di processi estremamente accelerati che rendono spesso difficile comprendere anche solo il passaggio 'storico' tra Villeggiatura e Turismo di

2 R. D'Agostino e L. Castagna, *Look Parade*, Milano, Sperling e Kupfer, 1985; R. D'Agostino, *Edonismo reaganiano*, in "*Quelli della Notte*", a cura di R.Arbore e U.Porcelli, aprile-giugno 1985 (trasmissione televisiva Rai 2). Riassume Roberto D'Agostino (D'Agostino, *Gli anni dell'Edonismo reaganiano,* «La Stampa», 6 febbraio 2011): «[gli anni Ottanta furono l'età in cui si era passati, rispetto agli anni Settanta] dal sinistrismo al narcisismo, dal Noi all'Io, dalla sommossa delle Bierre alla mossa delle Pierre, da "Lotta Continua" al successo di breve durata, dai furgoni cellulari al telefonino cellulare, dal significato al significante, dalle fratte ai frattali, dal ciclostile al fax, dalla rivolta a Travolta … Il Post-moderno nell'Architettura, la Transavanguardia nella Pittura, il "pensiero debole" nella Filosofia, il miraggio del look nelle tribù giovanili, il computer come memoria istantanea, il video come operazione di smontaggio e rimontaggio della realtà» per la «Mtv generation».

3 Il locale, sorto sulle colline tra Cattolica (Rimini) e Gabicce (Pesaro) in una eccezionale posizione panoramica, dopo una celeberrima stagione anni Settanta legata alla Discomusic e poi finita con la chiusura, riaprì nel 1985 con una veste architettonica esemplata su un'antica villa romana dell'età augustea, tanto da diventare un emblema degli stessi anni Ottanta: alcuni film italiani come "*Abbronzatissimi*" o "*S.P.Q.R.*" e alcune trasmissioni televisive ebbero come sfondo l'imponente scalinata d'ingresso con l'alto colonnato e le statue di "*Nettuno*", mentre anche molti locali, realizzati in Italia alla fine del decennio, si ispirarono alla "*Baia Imperiale"* e al suo stile Neoromano, divenuto paradigmatico di una vacanza e di un divertimento sfarzosi.

massa[4], con tutto ciò che quel passaggio ha implicato nella produzione anche dei 'servizi turistici' di supporto (guide[5], cartografia, indicazione, didascalizzazione che deriva strettamente dalle guide cartacee e dalla cartografia stessa); ancora maggiore, al momento, è la difficoltà di cogliere il passaggio tra il 'Turismo di massa' e il 'Turismo di massa tecnologizzato', tipico di una «Società liquida»[6].

L'accelerazione che nel corso del Novecento il fenomeno turistico ha registrato – con la netta trasfor-

4 A. Savelli, *Sociologia del Turismo*, Milano, Franco Angeli, 2005. L'Autore riassume in quattro fasi essenziali, lo sviluppo delle vacanze, dalle origini pre-industriali agli anni del Primo Conflitto Mondiale. 1. Una prima fase, di fine Ottocento, è quella che ha come soggetti gli aristocratici e l'alta borghesia; i soggiorni sono di lunga durata, hanno caratteristiche stagionali e si ricercano principalmente le condizioni climatiche ottimali. La successione delle stagioni turistiche fa sì che alcuni gruppi aristocratici rimangano turisti tutto l'anno, determinando anche il successo di località turistiche per antonomasia. 2. La seconda fase, tra la fine dell'Ottocento e i primi anni del XX secolo, si caratterizza per il coinvolgimento di classi sociali emergenti, quali i funzionari, gli impiegati ed i professionisti, che affacciandosi sul mercato turistico, ne determinano una espansione, creando le condizioni per una diversificazione del tipo di offerta. Ai grandi alberghi (si pensi alla Costa Azzurra o alla Riviera Ligure), si aggiungono strutture per la villeggiatura a buon mercato. 3. Il terzo periodo è quello a cavallo della Prima Guerra Mondiale. L'inflazione colpisce duramente quelle classi sociali che si erano basate principalmente sulle rendite, mentre sul mercato turistico emergono gli strati medio-alti degli occupati a rendita fissa. Il turismo si fa sulle spiagge, ai laghi, in montagna. 4. Dagli anni Venti, si entra nella quarta fase, protagonisti gli Stati, che sanciscano, con interventi legislativi ed amministrativi, il diritto ai congedi retribuiti, incentivano il settore pubblico dei trasporti, le infrastrutture, la rete del ricettivo, le attività professionali nel campo turistico. Si sviluppano così tipi di turismo nuovi e con caratteristiche quantitative in continua crescita, per cui la diffusione della civiltà industriale ed urbana fa assumere al fenomeno turistico una dimensione "sociale ". Per gli anni successivi si possono indicare: 1. La fase seguente alla Seconda Guerra Mondiale è quella dei "*Trente glorieuse*" (i "Trenta anni gloriosi") che vanno dagli anni Cinquanta agli anni Settanta e che hanno rappresentato il *boom* quantitativo del fenomeno. 2. C'è poi la fase 'anni Ottanta' dell'"Edonismo reaganiano". Già in clima di incipiente Postmodern, nella seconda metà degli anni Settanta, il Sociologo americano MacCannel notava come ormai i 'nuovi turisti' si rivolgessero verso mete alternative mettendo in discussione quelle storicamente consolidate: si andavano affermando nuove motivazioni ed interessi verso parchi ed eventi tematici, aree naturalistiche, turismo urbano che interessavano questi nuovi "Pellegrini della Modernità" in quanto rappresentazione dell'eccezionale, dello straordinario, di ciò che si poneva fuori dalla quotidianità. Anche alle località 'turistiche' tradizionali, o a quelle che aspiravano a diventarlo, veniva richiesto di adeguarsi alle nuove istanze dei visitatori inventandosi scenari sfavillanti o reinventandosi. Cfr. D. MacCannel, *Il turista: una nuova teoria della classe agiata*, a cura di L. Guiotto, Torino, Utet, 2005, 1° ediz. inglese 1976). Un clima tale avrebbe prodotto la mentalità del 'Turismo anni Ottanta' dell'Edonismo reaganiano poi diffusosi anche in Europa (con il caso eclatante in Europa della 'reinvenzione' della Riviera romagnola). 3. L'ultima fase novecentesca, anni Novanta, si caratterizza invece per la presenza di un 'Turismo zingaresco', pur a vari livelli, che, riprendendo suggestioni della "Generazione beat" (ispirandosi al romanzo "*On the Road*" di Jack Kerouac del 1957, nel quale il viaggio veniva inteso come sorta di fuga dal nulla e dalla quotidianità. …«"Dobbiamo andare e non fermarci finché non siamo arrivati". "Dove andiamo?". "Non lo so, ma dobbiamo andare"») e in connessione con suggestioni anni Settanta, corrisponde ad una generale "Società dell'incertezza". Anche A. Santarossa, *Il progetto delle invasioni. Indagini sulla natura militare del Turismo di massa*, Roma, Aracne, 2012; A. Savelli, *Sociologia del Turismo balneare*, Milano, Franco Angeli, 2010; A. Berrino, *Storia del Turismo in Italia*, Bologna, il Mulino, 2009; P. Battilani, *Vacanze di pochi, vacanze di tutti. L'evoluzione del Turismo europeo*, Bologna, Il Mulino, 2001.

5 Ad ogni 'fase turistica' corrisponde l'elaborazione di 'prodotti specifici' che si esemplano sui bisogni della Società. Per l'aristocrazia inglese dedita al Grand Tour veniva stampata nel 1836 in Inghilterra la famosa serie delle "Murray's Handbooks" o, più comunemente, "Murray's Red Guides", comprendenti, appunto, i paesi mèta del Gran Tour (si fornivano al lettore informazioni, non solo culturali, ma pratiche dei luoghi proposti con orari, prezzi, valore delle monete. La copertina rossa ed il formato tascabile ispirato alle edizioni più comuni della Bibbia in uso in Inghilterra ne decretò un ampio successo). Per una borghesia ricca e istruita uscirono in Germania a partire dal 1842, le "Guide di Karl Baedeker" (nel 1869 veniva edito, in lingua Inglese, il primo "Baedeker" dedicato all'Italia, "Guide to Central Italy and Rome"). Si trattava di prodotti diversi rispetto al modello inglese poiché mettevano al centro dell'attenzione sia gli aggiornamenti continui e precisi (con gli stessi fruitori chiamati a collaborare), sia per l'ottima dotazione cartografica, che andava dalle carte delle regioni attraversate, alle mappe delle città con l'indicazione di itinerari e monumenti. Nel 1914 usciva la prima "Guida rossa" del Touring Club Italiano dedicata al "Piemonte", dando avvio ad una fortunatissima serie che ha poi visto analizzate tutte le Regioni e le principali città d'Arte italiane. Indirizzate ad un turista medio, di classe sociale meno elitaria rispetto agli analoghi prodotti inglese e tedesco, con forte desiderio di far conoscere e imparare, le "Guide rosse" costituiscono ancora oggi la 'base' per le segnalazioni (e dunque per la didascalizzazione) di luoghi turistici e monumenti di pregio in Italia, mantenendo per la loro capillarità e analiticità una conoscenza delle emergenze monumentali del territorio nazionale pressoché unica. Ovviamente, fin dall'inizio, il taglio si mostrava eminentemente artistico e dunque ne derivava una valutazione 'di qualità' che ha fortemente inciso, fin dal secondo decennio del Novecento, sulla didascalizzazione dei monumenti italiani. Da ultimo, la 'fase finale' del processo turistico, quella del cosiddetto "Turismo 'liquido'" (o "zingaresco") ha visto la capillare diffusione di nuove Guide cartacee diverse dai 'modelli storici': come la collana "Lonely Planet" nata negli anni Settanta, ormai da tempo considerata "la bibbia del viaggiatore indipendente", aggiornata in tempo reale, esaustiva e 'partecipativa' con contribuiti forniti dai viaggiatori stessi; le "Rough Guides", nate all'inizio degli anni '80 e che sono una via di mezzo tra le guide a valenza culturale già esistenti e le guide limitate agli aspetti pratici del viaggio (ma destinate ad un pubblico con un certo background culturale e dai gusti raffinati); le guide "Footprint", particolarmente adatte al viaggiatore indipendente; le guide "Thomas Cook", dedicate, in particolare, alle destinazioni servite dai voli a basso costo; le guide "Time Out" con informazioni fornite direttamente dai residenti (il focus principale è sulle città, contemplando gli aspetti più insoliti e curiosi). Cfr. R.Sharpley, *Tourism, Tourists and Society*, Huntingdon, 2008, 4° ediz. Tutto questo mostra lo 'scollamento' ormai consumatosi in Età post-moderna (dagli anni Ottanta in poi) tra Guidistica e Segnaletica, dopo che si è rotto cioè quel 'circolo virtuoso' che in Italia vedeva il Touring Club e anche il Club Alpino promuovere le Guide storico-artistiche migliori e contemporaneamente curare anche parte della segnaletica turistica.

mazione sia del pubblico dei fruitori (dalle èlites alle grandi masse), sia dell'estensione topografica (da pochi luoghi rinomati ad una diffusione globale dei centri turistici), sia dell'offerta tipologica (dai monumenti d'arte del Grand Tour al turismo balneare, montano e termale, fino ai più aggiornati percorsi tematici, che comprendono ogni aspetto d'interesse, dall'Enogastronomia al 'Turismo informato' dei circuiti più disparati[7]) – permette di tracciarne una storia ancora molto limitata, che in genere si incentra, ancora per la gran parte del secolo, sugli aspetti storico-monumentali e paesaggistici (climatici); questi ultimi preponderanti a livello urbano nel caso delle località balneari e di quelle connesse alla salute (montane e termali).

Così la anche l'indicazione turistica – fattasi poi nei decenni vera e propria didascalizzazione turistica - ha per lungo tempo interessato soprattutto gli aspetti storico-monumentali e/o paesaggistici, delineando una 'tematicità specifica' che solo da ultimo si è andata arricchendo ad esempio con le didascalizzazioni letterarie (si pensi, ad esempio, al recente caso di Ravenna con il "Percorso dei Poeti").

Si possono allora cercare di enucleare una serie di crinali storiografici per cercare di descrivere un fenomeno tanto complesso; crinali che hanno caratterizzato la situazione novecentesca e che solo dai primi anni Duemila hanno visto una sonora trasformazione (in alcuni casi) o, comunque, un deciso arricchimento degli strumenti comunicativi.

### *1. Le varie stagioni delle "Sirene di carta" per la* réclame *pubblicitaria dei luoghi di soggiorno turistici: la prima cartellonistica urbana e l'*affiche *d'Arte (1900-1970)*

Lo sviluppo del Turismo novecentesco – prima con numeri ridotti, poi alla fine del XX secolo con quantità prima inimmaginabili – ha trovato un proprio, primo, fondamento informativo nella *réclame* cartellonistica (il cartellone o manifesto turistico): un fenomeno che ha visto, cioè, le città costellarsi di insegne pubblicitarie e nel contempo anche di cartelloni promozionali a fine turistico.

Quel fenomeno, che ha avuto la propria nascita e il proprio sviluppo a partire da Londra e da Parigi, si è dapprima affacciato timidamente in Italia negli anni Ottanta dell'Ottocento per poi vedere una decisa impennata ai primi del XX secolo, imponendo alla Cultura artistica, e anche a quella conservativa, una serie di riflessioni fino ad allora inedite.

Non si era in presenza, infatti, solo dei più diversi tipi di pubblicità, che in maniera più o meno invasiva, venivano a costellare le cortine urbane; ma si vedevano anche manifesti di località di villeggiatura che invitavano i cittadini borghesi a passarvi le proprie vacanze. E non si trattava propriamente di 'indicazioni specifiche urbane' (nel senso della segnalazione/didascalizzazione) né per le città pubblicizzate, né per i centri ospitanti le *réclame* – che, anzi, le Soprintendenze per i Monumenti, nate nel 1907, dovevano difendere i monumenti stessi dall'invasività della cartellonistica pubblicitaria di basso pregio – ma il passo sarebbe stato breve.

Il 'tema' era, piuttosto, quello dell'*affiches* – cioè della pubblicità artistica – e riguardava le località d'Arte o turistiche (balneari, montane e termali) esattamente come tutti gli altri aspetti della produzione pubblicitaria. A lungo la 'Cultura ufficiale' aveva posto decise 'resistenze' al genere che aveva trovato invece un forte sviluppo a Parigi (si pensi solo al cosiddetto "Stile Alphonse Mucha")[8]. Da secoli e ancora alla metà dell'Ottocento il manifesto rappresentava il mezzo più persuasivo in grado di raggiungere il maggior numero di utenti: le prime rappresentazioni 'moderne' erano ancora molto vicine all'iconografia popolare ed alle illustrazioni dei libri (le immagini, ricche di dettagli, dovevano essere guardate da vicino ed era sempre il testo a dominare la pagina. Era solo l'aggiunta di un motivo a permettere di catturare meglio lo sguardo dei passanti, che si fermavano per osservare la rappresentazione venendo così a conoscenza anche del contenuto del manifesto. Si forniva, insomma, pri-

6 «La città si è posta negli ultimi decenni quale nodo privilegiato nella rete delle nuove relazioni turistiche: i comportamenti turistici hanno subito una complessiva trasformazione e i caratteri del turismo più strettamente connessi alla cultura "di massa" (compensativo, imitativo, esecutivo, celebrativo) hanno conosciuto una generale attenuazione. Dalla crisi delle aree di vacanza tradizionali - specializzate per un turismo monotematico e non più attuale - è uscita valorizzata la città con la polivalenza delle sue risorse, con la ricchezza del suo patrimonio storico, con l'articolazione delle sue infrastrutture e l'ampiezza delle sue reti informative» in *Città, Turismo e Comunicazione globale*, Atti del Convegno ("Locale e Globale nel Turismo: le forme di aggregazione le reti di comunicazione", Ravenna, 2001), a cura di A. Savelli, Milano, 2004.

7 Il nuovo Turismo, nato dopo gli anni Ottanta, è stato definito dai Sociologi «zingaresco», fondato «sull'andare a zonzo a caso, per abbandonarsi e vagabondare», portando alla costruzione di itinerari 'alternativi' che poco richiedono alla segnaletica e addirittura quasi nulla alla didascalizzazione, puntando comunque ad un'informazione molto diversificata e comunque generalista (cfr. S. Zoli, *Il nuovo Grand Tour: dai bronzi di Riace al Museo del chiodo*, «Corriere della Sera», 17 agosto 2001, p.29; J. Urry, *Lo sguardo del Turista,* Roma, Seam, 1995, pp.183-189), tanto da far 'intravedere' addirittura una 'guerra' tra Patrimonio monumentale e nuovo consumismo turistico (M.Nava, *I castelli della Loira dichiarano guerra a Disneyland,* «Corriere della Sera», 24 luglio, 2001, p. 36).

8 *L'età del Manifesto. Sguardi sulla pubblicità francese del XIX secolo*, a cura S. De Iulio, Milano, Franco Angeli, 1996, p.118: «persino le compagnie ferroviarie non disdegnano di allettare i turisti con enormi riproduzioni dei bei paesaggi che il treno rende accessibili e degli hotel nei quali i passeggeri possono recarsi» scriveva il critico Gustave Kahn nel suo "*L'Estétique de la Rue*" del 1901 laddove il manifesto, segno di Modernità e Progresso, veniva colto come portatore di una ventata di colore e di arte sui tristi muri bianchi e neri della Parigi haussmanniana e delle sue periferie.

orità al 'medium' visivo). Ma fu con l'introduzione di illustrazioni nei manifesti che si ottenne un primo, maggiore impatto pubblicitario.
Una tale evoluzione venne ulteriormente accelerata dall'introduzione della Litografia a colori (scoperta dal 1798): con la litografia si poteva puntare ad una inedita rappresentazione di motivi semplici e colorati stampati su una carta di grande formato, che poteva essere affissa per ogni dove. Il manifesto moderno si affermava, così, verso il 1880 a Parigi, allorché alcuni Artisti, che avevano a lungo guardato con diffidenza la nuova tecnica litografica e soprattutto le sue possibilità commerciali[9], decisero invece di sfruttare il più possibile lo sviluppo artistico fornite da questo nuovo mezzo e il suo impatto visivo sul grande pubblico. Inizialmente molti Artisti non firmavano neppure i manifesti da loro disegnati, ma poi Autori come Toulouse-Lautrec e Jules Chéret operarono per una decisa dignità artistica al nuovo genere litografico/cartellonistico, distaccando sempre più il manifesto dalla pagina di scrittura informativa e tipografica per ispirarsi, in breve, alle nuove istanze artistiche sia dell'Art Nouveau con i suoi motivi floreali e le sue linee ondulate, sia alle stampe giapponesi, allora molto di moda.
La produzione dei nuovi manifesti divenne una vera e propria 'tecnica di rappresentazione' adatta al nuovo 'medium' litografico: era caratterizzata da un appiattimento delle rappresentazioni a scapito della resa della profondità, da colori vivi e variegati e da forme semplici dai contorni anneriti (da lì sarebbe poi nato il genere del bozzetto e del fumetto). I manifesti, che dovevano essere guardati solo da lontano, catturavano però l'attenzione dei passanti senza obbligarli a fermarsi per leggere indicazioni o didascalie, scritte peraltro molto in grande tanto da figurare anch'esse come delle immagini tipografiche.
In breve – e per rispondere alle esigenze di una Committenza molto di settore (albergatori, amministrazioni, compagnie di trasporto) – sempre in Francia era nato anche il "Cartellone o manifesto turistico", all'interno del quale, cioè, il messaggio pubblicitario, che si realizzava in una sorta di '*réclame*' su muri di città anche lontane, aveva come scopo quello della 'didascalizzazione in differita' di un intero centro urbano (d'Arte o di Villeggiatura). Una diffusione informativa, questa, poi estesasi per tutto il Novecento in tutta Europa pur con 'fortune' diverse, e con differenti "Stagioni d'oro".
Dopo il 1910 anche in Italia ormai l'impiego degli *affiches* (cioè dei cartelloni pubblicitari insieme alle insegne), non era più 'arginabile' e tanto valeva, dunque, cominciare a valorizzarne gli aspetti artistici. Per il manifesto turistico nasceva la cosiddetta 'Stagione delle "Sirene di carta"'[10], con l'alternarsi, sulla base delle mode e dei gusti più diffusi, di vari momenti e produzioni fino alla più stretta contemporaneità, attraverso l'intervento di esimi Cartellonisti da Leonetto Cappiello a Marcello Dudovich, da Arnaldo Musati a Elio Ximenes, da Aurelio Craffonara a Marcello Nizzoli, da Vincenzo Alicandri a Umberto Noni, da Plinio Codognato a Giuseppe Riccobaldi, da Giovanni Guerrini a Giorgio Viola, da Pio Solero a Fortunato Depero, da Gino Boccasile a Guido Mazzali, da Erberto Carboni a Dino Villani, fino alle produzioni della seconda metà del secolo, quali quelle di Armando Testa, di Milton Glaser ("Rimini") e di Jean Michel Folon ("Venezia, porta d'Oriente"), per citarne solo alcune, interessando la gran parte delle località turistiche italiane.
Un processo lungo, che all'inizio del XX secolo, aveva visto con la loro consueta apertura ai prodotti artistici della Modernità, Ugo Ojetti e Corrado Ricci, che ormai da decenni sondavano con grande acutezza i diversi 'percorsi' delle Arti (minori), mostrarsi particolarmente interessati al nuovo genere artistico a cercare di promuovere, così, anche in Italia la produzione di '*affiches* d'Arte':

«Leonetto Cappiello è ormai a Parigi il 're dell'*Affiches*, che solo con la Casa Vorcasson ha per gli *affiches* un contratto di 70.000 franchi l'anno. È un Italiano di cuore sincero … è da 11 anni "Cavaliere della Corona d'Italia" … Perché non lo fai "Cavaliere Ufficiale"?»[11],

chiedeva Ojetti al suo amicissimo Ricci, ben addentro alle dinamiche ministeriali. Sarebbe stato un'ot-

9 La nuova 'Tecnica del Manifesto' in gran parte associata alla pubblicità veniva in genere ritenuta totalmente sottomessa alle esigenze dei committenti, non lasciando praticamente alcun margine all'Autorialità dell'Artista stesso, specie per la sua riproducibilità. Gli stessi problemi li scontava anche la "Fotografia artistica", con l'aggiunta del fatto che nella Fotografia si riusciva a leggere ancora meno la 'mano dell'Artista' ed essa era peraltro ancora molto costosa per essere impiegata nei Cartelloni. Si veda anche: D.Villani, *Storia del manifesto* pubblicitario, Milano, Omnia, 1964; G.Fanelli e E. Godoli, *Dizionario degli Illustratori simbolisti e Art nouveau,* Firenze, Cantini, 1990.
10 La definizione era dell'illustratore di cartelloni Dino Villani (D.Villani, *La Sirena di Carta,* «Le vie d'Italia», 11, novembre, 1965, pp.1343-1351. Ormai è piuttosto ricca anche in Italia la letteratura riferita alla cartellonistica turistica, sia di ambito regionale che nazionale, passando da *L'Arte del Manifesto turistico*, Catalogo della I° Mostra internazionale di *affiches* con soggetti artistici (Prato, 1968), a cura di M.Bellandi, F.Gurrieri e C.Paoletti, Prato, Studio Bibliografico Martini, 1968. Si vedano ora ad esempio: L. Ottaviani, *Travel Italia. L'età d'oro del manifesto turistico italiano (1920-1950). I manifesti commissionati dall'ENIT e dalle FS*, Milano, L'ippocampo, 2008. E prima, pur più generale: L. Menegazzi, *L'epoca d'oro del manifesto: 200 manifesti italiani dal 1882 al 1925*, Milano, Electa, 1977. Ancora: G.Pacciarotti, *Grand Hotel: luoghi e miti della Villeggiatura in Italia (1890-1940)*, Busto Arsizio (Mi), Nomos ed., 2006.
11 La prima segnalazione della missiva di Ugo Ojetti a Ricci del 14 febbraio 1914 e conservata presso la Biblioteca Classense di Ravenna (Fondo "Corrado Ricci", Corrispondenti, Ugo Ojetti, vol. 136, n.25573) è nel mio F.Canali, *Ugo Ojetti e Corrado Ricci amicissimi (1890 ca.-1919). Politica culturale, questioni artistiche …,* «Ravenna studi e ricerche», IX, 1, 2003, p. 134.

tima entratura nazionale e un ottimo riconoscimento per la nuova 'Arte del Manifesto'.

Questo nonostante nel 1903, anche in Italia si fossero già registrate le prime resistenze all'invadenza della *réclame*[12], dopo che i manifesti d'Arte si erano diffusi a partire dal 1890 prima per la Lirica, poi per il Turismo - e anche la Tutela monumentale, attraverso le prime Leggi, veniva chiamata a fare i conti con una diffusione sempre più difficilmente arginabile delle *affiches* e dei manifesti di *réclame* (nel 1922 e poi nel 1939).

Il manifesto turistico d'Arte era ovviamente un'eccezione rispetto all'invasività della cartellonistica, ma in quel caso 'Bellezza turistica' e 'Bellezza del manifesto' (o cartellone) venivano chiamate a procedere in stretta simbiosi.

Il messaggio pubblicitario, rivolto ad un tipo di pubblico piuttosto vario della città, si indirizzava principalmente, almeno fino alla Seconda Guerra Mondiale, ad un Turismo d'élite, ammiccando nei confronti di un viaggiatore sportivo ed elegante, ardito e snob, pronto a scalare montagne di giorno e andare in società la sera. Già ai primi del Novecento andavano diffondendosi, oltre alle vacanze marine dedicate ad una balneazione salutistica, anche le vacanze invernali, maggiormente incentrate su un'idea della "Forza della Natura" che veniva puntualmente trasmessa alla cartellonistica[13] (i flussi turistici - per quanto ridotti – facevano comunque sentire il loro peso sulla bilancia commerciale e i turisti stranieri erano diventati una interessante fonte di entrata. Da qui anche i cartelloni destinati al mercato estero).

Dai primi anni Trenta poi fino agli anni Settanta, si veniva sempre più affermando un Turismo – con relativa cartellonistica - che, inizialmente limitato, faceva però sempre più appello ai 'grandi numeri' e che trovava, non a caso anche in Italia, le ferrovie tra i primi propri promotori (inizialmente, Artisti ne decoravano, specie con fiori e paesaggi, le tabelle degli orari; poi sarebbe stata la volta dei cartelloni, promossi anche dall'ENIT. L'"Ente Nazionale Italiano per il Turismo"): un *trend* che, per decenni, ha interessato pressoché tutte le località turistiche italiane[14].

Dal punto di vista artistico anche in Italia Impressionismo, Art Noveau, Simbolismo e poi Cubismo, Futurismo. Novecento e Grafica pubblicitaria hanno caratterizzato il messaggio dei poster turistici, sperimentando le più varie forme, sempre d'Avanguardia e di 'moda', specie nella commistione tra Pittura, Grafica e Design[15] (si pensi solo alle ardite vedute delle città dall'alto, che inizialmente sorprendevano il pubblico, quando gli aerei erano rarissimi, e che si connettevano all'Aereopittura futurista); nascevano in breve figure di veri e propri 'specialisti' che della 'Grafica del manifesto' e della prima 'Grafica pubblicitaria' facevano la loro specializzazione[16]. Le 'stagioni' di quella Grafica, come anche la 'destinazione sociale' del messaggio turistico, si possono leggere attraverso le rese di quei manifesti: i colori erano quasi sempre sgargianti e poco realistici (con montagne arancioni e lande gialle, mari blu notte e cieli azzurrissimi), mentre, in breve, rispetto alle produzioni trasognate e ludiche dell'Art Nouveau, anche la Politica entrava di prepotenza nella produzione cartellonistica (si pensi solo alla differenza tra manifesti 'spensierati, con colori vivaci e spesso ironici, dell'Italia umbertina e quelli invece 'seri' e ad alto valore simbolico dell'Italia fascista *déco*, novecentista e futurista, per giungere, ancora a quelli spesso ironici e spesso ancora una volta trasognati, dell'Italia del *boom* economico). Le città e i luoghi turistici, in questa 'dimensione urbana' del messaggio turistico ne uscivano con la stessa caratterizzazione che il manifesto forniva loro: da luogo ludico a luogo 'impegnato', con un preciso 'destino nazionale' (corporativistico) in una cifra che, *per imagines*, sintetizzava anche il ruolo sociale del Turismo e dei luoghi ad esso connessi (salute, forza, impegno …).

12 «La *réclame* si ficca in ogni luogo. I chiostri e camerini dei bagni, le porte delle chiese e i sipari, le sopraccarte e i fazzoletti da naso, gli angoli e gli oggetti più esposti agli sguardi ed i più nascosti sono utilizzati»: A.Arpisella, *La réclame nell'Arte tipografica*, «Il Risorgimento grafico», 5-6, 1903. Cfr. Ugo Ortona, *Del cartello murale,* «Rassegna grafica», Roma, 2, maggio, 1926, pp.14-15

13 R.Festi, *Manifesti delle Alpi italiane e piccola grafica: dal 1895 alla fine degli anni Sessanta del Novecento*, Scarmagno (To), Priuli Verlucca, 2014.

14 *Manifesti: viaggio in Italia attraverso la pubblicità (1895-1960),* Cinisello Balsamo (Mi), Silvana ed., 2010; *Le vacanze degli Italiani attraverso i manifesti storici della Raccolta Bertarelli*, Cinisello Balsamo (Mi), Silvana ed., 2004; P.Lodola, *Italia manifesta: il volto dell'Italia attraverso i manifesti*, Bergamo, Grafica & Arte, Bergamo, 2003. E nello specifico regionale: M.Serafini, *Icona Rimini. Venti anni di grafica balneare*, Rimini, Guaraldi, 2015; *Da Venezia a Cattaro. Le località costiere dell'Adriatico Orientale* …, a cura di P.Ambrosini e R.Rossini, Verona, Cierre, 2010; *Manifesti e pubblicità in Veneto (1900-1950)*, a cura di M.Mazza, Cinisello Balsamo (Mi), Silvana ed., 2009; *Turismo d'Autore. Artisti e promozione turistica in Liguria nel Novecento*, Catalogo della Mostra (Genova, 2008), a cura di M.T.Orengo e F.Sborgi, Cinisello Balsamo (Mi), Silvana ed., 2008; V.Rossi, *Trent'anni di* affiche*: la storia di San Marino attraverso i manifesti*, Argelato (Bo), Minerva ed., 2004; F. Ogliari, *La Lombardia nei manifesti d'epoca*, Genova, De Ferrari, 2003; *Le Sirene dell'Adriatico (1850-1950): riti e miti balneari nei manifesti pubblicitari*, Catalogo della Mostra (Riccione, 1995), a cura di F.Farina, Milano, Motta, 1995; E. Bartolini, *150 manifesti del Friuli Venezia Giulia: vita e costume di una regione (1895-1940),* Padova, Signum, 1982.

15 R. Barilli, *L'Arte e il Manifesto: una storia comune* in *L'Italia che cambia attraverso i manifesti della "Raccolta Salce"*, Catalogo della Mostra (Treviso, 1989), a cura di Sparti, Firenze, Artificio, pp.53-63.

16 *Il mare di Marcello Dudovich: vacanze e piaceri balneari nei segni del più grande cartellonista italiano (1900-1950),* a cura di F. Farina, Milano, Fabbri, 1991.

*2. Il 'primo' Touring Club Italiano: dalla promozione alla prima segnaletica stradale d'indicazione turistica (1895-1915)*

La vicenda del coinvolgimento del TCI-Touring Club Italiano (poi "CTI-Consociazione Turistica Italiana" durante il Fascismo, quindi di nuovo TCI) nella nascita della segnaletica italiana di ambito turistico risulta assolutamente imprescindibile e nodale nello sviluppo di una concezione moderna della comunicazione turistica[17].
Il problema di una generale segnaletica stradale veniva concretamente posto allorché, già alla fine dell'Ottocento, il Touring Club Italiano, seppur per rispondere soprattutto alle esigenze dei propri Soci-ciclisti e poi degli automobilisti sempre più numerosi, procedeva ad installare, in autonomia, una serie di segnali stradali, poi detti "cartelli"[18] di tipo veicolare (e dunque solo paraturistici) in tutta Italia[19]: nel 1906 il Touring tentava di uniformare, con cartelli di 115x70 cm, i nomi di tutte le località italiane (riportando i nomi della Provincia, del Circondario e le distanze dei rispettivi Capoluoghi, oltre a informazioni sui servizi presenti)[20] con una sorta di tacito mandato governativo, che passava attraverso le Autorità locali.
Su ciascun cartello 'omologato', figuravano il nome del luogo, la sua altitudine, le distanze chilometriche rispetto a Comuni vicini, la dotazione di una serie di servizi (meccanici, poste, etc) e anche qualche messaggio pubblicitario[21], con il quale si permetteva economicamente la realizzazione della campagna di segnalazione stradale. Non vi era alcuna indicazione di ambito monumentale, ma, almeno, si indicavano le coordinate per un'opera di sistematizzazione conoscitiva.
Già nello "*Statuto*" del Touring Club, venivano dunque citati quegli «speciali indicatori ai crocicchi», che sarebbero poi divenuti i segnali stradali veri e propri. Un'esigenza particolarmente sentita se anche nella "*Relazione*" del Consiglio del TCI del 1° ottobre 1895 si leggeva che

«Bertarelli, dietro richiesta di Gorla e di altri Consiglieri, espone le proprie idee circa i cartelli indicatori, da parecchie parti richiesti. Una somma importante dovrebbe essere appostata in bilancio per dare a questo servizio un certo sviluppo contemporaneamente in tutta Italia. La cosa è per il momento prematura. Intanto studierà bene la questione e proporrà delle conclusioni prossimamente».

L'impresa era estremamente costosa e tutta finanziata dall'impresa privata, per cui iniziò una raccolta fondi sistematica (la seduta del 18 dicembre 1895 registrava con molta soddisfazione il raggiungimento di ben 1500 lire di sottoscrizione, che permetteva l'impianto dei primi cento pali). Si avviò così una consistente opera di impianto di segnali stradali (opera della quale il "Touring si fece promotore grazie a fondi raccolti da cittadini privati, amministrazioni comunali e provinciali, delegazioni consolari dello stesso TCI, industriali, società di vario genere), all'interno della quale si ebbe nel 1897 anche la realizzazione e l'impianto di cartelli stradali turistici[22] (di località).

17 Il "Touring Club Italiano", sodalizio ovvero associazione privata nata l'8 novembre 1894 a Milano, aveva come proprio lo scopo quello di favorire lo sviluppo del Turismo in Italia: un gruppo di 57 escursionisti milanesi, appassionati di bicicletta, ebbe, cioè, la volontà di voler far conoscere l'Italia agli Italiani attraverso i paesi caratteristici, le città d'arte, i capolavori artistici, i monumenti storici. Con i suoi 16.000 soci già nel 1899, il Touring – che nasceva all'interno di una analoga 'rete' europea (nel 1878 era nato il "Bicycle Touring Club" ad Harrogate nello Yorkshire in Inghilterra; nel 1886 il "Touring Club de Hollande"; nel 1890 il "Touring Club de France" a Parigi; nel 1895 il "Touring Club de Belgique"; nel 1895 a Strasburgo la "Deutschen Touren Club" poi trasferita a Monaco nel 1900; nel 1896 il "Touring Club Suisse"; nel 1896 la "Osterreichischer Touring Club") – mirava a diffondere i valori ideali e pratici del ciclismo e poi del viaggio in genere, ponendo nel proprio primo "*Statuto*" la volontà di «pubblicare guide, carte, profili e lavori atti a facilitare lo sviluppo del turismo; stampare una rivista turistica, organo ufficiale per tutti gli atti dell'Associazione; istituire dei rappresentanti, con l'incarico di fornire ai soci tutte le informazioni e l'assistenza che loro potessero necessitare durante il passaggio o la permanenza nelle singole località; curare la miglior manutenzione delle strade; raccogliere e fornire le informazioni necessarie per tracciare itinerari per escursioni turistiche; istituire un servizio di soccorso medico; collocare cassette di riparazione e speciali indicatori ai crocicchi delle strade ed in località pericolose». Cfr. *I sessant'anni del Touring Club Italiano (1894-1954),* a cura di G.Vota, Milano, T.C.I., 1954; S.Pivato, *Il Touring Club Italiano*, Bologna, Il Mulino, 2006.

18 I segnali, nati in ghisa, ben presto erano stati sostituiti da pannelli in lamiera verniciata, più comodi e leggeri; nel 1914, però, visto che i procedimenti di verniciatura erano lunghi e i cartelli si deterioravano facilmente, si optò per un nuovo sistema a lamiera stampata. Si iniziò ad attuare un severo controllo sui tipi di colori e sui processi di verniciatura, in modo da influire notevolmente sulla durata. Cfr. M.Bionda, *Touring Club e cartelli stradali*, Milano, TCI- Centro di Documentazione, 2003, pp. 4, 19 e 23.

19 *I sessant'anni* …, cit., pp. 52-53, "*Le segnalazioni stradali*": «nel 1895 Bertarelli rilevava che il Viceconsole di Senigallia aveva di sua iniziativa fatto collocare, lungo circa 40 km della via Flaminia, targhe con le distanze chilometriche … Fu poi possibile mettere in opera, già nel 1897, i primi 100 "pali indicatori", costituiti da una tabella di ghisa (presto sostituita da lamiera) fissata alla sommità di un palo dell'altezza di 3 metri. I pali indicatori vennero poi detti "cartelli"» intorno al 1905. Il Touring Club francese aveva già avviato una analoga campagna di collocamento di cartelli (Bionda, *Touring Club …,* cit., p.4). Ringrazio Maria Chiara Minciaroni della segnalazione e per la sua disponibilità.

20 Bionda, *Touring Club …,* cit., p.14.

21 Bionda, *Touring Club …,* cit.; D.Biffignandi, *Quo Vadis? Storia della segnaletica stradale*, 2006 in *http://www.museoauto.it*, consultato nell'aprile 2016.

22 In *http://www.touringclub.it/chisiamo/la-nostra-storia,* consultato nell'aprile 2016.

Nel maggio 1903 il Touring aveva già collocato 400 cartelli (recanti il nome della località, una freccia, un dato chilometrico) per i quali dal maggio 1903 operava una "Commissione permanente", incaricata di seguire lo studio dei segnali, per quanto riguardava le dimensioni, la forma, il colore, la dicitura, e dei sostegni, in ottemperanza a quanto nel frattempo era stato deciso dalla L.I.A.T., la "Lega Internazionale delle Associazioni Turistiche" (che stabilì la riforma dei cartelli, sostituendo alle diciture fino a quel momento utilizzate, dei segnali convenzionali[23]).
Ma sui cartelli era sempre presente anche un messaggio pubblicitario (legato a chi aveva finanziato il cartello stesso) per cui la *réclame* rientrava, ancora una volta, come per i manifesti turistici, anche nel mondo della cartellonistica verticale. Dal dicembre 1903 venne così diramata alle Provincie, ai Comuni, alle principali Società turistiche, sportive, commerciali, agli alberghi più rinomati, ai giornali, una circolare in diecimila copie che spiegava gli scopi dell'iniziativa e conteneva i criteri da seguire nella collocazione dei cartelli indicatori e i dati tecnici per la loro messa in opera. Attraverso le pubblicità si realizzava, così, anche una 'segnalazione turistica', pur non programmata.
Nel 1904 una prima "Commissione congiunta Touring Club e Automobil Club Italiano" compiva un primo ordinamento della materia, suddividendo, nella "*Relazione*" finale i cartelli in "segnali di direzione" (da porsi sugli incroci, con i nomi delle località più vicine e le rispettive distanze chilometriche); "segnali di rallentamento"; "segnali di pericolo" (per rendere note le caratteristiche delle strade, come discese pericolose, improvvisi «svolti» etc)[24].

Il lavoro proseguì per tutti gli anni successivi, fino allo scoppio della Grande Guerra, pur senza riuscire ad eliminare le grandi disparità fra zona e zona d'Italia e tra strada e strada (generalmente erano meglio segnalate le strade provinciali piuttosto che le strade nazionali e comunali, con buona diffusione nelle regioni del Nord e del Centro (con le province di Pisa e di Siena all'avanguardia) e scarsa segnaletica invece al Sud.
Nel 1914 il Touring pubblicava i primi volumi della Guida d'Italia, a partire dalla "Guida Rossa" del "*Piemonte*" per cui la segnalazione monumentale sui cartelli poteva ora avvenire anche sulla base di un 'censimento' più sicuro.

### *3. 1911, Corrado Ricci, Giacomo Boni e Giuseppe Gatteschi: un precoce esempio di 'didascalizzazione archeologica per immagini' nel 'Museo* en plain air' *del Foro romano*

Nei primi del Novecento, la necessità di un radicale capovolgimento di vedute da parte di un'Opinione pubblica ancora 'refrattaria' ai problemi dell'Arte – perché solo così si sarebbe potuta realizzarsi una vera difesa delle opere artistiche – veniva affidata anche alla segnalazione dei monumenti, fonte essi stessi di conoscenza, nonostante la Società italiana fosse ancora contrassegnata da analfabetismo e da un interesse artistico-monumentale ridotto ad una ristretta élite. Dallo stimolo a quell'interesse comunque si sentiva di dover partire[25], pur nella contrapposizione tra Cultura storico-filologica elitaria 'pura' (un visione espressa soprattutto da Adolfo Venturi) e, invece, una sensibilità che faceva anche dell'Arte un aspetto nazionale fortemente identitario, di orientamento per la Società intera (trovando in ciò in Gabriele D'Annunzio uno dei propri principali

23 I cartelli più diffusi erano quelli connessi alle diverse categorie di segnalazione: quelle di direzione; quelle di rallentamento; e quelle di pericolo. Il Touring però non solo fece proprie le prescrizioni delle analoghe Associazioni internazionali riguardo l'adozione di segni internazionali, ma decise di aggiungervi sempre anche la relativa scritta esplicativa, mantenendo un'immagine del cartello spesso vicina a quella dei libri e non ancora mediata da segni convenzionali (peraltro allora poco comprensibili, vista la bassa alfabetizzazione). Nell'agosto del 1898 si tenne a Lussemburgo il II° Congresso Internazionale dei Touring Club europei: tra le 17 Associazioni presenti venne costituita la "LIAT-Lingue Internationale des Associations Touristes". Nelle successive assemblee LIAT di Londra, Parigi e Ginevra si discusse il problema della segnaletica e si affermarono due concetti fondamentali: l'adozione di simboli che sostituissero le scritte sui cartelli in modo da poter essere compresi anche dagli stranieri; la necessità di uniformare a livello europeo le segnalazioni stesse. Nel 1903 il Touring creò una "Commissione Permanente per le Segnalazioni Stradali". In particolare nel I° Congresso Internazionale della Strada, tenutosi a Parigi nel 1908, si discusse dei segnali di pericolo; tema ripreso anche al II° Congresso, svoltosi a Bruxelles nel 1910, dove si rinnovò la discussione – avviata al "Salon de l'Automobile" di Parigi del 1908 - se adottare cartelli rettangolari, come volevano Italiani e Belgi, o rotondi, come volevano i Francesi (in Bionda, *Touring Club …,* cit., pp. 6 e 17).

24 Bionda, *Touring Club …,* cit., p.12. Il numero di agosto 1905 della «Rivista mensile del Touring Club» sottolineava l'importanza dei cartelli stradali per tutti gli utenti della strada, anche per chi girava in carrozza.

25 Andrea Emiliani ha messo in luce il contrasto tra gli 'Addetti ai lavori' - che nell'Italia unita cercavano di suscitare un «movimento di appropriazione culturale e di comune gestione» dei Beni da parte della Borghesia più illuminata e delle Comunità cittadine, un fenomeno «inedito, nella sua sostanza partecipativa» - e invece la scelta di un Centralismo ritenuto dall'Autore lesivo delle realtà locali (A. Emiliani, *Leggi, Bandi e Provvedimenti per la Tutela dei Beni artistici e culturali negli Antichi Stati italiani [1571-1860],* Bologna, Alfa, 1978, pp. 5 e 12-13). I primi esempi di segnalazione puntavano, oltre che ad una tale «sostanza partecipativa», anche alla creazione di un 'senso di comunità allargata' in nome di un'Arte condivisa (ma personaggi come Camillo Boito facevano appello proprio alla Stato 'centralista' perché svolgesse una concreta opera conservativa rispetto ai restauratori locali. Dunque la dialettica centralismo/«sostanza partecipativa» locale era molto complessa). Si affermava comunque l'idea che fosse necessario creare occasioni diverse che corrispondessero ai diversi livelli di fruizione e di ricezione dei Monumenti da parte dell'Opinione Pubblica; e ciò portò a discussioni sulle riviste specialistiche, sui giornali di ampia tiratura e anche nelle aule parlamentari per comprender l'utilità dell'insegnamento e della fruizione delle Belle Arti.

promotori pubblici)[26].
Il primo luogo di interesse veniva individuato nella rete dei Musei nazionali e locali, un sistema articolato per il quale molto si dettero da fare non solo esimi Studiosi (uno tra tutti Adolfo Venturi), ma anche Museografi che cercarono di innovare i sistemi espositivi, tra i quali, oltre all'ordinamento e all'illuminazione, anche la didascalizzazione[27] e la 'comprensione grafica' del monumento archeologico 'completato su carta'[28]. Una diffusa Cultura di ricostruzione visiva si supponeva potesse servire da stimolo per una rinnovata sensibilità collettiva.
Quegli stessi concetti venivano pionieristicamente estesi *en plein air* a Roma, dove a Giuseppe Gatteschi veniva affidato il compito di rendere comprensibili, specie a chi non era Archeologo, le rovine della Roma imperiale presenti nell'area dei Fori, ormai resi 'Museo a cielo aperto' grazie all'opera di Giacomo Boni e Corrado Ricci.
Per quanto riguarda l'opera di Gatteschi, non si trattava, in verità, di una vera e propria "didascalizzazione" quale la intendiamo noi oggi (facendo corrispondere, cioè, ad ogni oggetto monumentale un'indicazione di data, di Autore o Scuola, oltre ad una serie di altre notizie scientificamente avvalorate), quanto di una trasmissione di conoscenze attraverso l'apposizione di appositi 'cartelloni' visivamente ricostruttivi messi in rapporto con le fotografie primo-novecentesche. Infatti,

«nel 1911, in occasione dei festeggiamenti per il Cinquantenario dell'Unità d'Italia, il Comune di Roma fa disporre, ben distribuiti nell'area tra i Fori e il Teatro di Marcello, i pannelli con i "Restauri", eseguiti da Gatteschi, e le relative fotografie in corrispondenza dei luoghi rappresentati»[29].

Erano dettagliate e scenografiche immagini -"*I Restauri della Roma imperiale*" - cioè restituzioni grafiche acquerellate realizzate da Gatteschi con l'aiuto di un fotografo e di alcuni pittori: Ulderico Bellioni, Oreste Betti, Augusto e Guido Trabacchi – tali da restituire un'immagine completa dei vari edifici del Foro «nel periodo del loro massimo splendore»[30], in

26 Per il contrasto, nella visione dell'*Utilitas* sociale dell'Arte, tra Venturi e la 'linea dannunziana' (poi fatta propria anche da Corrado Ricci, Ugo Ojetti …), si vedano: B.Cinelli, *Arte e Letteratura: fra Bernard Berenson e Gabriele D'Annunzio (1896-1901)* in *Il Marzocco. Carteggi e cronache tra Ottocento e Avanguardie*, Atti del Seminario di Studi (Firenze, 1983), a cura di C. Del Vivo, Firenze, Olschki ed., 1985, pp.179-180. E Gia. Agosti, *La nascita della Storia dell'Arte in Italia. Adolfo Venturi dal Museo all'Università (1880-1940)*, Venezia, Marsilio, 1996. È chiaro che soprattutto una visione di tipo 'd'annunziano' poteva puntare, nei decenni successivi, all''uscita' della Conoscenza artistica dai Musei e, dunque, ad una segnalazione turistica sistematica anche dei Monumenti esterni, nei quali le Comunità cittadine e nazionali allargate (e non solo agli alti ceti dirigenziali) potessero riconoscersi e identificarsi.

27 Corrado Ricci, appena giunto come Soprintendente a Firenze nel 1904, innovava il sistema espositivo della Galleria degli Uffizi, non solo procedendo, pur non senza polemiche, ad un nuovo riordinamento delle opere 'per Scuole', ma dotando anche i singoli dipinti di una nuova segnalazione/didascalizzazione. Tema a lui molto caro per la sua spiccata attenzione per la Valorizzazione, oltre che per la Conservazione. Si veda: M.L. Strocchi, *La Compagnia della Ninna: Corrado Ricci e Firenze (1903-1906). Personaggi, opere, istituzioni*, Firenze, Giunti, 2005; P. Innocenti, *Corrado Ricci e gli Uffizi*, «Rivista dell'Istituto Nazionale d'Archeologia e Storia dell'Arte» (Roma), 58, 26, 2004, pp. 323-373.

28 Si ricordano, nel caso del Museo Nazionale Romano di Palazzo Altemps a Roma, i completamenti grafici di Giulio Emanuele Rizzo o quelli di Johann Riepenhausen, in grado di rendere intelleggibili al Pubblico i frammenti archeologici esposti. Cfr. E. Gabrici, *Commemorazione del Socio Giulio Emanuele Rizzo,* «Rendiconti dell'Accademia dei Lincei. Scienze morali, storiche e filologiche» (Roma), VIII, V, 11-12, 1950, pp. 631 e segg.; D.Manacorda, *Cento anni di ricerche archeologiche italiane: il dibattito sul metodo,* «Quaderni di Storia», 16, 1982, p. 91; M.Barbanera, *L'Archeologia degli Italiani*, Roma, Editori Riuniti, 1998, pp. 112-114.

29 S. Cecchini, *Trasmettere al futuro. Tutela, Manutenzione, Conservazione programmata*, Roma, Gangemi, 2012, p.148 (il capitolo del volume relativo a questo tema è tratto dal precedente Idem, *La città e la sua storia: Roma tra Restauro filologico e Restauro scenografico,* in *Gli uomini e le cose. I. Figure di Restauratori e casi di Restauro in Italia tra XVIII e XX secolo*, Atti del Convegno [Napoli, 2007], a cura di P.D'Alconzo, Napoli, ClioPress, 2007, pp. 391-407). L'attenzione dell'Autrice è molto incentrata sull'opera grafica di Gatteschi, certo importante e meritoria, senza cogliere però gli aspetti del coordinamento politico e amministrativo di ben più ampio respiro, svolto dai due grandi 'patron' dei Fori e poi dell'intera Archeologia dell'Urbe, specie dal 1906, quando, non a caso anche l'opera di Gatteschi 'decollava': Corrado Ricci e Giacomo Boni. Si veda invece come contestualizzazione e in riferimento al consonante operato dei due, oltre che per il loro coordinamento di una schiera di ottimi collaboratori, ognuno 'specializzato' nel proprio campo d'azione, per la Tutela e la Valorizzazione del Patrimonio archeologico dell'Urbe, il mio F. Canali, *Giacomo Boni e Corrado Ricci 'amicissimi' tra Roma e Venezia. Questioni di Archeologia, Conservazione e Restauro dei Monumenti nell'Italia unita (1898-1925),* «Studi Veneziani», LXVI, 2012 (ma 2013), pp. 575-656.

30 Si vedano i precedenti volumi curati da Gatteschi che si poneva come ottimo grafico-illustratore, ma non certo come progettista 'completo' di un innovativo programma di didascalizzazione della Città Eterna archeologica (se non, poi, con l'ideazione del trasferimento dalla 'Grafica' all'Amministrazione' da parte dei due grandi *patron* delle iniziative romane, Boni e Ricci): G.Gatteschi, *Restauro grafico del monte Capitolino. Conferenza letta al Museo urbano dell'Orto Botanico l'8 marzo 1897 per invito della Commissione archeologica comunale*, Roma, Tip. dell'Economico, 1897; Idem, *Restauro grafico del monte Capitolino - Foro romano e monumenti circostanti*, Roma, Tipografia di G. Balbi (ma in copertina "presso l'Autore"), 1906, 2° ediz. (ma già Boni era Direttore degli Scavi al Foro). Con taglio espressamente turistico: G. Gatteschi, *Restauri della Roma imperiale con gli stati attuali ed il testo spiegativo in quattro lingue*, a cura del Roma, Comitato d'azione patriottica fra il personale postale telegrafico-telefonico, 1906 poi ancora 1924 (era del resto Boni che accompagnava allora i turisti d'élite a visitare le rovine antiche e il Foro. E ad essi si rivolgevano i lavori di Gatteschi. Si veda sempre il mio Canali, *Giacomo Boni e Corrado Ricci 'amicissimi' tra Roma e Venezia* …, cit.). Sulla fortuna di Gatteschi: *The grandeur that was Rome by Giuseppe Gatteschi*, a cura di G. Nicotra Di Leopoldo, New York, Hesting House, 1954.

modo che i visitatori potessero, attraverso una decisa suggestione romantica pur fondata su rilievi ed analisi archeologiche precise («secondo gli ultimi scavi»), riacquisire l'idea di uno spazio ormai ridotto soltanto a rovine. La 'didascalizzazione' *in loco* avveniva cioè *per imagines* di *architectura picta* secondo un'idea di 'Restauro grafico ricostruttivo' dal chiaro sapore evocativo e romantico. Già nel 1908 Gatteschi aveva proposto al Comune di Roma, che aveva acquistato ben trentasei dei suoi "*Restauri*",

«di esporre alcune fotografie di detti "Restauri", con gli "Stati attuali" in confronto, nel luogo medesimo dove esistono gli antichi monumenti … in modo che la grande maggioranza delle persone, che guardano le nostre gloriose rovine senza capir niente, potrà formarsi un concetto esatto della Roma Imperiale nel suo massimo splendore … Il Comune di Roma va mano mano acquistando quei "Restauri" per decoro di Roma e per vantaggio della pubblica istruzione»[31].

Fino a che, nel 1911 (e non a caso in occasione delle grandi Celebrazioni nazionali – mentore tra i principali Corrado Ricci - anche i Fori dovevano 'politicamente' mostrare la *grandeur* romana e italiana), finalmente, l'iniziativa andava in porto, segnando un importante passo in avanti nel senso della indicazione e 'valorizzazione figurale' dei Monumenti *en plain air*.
Di quel programma non si può non cogliere i nessi teorici e soprattutto lo stimolo culturale, che vanno senza dubbio riconnessi al sodalizio tra Giacomo Boni – Direttore dei Fori – e Corrado Ricci, allora "Direttore Generale delle Antichità e Belle Arti" del Ministero della Pubblica Istruzione[32], e dei quali Gatteschi risultava puntuale realizzatore artistico (ma per il quale, in certi momenti specialmente, Boni non poteva troppo esporsi con il Comune di Roma per le sue note 'difficoltà' archeologiche con la "Commissione archeologica comunale"). L'esperienza dell'esposizione dei "Restauri" di Gatteschi, infatti, non appare che la traduzione della volontà che Ricci perseguiva dentro i Musei, fin dal 1893, di raccontare la Storia per immagini, laddove a partire dall'ordinamento della Galleria della Pilotta di Parma, ma poi anche a Napoli[33] e, infine, presso il Museo storico-topografico di "Firenze com'era", egli aveva posto la Disciplina storico-artistica in dialogo con la Società attraverso l'idea di una raccolta di iconografie (dipinti, incisioni, disegni, fotografie …) in grado di documentare anche monumenti e luoghi della città trasformati o demoliti. Questo avveniva, cioè, facendo di una "Sala storico-topografica" un vero e proprio Leitmotiv nella concezione museologica ricciana; e ai Fori quella "Sala" si estendeva all'intero contesto monumentale, come mostrava l'opera di Gatteschi che visualizzava, con le proprie rappresentazioni archeologiche romane in un 'Museo *en plain air'* come i Fori, la più grande ed aulica "Sala storico-topografica" didascalizzata, possibile.
Del resto, il rapporto tra Ricci e Gatteschi datava almeno al 1897, come testimonia l'epistolario superstite tra i due. Nel settembre, infatti, Gatteschi chiedeva all'ex Soprintendente alle Gallerie di Parma ora a Modena (anche se comandato a Ravenna):

«gentilissimo prof. Ricci, io mi occupo di Topografia romana". Vengo a chiederle un favore. Le sarei oltremodo grato se Ella potesse procurarmi le fotografie delle due statue in basalto (*Ercole* e *Bacco giovane con Ampelos*), le quali furono scoperte da mons. Bianchini, il 10 aprile 1724, negli Orti Farnesiani al Palatino (precisamente nella Basilica della Domus Flavianorum. Cfr. Lanciani in "Bull. Inst. Archeol. German.", 1894, vol.IX, fasc.I, estr. p.21 – pianta) e furono poi trasferite al Museo di Parma; nonché le fotografie di un quadro del Guardi rappresentante il *Campidoglio in Roma* (che nel *Catalogo* di Lucio Pigorini, Parma, 1887, fig.28, porta il n.237). In contracambio io mi farò un dovere di inviarle le fotografie di un mio "*Grande restauro del Monte Capitolino, Foro Romano e Monumenti circostanti"* nell'anno 300 d.C., insieme con le fotografie dello stato attuale. Se Ella venisse in Roma, io sarò ben lieto di far la sua personale conoscenza e di mostrarle le mie numerose raccolte topografiche dell'antica Roma»[34].

La missiva è molto interessante perché mostra come Gatteschi, che nel 1897 godesse buona fama pres-

31 Lettera di Gatteschi all'Ufficio VI di "Storia e Arte" del Comune di Roma del 15 settembre 1908 edita in Cecchini, *Trasmettere al futuro* …, cit., p.151.

32 Il mio Canali, *Giacomo Boni e Corrado Ricci 'amicissimi'…,* pp. 575-656.

33 S.Cecchini, Musei parlanti. Corrado Ricci e la sfida di parlare ad un ampio pubblico, «Il Capitale culturale» (Università di Macerata), 8, 2013, 51-65. E prima: M. Santucci, *Corrado Ricci a Napoli* in *La cura del Bello. Musei, storie, paesaggi per Corrado Ricci*, Catalogo della Mostra, a cura di A. Emiliani e C. Spadoni, Milano, Electa, 2008, pp. 160-170. Ma sulla versione di Ugo Ojetti per quanto stava avvenendo a Napoli – dove i quadri del Seicento erano finiti in gran parte nei depositi - si veda anche il mio Canali, *Ugo Ojetti e Corrado Ricci …,* cit., pp. 115-116. L'aspetto culturale era estremamente significativo perché dal Museo, quella 'sensibilità anti-barocca' finiva sulle Guide turistiche e, quindi, anche nella segnalazione dei Monumenti (oltre che nelle attenzioni della Tutela e del Restauro).

34 Missiva di Giuseppe Gatteschi a Corrado Ricci del 25 settembre 1897 in Ravenna, Biblioteca Classense, Fondo "Corrado Ricci", Corrispondenti (d'ora in poi Ravenna, BClRa, Ricci), vol.81, Gatteschi Giuseppe, n.15626.

so gli Studiosi[35], avesse già realizzato almeno il "*Grande restauro del Monte Capitolino, Foro Romano e Monumenti circostanti"* se non le 26 tavole poi ricordate nel 1906 (non è detto che fossero quelle poi esposte nel 1911, ma certo quell''interesse' aveva già avuto modo di venir concretamente figurato); una realizzazione che nell'opuscolo stampato nel 1906 dal Romano veniva riferita al 1896[36] e che sia Rodolfo Lanciani – 'padre' degli studi archeologici romani e Professore all'Università di Roma - , sia Christian Huelsen – allora Segretario dell'Istituto Archeologico Tedesco a Roma - auspicavano trovasse adeguata diffusione didattica[37] (che era poi quanto, fuori dalla Scuola, ma nel 'Museo *en plein air* del Foro si sarebbe fatto nel 1911). Ricci veniva dunque portato allora a conoscenza di questi lavori. Il Soprintendente, infatti, aveva tempestivamente risposto alle richieste di Gatteschi che lo ringraziava «per la fotografia della statua rappresentante *Bacco con Amfelos* (?) e Le invio la fotografia del mio "Restauro" e dello Stato attuale. Le sarei proprio riconoscente se Ella avesse la squisita bontà di procurarmi anche la fotografia dell'altra statua *Ercole*, scoperta al Palatino e posta nel Museo di Parma. E ciò per completare le mie raccolte sulla Topografia del Palatino, che fu così barbaramente saccheggiato dal 1540 fin quasi ai giorni nostri … Viene adesso in Parma, di passaggio, il mio ottimo amico ing.cav. Dei, che visiterà Velleia»[38].

Il rapporto tra i due continuava negli anni successivi e un'importante occasione era stata una conferenza che Gatteschi aveva tenuto a Firenze in Palazzo Vecchio, nel 1904, quando Ricci era Soprintendente agli Uffizi, come il Romano ricordava più di venti anni dopo. Tema di quella Conferenza: "Centoventi pro-

35 In Gatteschi, *Restauro grafico del monte Capitolino …,* cit., 1906, Gatteschi riportava in calce le lettere di apprezzamento per la sua opera di Rodolfo Lanciani (p.36: «nella *Prolusione* al corso di "Topografia romana" di questa R.Università di Roma ho presentata e illustrata la sua eccellente illustrazione prospettica del "Foro romano. Monte Capitolino e borghi adiacenti" dichiarandone i pregi e l'importanza che presenta per i nostri studi … e ame pare che meriti a palma per la precisione archeologica e architettonica … pur corretta [nel futuro] da una o due mende di poco conto». Chissà se poi Gatteschi l'avrà corretta per il 1911?); e di Christian Huelsen, allora Segretario dell'Istituto Archeologico Germanico di Roma (p.38: «il suo "Restauro" offre un ragguaglio chiaro e completo sui progressi che la Scienza archeologica ha fatto in questi ultimi 20 anni … [rispetto a] molti tentativi simili, pubblicati recentemente. Anche l'esecuzione artistica mi pare assai ben riuscita; e congiunge, con una eccellente chiarezza nelle linee generali, una coscienziosa esattezza nei dettagli dei singoli edifizi».

36 G.Gatteschi, *Restauro grafico del monte Capitolino - Foro romano e monumenti circostanti*, Roma, Tipografia di G. Balbi (ma in copertina "presso l'Autore"), 1906, 2° ediz.: «Restauri della Roma imperiale con gli Stati attuali in confronto secondo i recenti scavi (marzo 1906 … Queste 26 fotografie, assolutamente indispensabili per formarsi un concetto esatto dei nostri antichi Monumenti nel loro massimo splendore (con le rovine attuali in confronto) trovansi vendibili presso l'Autore». Nel 1922 Gatteschi omaggiava Ricci dell'opuscolo («al comm. C.Ricci con grande ammirazione»), correggendo a penna che erano a diposizione ben «86 "Restauri" nel settembre del 1922», che potevano interessare il Ravennate per i suoi interventi romani. L'opuscolo è in Ravenna, BClRa, Corrispondenti Ricci, vol.81, Gatteschi Giuseppe, n.15626 bis., ma con tagliate le pagine riportanti l'illustrazione dei "Restauri". Nel 1927 Gatteschi presentava in Mostra in un proprio «piccolo Museo di via Monte Caprino» «Trentasette anni di ricerche archeologiche (1890-1927): 46 Piante topografiche (misurate e disegnate) e 93 "Restauri di Roma imperiale con vedute attuali e documenti", 270 fotografie» in G.Gatteschi, *Giove Capitolinio e palazzo Caffarelli*, «Il Messaggero» (Roma), 27 ottobre 1922, p.4. Scriveva Gatteschi a Ricci: «io sarò onoratissimo di una sua gradita visita», biglietto di «Giuseppe Gatteschi archeologo» in Ravenna, BClRa, Corrispondenti Ricci, vol.81, Gatteschi Giuseppe, n.15631 bis con allegato il ritaglio de «Il Messaggero». Una esposizione era annunciata «per vedere tutte le mie "Piante e Documenti sul Monte Capitolino e il Tempio di Giove O.M."»: biglietto s.d. ma 1922 in Ravenna, BClRa, Corrispondenti Ricci, vol.220, Gatteschi Giuseppe, n.40713. L'Architetto romano scriveva a Ricci: «Ho sotto gli occhi la "Rassegna d'Arte" del gennaio 1920 p.11, col suo bellissimo progetto Poliaghi-Ricci. Oltre la lupa e le aquile, si dovranno collocare, in una gabbia (presso l'angolo NO del Tempio) sopra la Rupe, anche le Oche capitoline vive, già sacre a Giunone. Ventisei anni or sono, io pubblicai il mio "I° Restauro Capitolino" (1896). Oggi le accludo il mio "Progetto per Giove" augurandomi che la platea non debba esser deturpata né con nuove fabbriche moderne, né con giardini. L'area totale di quella platea esistente misura una superficie netta di 3534 mq e deve essere rimessa alla luce, conservata e recinta. Oggi si vorrebbero fabbricarvi gli uffici comunali riuniti!! È necessario rendere visibile quella parte di platea esistente nel "Giardino dei Conservatori" e che fu (dopo il 1903) coperta di terra e di piante; demolire il muro divisorio (ormai inutile) fra il Giardino dei Conservatori e l'area Caffarelli, oggi proprietà comunale; e mettere in bella mostra quel frammento di colonna scanalata, che oggi è incastrata nel muro stesso» in Ravenna, BClRa, Corrispondenti Ricci, vol.220, Gatteschi Giuseppe, n.40712. Anni dopo, Gatteschi comunicava a Ricci di coltivare anche un "progetto Mundus" anticipato in E.Ponti, *La morte della villa Melis sul Palatino e la rinascita della Casa di Augusto. Potremo ritrovare il "Mundus" palatino?*, «Il Messaggero (Roma)», 12 dicembre 1926, p.5 (allegato sempre in Ravenna, BClRa, Corrispondenti Ricci, vol.81, Gatteschi Giuseppe, n.15631 bis).

37 In Gatteschi, *Restauro grafico del monte Capitolino …,* cit., 1906, l'Autore riportava in calce le lettere, che contenevano quell'invito, di Rodolfo Lanciani (p.37: «esprimo il desiderio che la Tavola … venga adottata dalle nostre scuole ginnasiali, liceali, universitarie, costrette a valersi sin qui di lavori esteri antiquati o difettosi»); e di Christian Huelsen (p.39: «il suo "Restauro" potrà essere di grande utilità anche per l'insegnamento classico»).

38 Missiva di Giuseppe Gatteschi a Corrado Ricci del 6 ottobre 1897 in Ravenna, BClRa, Corrispondenti Ricci, vol.81, Gatteschi Giuseppe, n.15627.

iezioni luminose della Roma imperiale"[39].
Non a caso, proprio nel 1911, Gatteschi scriveva a Ricci – ora Direttore Generale delle Antichità e Belle Arti del Ministero - con il quale il rapporto era rimasto ininterrotto, ma 'ufficiale' (perché evidentemente le questioni del Foro romano, particolarmente 'calde' in quell'anno, venivo gestite da Giacomo Boni, ma con l'approvazione del Direttore Generale):

«sarei felicissimo di possedere la sua importante monografia "Terme di Diocleziano e Santa Maria degli Angeli" con sua firma e dedica autografe (per la mia Biblioteca); e in cambio io mi farò il piacere di offrirle il mio "Restauro della Basilica massenziana", veduta interna, che tanto somiglia al Salone centrale delle Terme»[40].

E poi gli auguri di compleanno, indice di un rapporto, certo formale, ma intenso[41], che aveva prodotto il primo esempio su grade scala di Restituzione visuale ("Restauro grafico") in un Museo archeologico italiano *en plein air*, con un forte valore paesaggistico. Per decenni, una occasione analoga per l'alta divulgazione scientifica, e per la Didascalizzazione (pur *sui generis*) non si sarebbe ripresentata.

*4. Il primo intervento ministeriale: le prime iniziative di Corrado Ricci e Giacomo Boni per la segnaletica stradale e il contributo della "Commissione permanente per le segnalazioni su strada e in montagna" (1910-1912)*

L'esperienza 'pilota' della Didascalizzazione tramite "Restauro grafico" del Foro romano del 1911 lasciava un segno importante all'interno dell'Amministrazione ministeriale che aveva promosso l'iniziativa e, non a caso, nell'anno successivo, il 1912, il duo Corrado Ricci e Giacomo Boni dava seguito all'idea di allargare l'orizzonte su due importanti fronti: da un lato il Ministero della Pubblica Istruzione, attraverso Ricci, aderiva alla "Commissione permanente per le segnalazioni su strada e in montagna" (una Commissione molto attiva che aveva messo all'ordine del giorno anche la questione della segnalazione turistica); dall'altro la stessa Direzione ricciana delle Antichità e Belle Arti decideva di promuovere una iniziativa ministeriale volta a «segnalare, a mezzo di convenienti cartelli, i monumenti, le opere d'arte ecc».
In particolare, la seconda iniziativa sarebbe purtroppo naufraga per problemi di bilancio; ma certo è che un segno indelebile di quei due momenti sarebbe rimasto all'interno dell'Amministrazione pubblica, contribuendo a mettere anche la questione della "Segnaletica turistica" (Segnalazione o Didascalizzazione che fosse) sul tavolo delle necessità.

*4.1. La partecipazione di Corrado Ricci, come "Delegato del Ministero della Pubblica Istruzione" alla "Commissione permanente per le segnalazioni su strada e in montagna"*

Nel 1912, sulla base di apposito invito stilato fin dal 1910, Corrado Ricci decideva di aderire come "Delegato del Ministero della Pubblica Istruzione" alla "Commissione permanente per le segnalazioni su strada e in montagna". Il Sodalizio, nato per iniziativa di Enti (come il TCI-Touring Club Italiano, come il CAI-Club Alpino Italiano, come l'"Audax Italiano" e come l'Associazione Movimento Forestieri") e di Privati (l'avvocato Luigi Lucchini come Presidente e l'avvocato Luigi Sbaracani come Segretario particolare) che operavano in seno all'"INIEF-Istituto Nazionale per l'Incremento dell'Educazione Fisica", vedeva ormai il concorso di tutti i principali Organi dello Stato (vi era un Delegato del Ministero dell'Interno, un Delegato del Ministero dei Lavori Pubblici, uno del Ministero della Guerra, uno del Ministero delle Finanze, un Delegato del Ministero delle Poste e Telegrafi, uno delle Ferrovie dello Stato, un Delegato del Comando del Corpo di Stato Maggiore)[42].
Infatti

39 Missiva di Giuseppe Gatteschi a Corrado Ricci del 21 aprile 1927 in Ravenna, BClRa, Corrispondenti Ricci, vol.81, Gatteschi Giuseppe, n.15631: «nel febbraio 1904 (ventitre anni or sono!) a Firenze ebbi l'onore di invitarla alla conferenza, che io tenni nel "Salone dei 500" in Palazzo Vecchio, con centoventi proiezioni luminose sulla mia "Roma imperiale"». Gatteschi era ora collezionista di ritratti di Contemporanei («"Galleria dei Grandi contemporanei"») e quindi chiedeva a Ricci «un suo ritratto in fotografia, con firma e dedica autografa … Io già posseggo i ritratti di Giuseppe Verdi, Arrigo Boito, Franchetti, Puccini, Mascagni, Lanciani, Marucchi, Molmenti, Mazziotti, Cesare Cantù, Vallauri, Corradini, Federzoni, Dom. Morelli, P.Colonna, Maccari, Gerome, Rochegrosse, Mommsen, Huelsen, Reber, Victor Duray, Anatole France, Sardon, Dumas fils, Legonvé, Cam. Boito, Zola, Ch. Garnier, A.Thomas, Buehlmann, Massenet, Saint Saens, Mistral, Alma Tadema, Munkaczy e cento e cento altri … Il mio modesto nome si legge nell'"Epistolario" di Giuseppe Verdi: *I Copialettere*, (1913), p.714 in due lettere scrittemi da Verdi nel 1892».

40 Missiva di Giuseppe Gatteschi a Corrado Ricci del 21 febbraio 1911 in Ravenna, BClRa, Ricci, vol.81, Gatteschi Giuseppe, n.15628.

41 Missiva di Giuseppe Gatteschi a Corrado Ricci del 18 aprile 1811 in Ravenna, BClRa, Ricci, vol.81, Gatteschi Giuseppe, n.15629: «Ella compie oggi 53 anni. La prego gradire i miei più cordiali auguri».

42 Promemoria per il Ministro della P.I. Istruzione, Luigi Credaro, con "Elenco dei componenti la 'Commissione permanente per le segnalazioni su strada e in montagna'" del 1912 in Roma, Archivio Centrale dello Stato, fondo "Ministero P.I., Sezione 'Antichità e Belle Arti' (d'ora in poi Roma, ACS, AA.BB.AA.), Div. I, 1908-1912, b.99, fasc. "Segnalazioni su strade e montagne".

«la "Commissione", che venne creata nel 1909, … si propone di promuovere e sistemare organicamente quanto interessa la circolazione turistica e sportiva in Italia, e segnatamente le segnalazioni che più la riguardano»

Gli interessi della "Commissione" non erano dunque prettamente 'turistici' o 'monumentali' (di qui le successive iniziative autonome di Ricci e Boni in senso al Ministero), ma le tangenze e gli obiettivi comuni risultavano numerosi. Infatti

«la sua azioni si può distinguere in due ordini principali: azione diretta, in quanto la Commissione provvede da sé o per mezzo dell'Istituto e dei suoi organi, all'attuazione delle proprie iniziative; e azione indiretta, tendente cioè a stimolare e coordinare l'opera che, nel campo delle segnalazioni, può essere svolta da altri Enti, soprattutto da quelli rappresentati nella Commissione».

Tra le opere conseguite si potevano annoverare

«il Concorso indetto nel 1909 fra i Comuni del Regno di non oltre 20.000 abitanti per l'impianto e il completamento di un sistema organico di segnalazioni stradali, altimetriche e topografiche (anche se l'iniziativa ha sortito effetto negativo) … l'istituzione di un notiziario delle segnalazioni che vengono eseguite nelle varie Province … Si è ottenuto che il Ministero della Guerra autorizzi sia l'Istituto Geografico Militare a far apporre gradualmente le indicazioni della quota altimetrica … sia che i Comandi dei Corpi Alpini e dei Reggimenti di Artiglieria da montagna eseguano segnalazioni trigonometriche … Quindi il Ministro dell'Interno, con apposite Circolari dei Prefetti, ha fatto invitare i Comuni ad apporre agli ingressi del capoluogo e dei più importanti centri e frazioni le opportune indicazioni di circoscrizioni … e le indicazioni della quota altimetrica .. [E quindi gli accordi con l'Amministrazione dei Poste e Telegrafi per l'uso dei pali telegrafici per le segnalazioni e gli accordi con le Ferrovie] per l'apposizione di segnali nelle stazioni».

Dunque il contributo della "Commissione", quale sorta di 'Tavolo tecnico' poteva essere di grande interesse anche per le iniziative della Direzione Antichità e Belle Arti.
Infatti, nel "Verbale dell'adunanza della 'Commissione permanente per le segnalazioni su strada e in montagna' tenuta il 22 giugno 1910" e inviata a Ricci[43] (ma nel 1910 il Ministero della Pubblica Istruzione non era ancora stato invitato a far parte del consesso), non solo si sottolineava l'accoglimento da parte dei vari Ministeri delle iniziative relative alla segnalazioni altimetriche e a quelle di indicazione nelle stazioni ferroviarie, ma anche la collaborazione «tra la sezione del Club Alpino di Roma e il Touring Club Italiano, avendo la Sezione romana aderito al Consorzio per le segnalazioni in montagna istituito presso il TCI … tanto che tra breve inizieranno le segnalazioni sui monti della Provincia e dell'Appennino centrale, secondo le Norme dello Statuto del Consorzio». Ma, soprattutto, nell'occasione si era deliberato di

«invitare il Ministero della Pubblica Istruzione a delegare un funzionario della Direzione Generale delel Antichità e Belle Arti a rappresentarlo in seno alla Commissione. Lo scopo sarebbe di ottenere poi, per mezzo del Delegato, che il Ministero provveda all'apposizione dei cartelli indicatori in prossimità di monumenti e località altrimenti interessanti alla dipendenza di quell'Amministrazione. Sarà però opportuno attendere … per la riorganizzazione del personale della Minerva [Ministero P.I.]».

Tra la fine del 1911 e il 1912 finalmente quella proposta veniva accolta dal Ministero e dunque poteva partire, da parte di Ricci, la fase di 'sondaggio' per l'apposizione in Italia del primo sistema organico di segnalazioni turistiche.

*4.2. Il primo progetto ministeriale di segnalazione turistica dei Monumenti, coordinato da Corrado Ricci e Giacomo Boni*

Per promuovere l'iniziativa della diffusione capillare su tutto il territorio nazionale della segnalazione dei Monumenti sulla base anche degli stimoli che venivano dalla "Commissione permanente per le segnalazioni su strada e in montagna", Ricci, con l'aiuto di Giacomo Boni, chiedeva, nel 1912, soluzioni, progetti e preventivi ad Associazioni competenti (come il Touring Club) ma, soprattutto, ai Soprintendenti archeologi, che non solo dipendevano dalla stessa Direzione ricciana, ma che, soprattutto, avevano il 'polso' della situazione locale essendo i Monumenti di Antichità e i Musei archeologici evidentemente i beni più visitati. Non doveva però mancare, pur indirettamente, all'operazione anche l'appoggio dell'Opinione Pubblica che veniva doverosamente informata dell'iniziativa ministeriale, tanto che «la stampa della Capitale notificava che il Ministro della P.I. aveva invitato i Soprintendenti ai Monumenti a presentare proposte per l'impianto di un servizio di segnalazioni»[44].
La 'partenza' dell'iniziativa era, appunto, con i Soprintendenti ai Monumenti e Scavi – cioè ai Soprin-

43 "Promemoria" e "Verbale dell'adunanza della 'Commissione permanente per le segnalazioni su strada e in montagna' tenuta il 22 giugno 1910" in Roma, ACS, AA.BB.AA., Div. I, 1908-1912, b.99, fasc. "Segnalazioni su strade e montagne".
44 Missiva di Ubaldo Moriconi di Roma al Ministro della P.I. del 19 maggio 1912 prot.min.12761 in Roma, ACS, AA.BB.AA., Div. I, 1908-1912, b.99, fasc. "Segnalazioni su strade e montagne".

tendenti archeologi, che evidentemente potevano contare su un pubblico maggiore - delle varie regioni italiane, ai quali veniva inviato una richiesta fac-simile cui rispondere:

«Oggetto: Monumenti e scavi di Antichità. Segnalazioni su strade e in montagna. Grazie allo sviluppo sempre crescente delle reti ferroviarie e alle continue migliorie di cui sono oggetto tutti i mezzi di comunicazione, il movimento dei viaggiatori, specialmente stranieri, in ogni parte d'Italia, continua ad accrescersi, con vantaggio grandissimo per l'economia nazionale. Tale movimento deve essere incoraggiato con tutti i mezzi che i doveri dell'ospitalità e la coscienza dei proprii interessi possono suggerire ad una Nazione civile. A rendere più gradito il soggiorno dei forestieri che percorrono le varie regioni d'Italia e familiare la conoscenza delle località più interessanti e frequentate si è provveduto, da parte di alcune pubbliche Amministrazioni, ad un servizio di segnalazioni che va sempre più estendendosi. Così, alle semplici segnalazioni stradali e di circospezione, si sono aggiunte, poco a poco, le segnalazioni altimetriche eseguite dai corpi militari e dall'Istituto Geografico Militare, le segnalazioni altimetriche nelle stazioni ferroviarie, negli abitati, nei luoghi di montagna ecc. Nulla però è stato fatto, sino adesso, per richiamare l'attenzione di chi viaggia per diletto o a scopo di studio sugli edifici e ruderi monumentali e sulle località aventi importanza archeologia o storica, che si trovano in prossimità delle grandi linee di comunicazione che solcano la Penisola, sia che si tratti di linee aperte al traffico ferroviario, sia che si tratti di strade nazionali o provinciali di qualche importanza»[45].

Il progetto di Ricci e di Boni – che, naturalmente, per gerarchie e per doveri d'ufficio, veniva riferito al ministro Luigi Credaro - era chiaro:

«È mio desiderio che a tale mancanza venga supplito al più presto e che la presenza dei monumenti e delle località aventi interesse artistico e storico – monumenti e località di cui l'Italia ha tanta e così invidiata dovizia – sia posta in rilievo mediante opportune segnalazioni da collocarsi nelle stazioni ferroviarie e nelle strade aventi, per ragioni topografiche o di traffico, importanza più notevole. A tal fine, prego le SS.LL. di studiare, tenendo conto del numero, della importanza e della ubicazione dei principali monumenti, ruderi e scavi di Antichità esistenti in codesta regione, con quali criteri e in quali limiti convenga istituire un siffatto servizio di indicazioni, mediante targhette, tabelle, cartelli o pilastri di segnalazione e di presentarmi proposte concrete al riguardo, corredandole del preventivo della spesa necessaria».

Della missiva esiste la minuta «fatta da G. Boni il 24 aprile 1912»[46] e poi rivista da Ricci. Un ulteriore appunto di Ricci «al prof. Boni, parliamone», annota

«chiedere ai Sovrintendenti dei Monumenti se esistono nelle strade delle loro province, tabelle o pilastri di segnalazione per trovare i monumenti o scavi o altroché d'Antichità suburbani e della campagna. Quali proposte fanno e quale spesa approssimativa può costare tutto un sistema regolare di tali segnalazioni»[47].

Ne scaturiva, perlomeno, una interessante 'fotografia' della situazione nazionale al 1912.
Così, il Soprintendente archeologo di Ancona rispondeva che

«per richiamare opportunamente l'attenzione dei forestieri e di chi viaggia per diletto … sarei d'avviso che nelle sale d'aspetto di prima e seconda classe delle principali stazioni ferroviarie e lungo le più importanti strade ferrate fossero collocati dei cartelli "reclami" con l'indicazione dei monumenti ed oggetti più notevoli di questo Museo. Mi sembrerebbe anche opportuno di collocare negli scompartimenti di prima classe dei treni diretti, direttissimi e di lusso delle riproduzioni fotografiche dei più importanti cimelii di questo Istituto per richiamare l'attenzione dei viaggiatori ed invogliarli a visitare il Museo. In tutta la zona sottoposta a questa Soprintendenza non conosco altri monumenti antichi meritevoli di essere visitati dai forestieri, all'infuori dei ruderi del teatro ed anfiteatro di Faleria Picena e del teatro di Teramo, ma non essendo soggetti a tassa d'ingresso non trovo conveniente di additarli a chi viaggia per diletto … È però imminente l'apertura al pubblico di questo Museo, che per l'importanza delle sue collezioni merita davvero di essere fatto conoscere agli amatori di Antichità in Italia»[48].

Per il preventivo il Soprintendente riteneva che fosse il Ministero a dover 'dialogare' sui prezzi con le Ferrovie, in modo da garantire l'uniformità nazionale del trattamento economico:

45 Missiva del Ministro della P.I.Luigi Credaro ai Regi Soprintendenti ai Monumenti e agli Scavi di Antichità del Regno del 3 maggio 1912 prot.11182 in Roma, ACS, AA.BB.AA., Div. I, 1908-1912, b.99, fasc. "Segnalazioni su strade e montagne".
46 Della missiva del Ministro della P.I.Luigi Credaro ai Regi Soprintendenti ai Monumenti e agli Scavi di Antichità del Regno del 3 maggio 1912 prot.11182 in Roma, ACS, AA.BB.AA., Div. I, 1908-1912, b.99, fasc. "Segnalazioni su strade e montagne"
47 Minuta «al prof. Boni» in Roma, ACS, AA.BB.AA., Div. I, 1908-1912, b.99, fasc. "Segnalazioni su strade e montagne".
48 Missiva del Soprintendente archeologo Dall'Osso, Direttore del Museo Nazionale di Ancona e Sovrintendente per i Musei e Scavi di Antichità delle Marche e degli Abruzzi del 18 maggio 1912 prot.411 in Roma, ACS, AA.BB.AA., Div. I, 1908-1912, b.99, fasc. "Segnalazioni su strade e montagne".

«per poter presentare poi un preventivo della spesa occorrente, sarebbe necessario conoscere le tariffe per tale genere di pubblicità, che codesto Ministero potrà richiedere all'Amministrazione ferroviaria»[49].

A margine però al Ministero (Boni? Ricci?) veniva annotato a matita «non è pel solo interesse della tassa d'ingresso, ma per la coltura». Economia sì … ma con cautela.
Dalla Liguria e Piemonte il Soprintendente archeologo Schiaparelli rispondeva a Ricci:

«il pensiero espresso da codesto Ministero non potrebbe essere più opportuno e questa Soprintendenza non mancherà di adoperarsi perché esso venga adeguatamente e prontamente attuato nella zona di sua giurisdizione. Mi parrebbe però opportuno che, almeno per i pilastrini di segnalazione e, in ogni modo, per i cartelli da mettersi nelle stazioni ferroviarie e negli alberghi, sia adottato, per tutte le regioni d'Italia, un tipo uniforme che li faccia a colpo d'occhio riconoscere come contenenti segnalazioni od indicazioni riguardanti monumenti e ruderi antichi»[50].

Anche in questo caso

«per il preventivo della spesa, non si potrebbe indicare con precisione senza che sia prima stabilito il tipo di pilastrino da adottarsi … da codesto Ministero».

Dalla Direzione dell'"Ufficio per gli Scavi di Ostia antica" giungeva al Ministero indicazione che

«nella piccola zona dipendente da questo Ufficio sarebbero a mio avviso da consigliarsi le seguenti indicazioni con relativa freccia. Sulla via Portuense: "Rovine di Porto". Alla fermata di Porto: "Porto di Traiano" e "Porto di Claudio". Alla stazione di Fiumicino, al ponte di barche e all'inizio della via dell'Isola (sull'isola Sacra): "Rovine di Ostia antica"»

laddove è importante sottolineare come, al di là del supporto (cartello, pilastrino …) il Direttore ponesse in evidenza la necessità 'tecnica' di una «freccia» direzionale.
Dalla Direzione del Museo Archeologico di Firenze, il segretario Gaetano Cipriani, «sempre in attesa di un po' di lavoro … e disposto ad andare anche in Libia» accludeva «un mio scritto sulle segnalazioni pei Monumenti»[51]:

«non vi è azienda che nel proprio bilancio non abbia impostate, oltre alle spese d'Amministrazione, anche quelle per la pubblicità … L'Amministrazione delle Antichità e Belle Arti, che pure vive in parte con i proventi industriali di entrata negli Istituti d'Arte e ai Monumenti ha scelto molto opportunamente un'ottima via per dare incremento alle tasse d'ingresso e facilitare e divulgare la conoscenza anche dei Monumenti più remoti. Quanto all'applicazione pratica di tali idee bisogna incominciare dal rendersi esatto conto dei sistemi di pubblicità più efficaci al tempo nostro. Com'è noto la pubblicità è temporanea e permanente: la prima si fa sui giornali, sulle pubblicazione ecc; la seconda con quadri e tabelle stabili sia in luoghi determinati, che sui mezzi di trasporto (tranways, carrozze ferroviarie, piroscafi ecc.). L'Amministrazione per le Antichità ha già veduto aumentare il numero dei visitatori degli istituti dipendenti dopo la divulgazione delle fotografie, delle cartoline illustrate e delle monografie e guide; ora non restano che i richiami permanenti, che corrispondono perfettamente alle esigenze della vita attuale. Ammesso il principio che la spesa per la pubblicità commerciale è sempre produttiva, mai passiva, si può prevedere che costituirà un utile non trascurabile per la grande e solida azienda statale delle Antichità e Belle Arti»[52].

Non c'è dubbio: si trattava di una tra le prime – e precocissime - riflessioni 'aziendali' applicate alla gestione statale dei Monumenti e a una visione

49 Dal 1 gennaio 1907 erano in essere le "Tariffe e condizioni per la pubblicità nelle stazioni delle Ferrovie dello Stato", con una "Tariffa A. Pubblicità con avvisi, manifesti, ecc, nelle stazioni delle Ferrovie dello Stato" come «abbonamento per 3 anni» o «abbonamento per 1 anno» che comprendeva rispettivamente una «quantità minima di avvisi di 1, 5, 10, 15, 20, 30, 50, 75, 100, 150, 200, 300, 400, 500 e più» in cartelli di formato «0.35x0.50, 0.50x0.70, 0.65x0.90, 0.70x1.00, 0.90x1.15, 100x140 e poi oltre i mq 1.40 fino ad un massimo di mq 3»; e una "Tariffa B. Pubblicità in appositi quadri di proprietà dell'Amministrazione ferroviaria, esposti sulle pareti esterne prospicienti i binari delle stazioni aventi tettoie e pensiline" con «prezzi di abbonamento per 1 anno con quantità di cartelli pari a 1, 5, 10, 20, 50 e un formato unico, oppure 2a e 2b; 3° e 3b; 4°, 4b e 4c», rimandando ad un apposito schema di «spazio unico di mm.150x200; a due spazi con 2a di mm 150x400 e 2b di mm. 300x200; a tre spazi con 3a di mm 150x600 e 3b di mm 450x200; a quattro spazi con 4a di mm 150x800, 4b di mm 600x200, 4c di mmm 300x400». Uno schema ulteriore prevedeva l'eventuale aggregazione dei vari spazi in un cartello composito in cui comparivano anche pubblicità. La Direzione Antichità e Belle Arti del Ministero della P.I. nel 1912 si era procurata copia del *Tariffario* depositato in Roma, ACS, AA.BB.AA., Div. I, 1908-1912, b.99, fasc. "Segnalazioni su strade e montagne".

50 Missiva del Soprintendente archeologo Schiaparelli, Direttore del Museo Nazionale di Torino e Sovrintendente per i Musei e Scavi di Antichità della Liguria e Piemonte del 20 maggio 1912 prot.957 in Roma, ACS, AA.BB.AA., Div. I, 1908-1912, b.99, fasc. "Segnalazioni su strade e montagne".

51 Missiva del Segretario Gaetano Cipriani del Museo Archeologico e Scavi d'Etruria al ministero della P.I. del 23 maggio 1912 prot. min. 12902 in Roma, ACS, AA.BB.AA., Div. I, 1908-1912, b.99, fasc. "Segnalazioni su strade e montagne".

52 Gaetano Cipriani, Segretario del Museo Archeologico di Firenze, Promemoria "Segnalazioni su strade e su montagne pei Monumenti e Scavi d'Antichità", del maggio 1912 prot. min. 12902 in Roma, ACS, AA.BB.AA., Div. I, 1908-1912, b.99, fasc. "Segnalazioni su strade e montagne".

economica di essi (sulla base di una mentalità che avrebbe poi tardato decenni ad affermarsi). E Ricci ringraziava Cipriani di quel suo "Promemoria" [53].

Esauriti i suggerimenti provenienti dagli Organi periferici dell'Amministrazione, per la Direzioni risultava come al solito fondamentale il contributo del Touring Club; tanto che il Sodalizio, debitamente informato della nuova iniziativa ministeriale, proponeva alla Direzione Antichità e Belle Arti retta da Ricci (che poi avrebbe dovuto smistare la proposta al Ministero dei Lavori Pubblici al quale «spetta sovrintendere all'attuazione»), un nuovo sistema di segnalazioni:

«il Touring Club ha collocato dal 1902 ad oggi più di 10.000 cartelli indicatori su tutte le strade d'Italia ed ha contribuito in modo assai efficace agli studi iniziati e svolti dalle Associazioni Internazionali per trovare il tipo di indicante che soddisfi alle esigenze della circolazione. Dei tipi presentati dal nostro Sodalizio, ci pregiamo presentare all'E.V. elenco nell'opuscolo a parte. L'iniziativa presa da codesto on. Ministero per segnalare, a mezzo di convenienti cartelli, i monumenti, le opere d'arte ecc, dei quali è tanto ricca l'Italia nostra, ha incontrata tutta la simpatia del Touring, che vede allargato il lavoro da esso iniziato e svolto. S.E. il Ministro della Guerra e S.E. il Ministro delle Finanze hanno a suo tempo adottati i cartelli indicatori, che noi ci permettemmo di presentare loro, per segnalare le località soggette a sorveglianza militare e i posti di dogana presso le nostre frontiere»[54].

Per quanto riguarda l'«opuscolo», "*Le segnalazioni stradali e i cartelli indicatori del Touring*", stampato dallo stesso Touring Club nello 1912 e allegato alla missiva, si trattava di una raccolta di esempi preparati dal Consorzio per segnalazioni diverse; ma i vari tipi realizzati si potevano facilmente adattare anche al caso delle indicazioni turistiche. Nell'opuscolo, si partiva analizzando

«"I segnali della strada" … con una pietra miliare romana, … una pietra miliare del 1700 … un palo indicatore coreano detto "lisico" … e poi un indicante a quattro faccie … Poi "Le pietre indicatrici in Italia" quali … un paracarro che funziona da indicatore … una colonnina con indicazioni di direzione … e [l'immagine] delle migliori tra le nostre pietre indicatrici … Quindi "I cartelli indicatori del T.C.I" … che dal 1903 ha iniziato il collocamento di cartelli indicatori e di direzione … mentre anche il XII° Congresso degli Ingegneri e Architetti Italiani, riunitosi l'ottobre del 1909, … ha fatto voti che il Governo, con apposite disposizioni di Legge, disciplini l'importante questione dell'unificazione … delle unità di misura … delle distanze … sulle pietre chilometriche … e che Province e Comuni abbiano a completare sulle loro strade il servizio delle segnalazioni itinerarie e di direzione … Poi "La nuova Legge sulle segnalazioni stradali in Italia" … del senatore Casana che andrà prossimamente in vigore [sic] … Quindi [l'esposizione de] "I cartelli di direzione del Touring" … "I cartelli di pericolo del Touring" … "I cartelli altimetrici del Touring" … "I cartelli speciali" … compresi quelli indicatori per la Tripolitania e la Cirenaica in caratteri latini e arabi … e i "Cartelli dei Comuni" … Infine "Lo schizzo dimostrativo della posa dei pali di sostegno e dell'applicazione dei cartelli"»[55].

Importanti indicazioni generali (ma che si potevano adottare anche per i cartelli turistici) venivano fornite, infine, sempre nell'opuscolo, come "Suggerimenti per la posa dei cartelli indicatori", quali

«"Avvertenza preliminare" è … domandare l'autorizzazione all'Ente proprietario della strada … "Del sostegno" in ferro per cartelli semplici e cartelli doppi … "Interramento del sostegno" … è buona cosa fare una fondazione in calcestruzzo … "Applicazione del cartello" in lamiera con viti e bulloni … o al muro ad un'altezza dal suolo non inferiore ai m.3 … "Collocamento dei cartelli di pericolo" … "Conservazione dei cartelli" [e sostituzione di quelli illeggibili da parte del Touring] … "Avvertenza importante" … è la segnalazione della collocazione del cartello … per poterne segnare la precisa posizione sulla "Carta d'Italia" al 100.000 … [E infine l'elenco dei] "Segnavie adottati dal Consorzio per le segnalazioni in montagna"».

La missiva e l'opuscolo venivano 'girati' a Giacomo Boni e così, attraverso Boni, Ricci rispondeva al Touring, mostrando come, però, fossero state avanzate richieste anche a svariati altri soggetti:

«circa le modalità dell'impianto di un servizio di segnalazioni atto a rendere più familiare per chi viaggia la conoscenza dei nostri monumenti e delle località aventi importanza archeologica e storica, questo Ministero ha chiesto ed attende le proposte dei vari Uffici competenti. Appena tali proposte saranno giunte, si dovrà coordinarle e comunicarle al Ministero dei Lavori Pubblici, al quale spetta di

53 Missiva di Corrado Ricci al Segretario Cipriani del Museo Archeologico e Scavi d'Etruria dell'11 giugno 1912 prot. min. 12902 in Roma, ACS, AA.BB.AA., Div. I, 1908-1912, b.99, fasc. "Segnalazioni su strade e montagne".

54 Missiva del Direttore Generale del Touring Club Italiano al Ministro della P.I. del 15 giugno 1912 prot.15091 in Roma, ACS, AA.BB.AA., Div. I, 1908-1912, b.99, fasc. "Segnalazioni su strade e montagne".

55 Touring Club Italiano, *Le segnalazioni stradali e i cartelli indicatori del Touring*", Milano, 1912. Una copia inviata a Corrado Ricci è presente in Roma, ACS, AA.BB.AA., Div. I, 1908-1912, b.99, fasc. "Segnalazioni su strade e montagne".

esaminarle e sovrintendere alla loro attuazione. Nel lavoro di coordinamento e di disamina delle varie proposte sarà tenuta presente anche quella fatta a codesta Direzione»[56].

«La Direzione Generale del TCI» ringraziando sottolineava di essere

«vivamente grata a V.E. [il Ministro] per la benevola considerazione in cui volle tenere la proposta fatta circa i cartelli da collocarsi nelle località aventi importanza archeologica e storica, mettendoci a disposizione di V.E. per tutto ciò che potrà riuscire utile allo studio e al collocamento dei cartelli stessi»[57].

Era un 'gioco formale' perché nessun Ente meglio del Touring avrebbe potuto procedere all'apposizione di quei segnali e infatti, in contemporanea, il Direttore del Sodalizio scriveva direttamente a Ricci poiché

«a noi tornerebbe assai gradito l'incarico della costruzione e della diffusione dei cartelli speciali … con i quali il Ministero della Pubblica Istruzione intende segnalare i monumenti, le opere d'arte … Ci permettiamo di chiedere alla S.V. Ill., che in parecchie occasioni ha dimostrato tanta benevolenza alla nostra iniziativa, il suo appoggio prezioso presso S.E. il Ministro, affinché la domanda che noi ci permettiamo rivolgere al detto scopo venga favorevolmente accolta»[58].

Dal punto di vista operativo, poi «ben volentieri prepareremo i disegni dei tipi che verranno ritenuti più adatti, se la S.V.Ill. vorrà darci i suggerimenti che ritiene opportuni».

Oltre al Touring si muovevano però anche alcuni produttori privati, come Ubaldo Moriconi di Roma che, avendo avuto notizia dell'iniziativa ministeriale, proponeva al Ministro un tipo di cartello 'a vetrina' diviso in più scomparti verticali, di gusto storicista (come erano la gran parte dei prodotti, salvo i cartelli del Touring, molto più 'lineari'). Scriveva Moriconi che

«la stampa della Capitale notificava che E.V. aveva invitato i Soprintendenti ai Monumenti a presentare proposte per l'impianto di un servizio di segnalazioni … Il sottoscritto, sebbene non rivesta la carica ufficiale sopra indicata … convinto che l'apparecchio di sua invenzione – di cui si unisce uno schizzo a memoria – può servire … specie se applicato ad uso di "Guida illustrata del Turista" … ha l'onore di proporlo alla E.V. per n.50 o più stazioni»[59].

Si trattava

«di un apparecchio in ferro a guisa di elegante vetrina, alto m.185, largo m.0.80 con soli 8 cm di sporgenza. Un motorino elettrico e un interruttore danno movimento o arrestano la "Guida" a volontà di chi la consulta. L'apparecchi è diviso in 5 colonne verticali, di cui la maggiore, centrale, contiene le illustrazioni, con testo in Italiano, Inglese e Francese, dei monumenti, ruderi, panorami, località celebrate dalla Storia e quanto altro di notevole esista nel circondario in cui è esposta la "Guida". Le 4 colonne laterali contengono annunzi, intercalati con vedute d'alberghi, pensioni, luoghi per cure climatiche e termali, stazioni balneari ed alpestri, sanatori e brevi liste di professionisti, industriali e commercianti del circondario … La "Guida" ha dunque una triplice funzione patriottica: 1) di cooperare ad un maggior movimento dei forestieri; 2) d'inculcare gradatamente nel popolo l'amore per il Bello … 3) di risvegliare il sentimento nazionale … [creando] un giustificato orgoglio di sapersi cittadini italiani … I rettangoli A.B.C.D.E. del disegno conterranno la lista, in 5 differenti idiomi, di quanto di notevole può il forestiere visitare nei diversi giorni della settimana tanto nella città come nel circondario della stazione in cui sta esposto l'apparecchio»[60].

Ricci scriveva all'imprenditore, ringraziandolo della proposta, nella consapevolezza che il contributo anche dei 'costruttori' diventava imprescindibile per poter mettere a punto una segnalazione davvero funzionale e duratura.
Anche se poi, tutta l'iniziativa ministeriale (ricciana e di Boni) si sarebbe arenata nelle secche del "Bilancio dello Stato", sarebbe rimasta nella Cultura amministrativa una serie di conseguimenti e di consapevolezze d'ora in poi imprescindibili, poi riemersi nel corso degli anni e quindi, definitivamente, decenni dopo:

56 Missiva di Corrado Ricci (ma stilata da Giacomo Boni) per conto del Ministro della P.I. al Direttore Generale del Touring Club Italiano del 25 giugno 1912 prot.14846 in Roma, ACS, AA.BB.AA., Div. I, 1908-1912, b.99, fasc. "Segnalazioni su strade e montagne".

57 Missiva del Direttore Generale del Touring Club Italiano al Ministro della P.I. del 23 luglio 1912 prot.19234 in Roma, ACS, AA.BB.AA., Div. I, 1908-1912, b.99, fasc. "Segnalazioni su strade e montagne".

58 Missiva del Direttore Generale del Touring Club Italiano a Corrado Ricci del 15 giugno 1912 prot.min.14846 in Roma, ACS, AA.BB.AA., Div. I, 1908-1912, b.99, fasc. "Segnalazioni su strade e montagne".

59 Missiva di Ubaldo Moriconi di Roma al Ministro della P.I. del 19 maggio 1912 prot.min.12761 in Roma, ACS, AA.BB.AA., Div. I, 1908-1912, b.99, fasc. "Segnalazioni su strade e montagne".

60 60. Ubaldo Moriconi, "Promemoria per S.E. Il Ministro della P.I., 'Guida illustrata del Turista'", del maggio 1912 in Roma, ACS, AA.BB.AA., Div. I, 1908-1912, b.99, fasc. "Segnalazioni su strade e montagne".

- che il problema di una congrua segnaletica turistica doveva entrare definitivamente nella coscienza ministeriale (la Valorizzazione e Promozione al pari della Tutela);
- che la questione doveva essere affrontata anche con 'piglio economicistico' (manageriale) oltre che culturale;
- che il Ministero e dunque un Organo centrale dello Stato (Ministero dei Lavori Pubblici, con il concorso del Ministero della Pubblica Istruzione) era tenuto ad affrontare il tema nella sua complessità, senza più lasciare la segnaletica alle iniziative locali, come fino ad allora era avvenuto;
- che il livello della Promozione attraverso la segnalazione turistica doveva venir affrontato perlomeno a livello territoriale e non più locale;
- che era necessario compiere un'opera di segnalazione in maniera estensiva a tutta Italia, visto che «l'Italia tutta ha tante ricchezze»:
- che la segnaletica doveva essere univoca, cioè standardizzata per tutte le realtà nazionali;
- che essa andava estesa capillarmente, ma in maniera gerarchica, puntando a mezzi di comunicazione (ferrovie e strade) e quindi concentrarsi soprattutto su direttrici «di qualche importanza»;
- che la natura dei Monumenti poteva essere varia, da quelli Artistici a quelli Storici, da quelli Archeologici a Quelli Paesaggistici …
- che l'internazionalizzazione della comunicazione imponeva l'uso di cartelli almeno trilingui (Italiano, Inglese e Francese se non in cinque lingue, con l'aggiunta, cioè, dello Spagnolo e del Tedesco);
- che il contributo dei Privati (direttamente o indirettamente tramite la pubblicità) risultava imprescindibile per il buon esito dell'iniziativa.

Davvero un forte 'anticipo' sulla Cultura corrente riferita alla Valorizzazione e Promozione dei Monumenti …

*5. Il Primo Dopoguerra: il rinnovato contributo del Touring Club e le prime direttive della Legislazione nazionale*

Nel 1915 il Touring Club, in accordo con le varie Amministrazioni, aveva collocato in Italia ben 10.725 cartelli, ma erano tutti di natura 'para-turistica' (si trattava di segnali che andavano da quelli stradali a quelli altimetrici, di dogana, di dazio, etc)[61]; nel 1919 il Sodalizio poteva contare su oltre 180.000 soci e una produzione scientifico-divulgativa importantissima (tra guide, cartografia, atlanti oltre a mille iniziative tra le quali la campagna di difesa dei monumenti pittoreschi e dei paesaggi). Già dal gennaio del 1919 riprendeva slancio, nella collaborazione tra Touring, la Fiat e la Pirelli, la campagna a favore della segnaletica stradale[62] (era stato discusso il Progetto di Legge "Cesana", ma lo Stato non aveva i fondi sufficienti); così venne realizzato un Consorzio Touring-Fiat-Pirelli per lo studio dei nuovi cartelli e della loro collocazione sulla base di carte in scala 1:25000.

Nel 1922 la Legislazione italiana decideva di disciplinare quel *boom* di cartelli (pubblicitari) che nelle città e nel territorio era giunti ad offendere Monumenti e Paesaggi. Nella Legge "Per la Tutela delle Bellezze Naturali e degli Immobili di particolare interesse storico", si prevedeva infatti anche che

«è vietata l'affissione con qualsiasi mezzo di cartelli e di altri mezzi di pubblicità, i quali danneggino l'aspetto e lo stato di pieno godimento delle cose e delle bellezze panoramiche di cui all'art.1 [le cose immobili la cui conservazione presenta un notevole interesse pubblico a causa della loro bellezza naturale o della loro particolare relazione con la storia civile e letteraria. Sono protette altresì dalla presente legge le bellezze panoramiche]. Questo divieto riguarda anche i cartelli e gli altri mezzi di pubblicità affissi anteriormente alla presente Legge e il Ministero dell'Istruzione Pubblica, a mezzo del Prefetto e del Sottoprefetto, ordina la rimozione dei cartelli e degli altri mezzi di pubblicità, dei quali è vietata l'affissione a norma del presente articolo»[63].

All'accordo con Fiat e Pirelli seguì, nel 1922, quello tra il Touring Club e la "Società Italo – Americana per il Petrolio" con la messa a punto di nuovi segnali, destinati alla segnalazione delle località, riportandovi l'altitudine, il numero degli abitanti, la distanza dai Capoluoghi di Provincia, le due località più vicine, e impiegando materiali più resistenti. «Il Touring aveva fatto questi cartelli come li avrebbe desiderati un Geografo»[64].

Nati di colore turchino, nel 1927 si decise di mutarne la tinta, per migliorarne visibilità e leggibilità: non più lamiera verniciata di colore azzurro, bensì lamiera e smalto bianco, con segni e parole in rosso e nero (una tipologia che sarebbe rimasta, nei decenni a venire, per alcuni cartelli turistici del Touring in Sicilia a segnalare, per conto della Soprintendenza, i monumenti di Palermo).

Durante quella campagna si perfezionò anche la distinzione della forma da dare ai vari segnali: i "segnali di direzione" ebbero forma di freccia; quelli "di pericolo", triangolare; quelli "di prescrizione" (come i divieti), furono fissati nella forma di disco; «mentre la sagoma rettangolare fu conservata per

61 Bionda, *Touring Club …,* cit., p.20.
62 S.a., *Il Touring, la Fiat, Pirelli uniti per i Cartelli indicatori*, «Rivista mensile del Touring Club», 1-2, gennaio-febbraio, 1919.
63 Legge 11 giugno 1922 n.778 (pubblicata sulla "Gazzetta Ufficiale" n. 148 del 24 giugno 1922), "Per la Tutela delle Bellezze Naturali e degli Immobili di particolare interesse storico", art.5.
64 Bionda, *Touring Club …,* cit., pp. 24-25.

i cartelli di località e per i monumenti»[65]. Nasceva così anche una segnaletica storico-monumentale vera e propria ormai codificata, che, adottata per prima dal Touring, poté valersi anche del riconoscimento della Conferenza LIAT di Ginevra del 1931.
Il bilancio era comunque che in venticinque anni il Touring aveva collocato oltre 300.000 cartelli segnaletici in gran parte paraturistici; ma, da ultimo, cominciavano a essere presenti alcune segnalazione più propriamente storico-monumentale.
Si trattava, infatti, non più solo di indicazioni utilitaristiche, ma anche di strumenti di conoscenza e di indicazione del Patrimonio monumentale e paesaggistico, in un contesto all'interno del quale il primo "*Codice della Strada*" del 1933 cercava di porre un minimo ordine legislativo, avocando allo Stato il coordinamento, se non la realizzazione, della segnaletica (anche se di quella turistica non si faceva parola). Il "*Codice*" faceva riferimento ai cartelli di "prescrizione", di "preavviso" e di "precedenza", ma, ad esempio, non accennava neppure a quelli "di località", escludendo, dunque, qualsiasi indicazione turistica propriamente detta.
Quel primo organico "Codice della Strada" (emanato con Regio Decreto 8 dicembre 1933, n. 1740), integrando e modificando regolamenti precedenti, è rimasto in vigore fino al 1959; ma nuove Norme ufficiali per la segnaletica, provenienti dal Ministero dei Lavori Pubblici e da quello delle Comunicazioni, giunsero nel 1936. Il Decreto interministeriale emanato il 5 novembre del 1936 disciplinò finalmente in modo uniforme su tutto il territorio nazionale la segnaletica verticale[66], prescrivendone dimensioni, forme e colori, ma ancora nulla su una segnaletica turistica vera e propria (i cartelli "di direzione" – quelli maggiormente 'paraturistici' o turistici - venivano dichiarati «facoltativi»).
Frattanto, nel 1932, il Touring Club Italiano era divenuto membro permanente della "Consulta per la Tutela delle Belle Arti", Commissione governativa del Ministero della Pubblica Istruzione per la Tutela dei monumenti artistici e naturali, potendo così tenere sotto controllo anche gli aspetti della cartellonistica turistica verticale in connessione ai problemi della Tutela monumentale e paesaggistica. Era ormai un'attenzione diffusa e nelle "*Leggi Bottai*" del 1939, l'attenzione per la segnaletica – e i suoi 'impatti visivi' – risultava un fatto acquisito, dopo la Legislazione del 1922.
Così la Legge "*Per la Tutela della cose di interesse storico e artistico*" (n.1089 del 1939) per i Monumenti e l'intorno urbano, sanciva definitivamente, nell'art.22, che

«con disposizione dei competenti sovraintendenti, sarà vietato il collocamento o l'affissione di manifesti, cartelli, iscrizioni e altri mezzi di pubblicità, che danneggiano l'aspetto, il decoro o il pubblico godimento degli immobili indicati negli artt. 1, 2 e 3»[67].

E, analogamente, la Legge per la "Protezione delle Bellezze naturali" (n.1497 del 1939) all'art. 14 prevedeva che:

«nell'ambito e in prossimità dei luoghi e delle cose contemplati dall'art. 1 della presente Legge [luoghi e cose che a causa del loro notevole interesse pubblico sono: 1º le cose immobili che hanno cospicui caratteri di bellezza naturale e di singolarità geologica; 2º le ville, i giardini e i parchi che, non contemplati dalle leggi per la tutela delle cose d'interesse artistico o storico, si distinguono per la loro non comune bellezza; 3º i complessi di cose immobili che compongono un caratteristico aspetto avente valore estetico e tradizionale; 4º le bellezze panoramiche considerate come quadri naturali e così pure quei punti di vista o di belvedere, accessibili al pubblico, dai quali si goda lo spettacolo di quelle bellezze] non può essere autorizzata la posa in opera di cartelli o di altri mezzi di pubblicità se non previo consenso della competente regia Soprintendenza ai Monumenti o all'Arte medioevale e moderna, alla quale è fatto obbligo di interpellare l'Ente Provinciale per il turismo. Il Ministro per l'Educazione Nazionale ha facoltà di ordinare, per mezzo del Prefetto, la rimozione, a cura e spese degli interessati, dei cartelli e degli altri mezzi di pubblicità non preventivamente autorizzati che rechino, comunque, pregiudizio all'aspetto o al libero godimento delle cose e località soggette alla presente Legge»[68].

65 Bionda, *Touring Club …,* cit., p. 25. Per quanto riguardava il rapporto tra Segnaletica turistica, Pubblicità (sempre inscindibili le due) e Tutela delle Bellezze naturali, il Regio Decreto n.410 del 14 marzo 1929 conferiva ai Capi compartimento della Viabilità il potere insindacabile di emanare divieti in base a criteri di estetica e di decoro per evitare la «menomazione delle bellezze panoramiche» in materia di pubblicità lungo le strade statali ed in vista di esse. Anche nella Legge n.608 del 22 maggio 1933 art.2 sulle pubblicità nei terreni a lato delle linee ferroviarie e visibili da esse, si faceva riferimento alla Legge di Tutela del 1922 (Legge n.778 dell'11 giugno 1922); e ancora il Regio Decreto n.1149 del 9 maggio 1935 all'art.8, sempre in materia ferroviaria, prevedeva la facoltà di non autorizzare concessioni di segnali pubblicitari ritenuti «non rispondenti a criteri di estetica».

66 La strada in Italia. Codici e norme di regolamentazione della viabilità, in *www.stradeanas.it consultato nell'aprile 2016.* Cfr. La strada in Italia dall'Unità ad oggi (1861-1987), a cura di G. da Rios e A.Porro, Roma, ANAS Pubblication, 1989. In precedenza, come preparazione al "Codice" del 1933: A.G.Pescatori, *Il nuovo Codice della Strada*, «Le vie d'Italia», marzo, 1929, pp.235-238. E all'indomani dell'emanazione del "Codice" stesso: C.Albertini, *Segnalazioni urbane ed extraurbane*, ivi, gennaio, 1935, pp.65-76.

67 Legge 1 giugno 1939 n.1089, "*Per la Tutela delle cose d'interesse artistico o storico"* (pubblicata sulla "Gazzetta Ufficiale" dell'8 agosto 1939, n.184), art.22.

68 Legge 29 giugno 1939 n.1497, "Protezione delle Bellezze naturali" (pubblicata sulla "Gazzetta Ufficiale" del 14 ottobre 1939, n.241), art.14.

*6. Gli anni del boom: la cartellonistica stradale, il Turismo di massa e la prima normazione della segnaletica turistica nel "Codice della Strada" (1959)*

Dopo la Seconda Guerra Mondiale la situazione della cartellonistica stradale in Italia si presentava molto grave, obbligando a rimettere mano a distruzioni, a danneggiamenti, a cancellazioni. Il Touring Club e l'Automobil Club Italiano (ACI) decisero di unire le loro forze trasformando l'"Ufficio speciale del TCI" nell'"Ufficio Tecnico Segnalazioni del TCI e dell'ACI": in quattro anni, subito dopo la Guerra, vennero posizionate alcune decine di migliaia di nuovi cartelli, ripristinando la situazione. Ma, ovviamente, erano segnali utilitaristici e solo in pochi casi turistici
In breve, però, dal punto di vista della segnaletica turistica, ancora una volta, il Touring Club Italiano si poneva all'avanguardia, con una serie di accordi, stipulati tra il 1954 e il 1956, con la regione Trentino-Alto Adige e, soprattutto, con gli "Enti Provinciali del Turismo" di Parma, Verona e Torino[69].

La nuova battaglia capeggiata dal Touring era però quella di una 'segnaletica responsabile', laddove da una parte ci si impegnava da oltre mezzo secolo per l'apposizione sulle strade italiane di un'utile cartellonistica (anche turistica), dall'altra ora ci si batteva contro un proliferare di tabelloni – specie pubblicitari – che rendevano complessa la lettura della stessa cartellonistica da parte degli automobilisti[70].
Ormai era divenuto chiaro, dopo l'enorme diffusione del traffico automobilistico negli anni del boom economico, come la segnaletica stradale avesse bisogno di essere completamente ripensata anche attraverso l'emanazione di un aggiornato "Codice della Strada". Ancora una volta il "Touring Club" si prodigava per una tale iniziativa[71]. Essa giungeva in porto, dopo molte polemiche, solo nel 1959 con l'approvazione del Decreto del Presidente della Repubblica n. 393 del 15 giugno 1959.
Il problema del rapporto tra cartello e Monumento/Paesaggio rientrava ancora una volta nelle preoccupazioni del Legislatore, che nell'art.11 al comma 4 prevedeva che

«qualora i cartelli e i mezzi pubblicitari debbano essere collocati in zone nella quali esistano vincoli a tutela delle Bellezze naturali e del Paesaggio o di Cose di interesse storico e artistico, l'autorizzazione è data previa presentazione da parte del richiedente del nulla osta delle competenti Autorità».

Il nuovo "Codice" ampliava il raggio della segnaletica comprendendo, finalmente, anche «segnali turistici e di territorio» e così, pochi giorni dopo, veniva emanato un secondo Decreto – il DPR 30 giugno 1959 n.420 – nel quale venivano specificate le caratteristiche della nuova segnaletica:

«i cartelli e gli altri mezzi aventi per oggetto la segnalazione di luoghi o edifici di interesse turistico, storico, religioso … sono assimilati a segnali stradali, fermo restando, per il loro collocamento, l'obbligo dell'autorizzazione degli Enti proprietari delle strade»[72].

Ancora, nell'art.26 veniva indicato che:

«i segnali stradali da apporre sulle strade … devono avere forma, dimensioni, colori e caratteristiche conformi alla norme del presente regolamento e alle figure e tabelle allegate».

Nel comma 2 veniva esplicitato il fatto che «è vietato l'uso di segnali diversi … salvo quanto autorizzato dal Ministero dei Lavori Pubblici».

Poi veniva avanzata una distinzione sulle tipologie segnaletiche:

«i segnali stradali si dividono nelle seguenti categorie … Tra i segnali "di indicazione" sono i segnali turistici e di territorio».

L'art.27 si mostra particolarmente interessante perché nei segnali "di indicazione" dovevano essere impiegati precisi colori di fondo

«*bianco*: per le strade urbane o per avviare a destinazioni urbane e per indicare alberghi;
*giallo*: per indicazione di località o punti di interesse storico, artistico, culturale o turistico;
*marrone*: per denominazioni geografiche, ecologiche e di ricreazione»,

con scritte bianche su fondo marrone, blu o nere su fondo bianco, e nere su fondo giallo.
Veniva dunque individuata, per la prima volta, una tipologia di cartello turistico, normato per Legge (sulle strade extraurbane e urbane); e una tale tipologia è poi stata ripresa nei decenni successivi all'interno di "Regolamenti" e disposizioni comunali, provinciali, regionali o a cura di Enti privati.

69 Bionda, *Touring Club …,* cit., p.32. Piacerebbe avere più informazioni su quelle iniziative, i cui risultati, dal punto di vista della cartellonistica, dovrebbero però essere oggi in gran parte perduti.

70 Ad esempio: S.a., *Ripulire l'Italia da cartelloni e bottiglie. I cartelloni pubblicitari sulle strade d'Italia sono lo sconcio più stupido ed autolesionista che possa esistere*, «Quattroruote», agosto, 1956. Ma fu soprattutto «Le Vie d'Italia», rivista del Touring, a dedicare alla questione, tra il maggio del 1951 e il giugno del 1959, ben 51 articoli.

71 C.Chiodi, *Il contributo del Touring a un nuovo 'Codice della Strada'*, «Le vie d'Italia», marzo, 1949, pp.260-264; Idem, *Il progetto del Touring per un nuovo 'Codice Stradale'*, ivi, 4, 1950, pp. 393-395.

72 Decreto del Presidente della Repubblica (DPR) del 30 giugno 1959 n.420.

Certo è che la prima applicazione su larga scala delle indicazioni del nuovo "Codice" si ebbe, nello specifico dell'autostrada, con la realizzazione dell'"Autosole", la cui apertura costituì un evento di grande importanza tale da innovare la circolazione stradale e turistica a partire dai primi anni Sessanta: il 4 ottobre 1964, con l'inaugurazione definitiva del'"A1" (cui seguirono tutti gli altri rami principali del sistema autostradale italiano), venne a concretizzarsi il sogno, di appena otto anni prima, di collegare Milano a Napoli con una "Strada dritta" di 755 chilometri. La segnaletica principale era quella verticale, cui si affiancava ora anche quella orizzontale finalmente normata, mentre sul momento non sembrò esservi novità dal punto di vista della segnaletica turistica; ma negli anni successivi sarebbero però comparse – pur timidamente – indicazioni anche di ambito turistico (specie per i "punti panoramici" legati ai luoghi di sosta)[73].
Dopo l'entrata in vigore del "Codice", l'impiego di cartelli gialli per la segnalazione di monumenti e di cartelli marroni per punti paesaggistici (panoramici o di bellezze naturali) si è diffuso fino ai primi anni Novanta in numerose campagne di segnalazione realizzate nelle varie città anche da Enti e Associazioni private (specie Lions e Rotary Club) in accordo con le varie Amministrazioni, inaugurando una 'tradizione' della quale rimangono ancora oggi alcune tracce ormai storicizzate (ad esempio a Taranto), o un uso (la segnalazione con cartelli gialli di monumenti a Milano) o una tradizione (come i 'nuovi' cartelli che a Ravenna segnalano oggi le porte urbiche).
Non a caso è sempre il Touring che nel 1969

«promuove gli standard relativi ai cartelli turistici (cartelli rettangolari con scritte nere su fondo giallo) … [sulla base] del progetto realizzato dall'Ente Provinciale del Turismo milanese in collaborazione con il TCI (progetto che prevedeva l'individuazione di sette itinerari con apposizione della segnaletica turistica non solo nei pressi del monumento, ma lungo tutto l'itinerario). Si dà conto dell'azione comune EPT-Ente di Promozione Turistica/TCI perché il colore giallo sia riservato in tutta Italia alla descrizione dei Monumenti»[74].

Un invito poi raccolto negli anni da numerose Amministrazioni[75].
Dal punto di vista paesaggistico, nel decennio che ormai intercorreva, nel 1969, dall'emanazione del nuovo "Codice della Strada" (1959), non si era affatto acquietata la polemica sul rapporto tra Paesaggio e cartellonistica pubblicitaria stradale. Anzi, il dibattito lungo e acceso che aveva ormai interessato ben due decenni, in quel 1969 portò alla fondazione, presso il "Touring Club" di Milano, di un "Comitato per la Tutela del Paesaggio stradale", che ebbe tra i propri membri anche Giò Ponti, Antonio Cederna, Paolo Monelli, oltre al concorso della Soprintendenza ai Monumenti della Lombardia e anche del Politecnico di Milano, per chiedere l'abolizione dei cartelloni pubblicitari lungo le autostrade italiane, visto il loro deciso impatto paesaggistico[76].
Un numero speciale delle rivista «Le Strade» del Touring Club, del 1970, veniva dedicato alla questione, mettendo anche in evidenza «le iniziative del Compartimento ANAS di Napoli che avevano teso ad eliminare la pubblicità stradale da alcune strade di particolare pregio paesaggistico»[77].

73 Un tentativo di ordinamento della materia si è avuto con la Legge n.120 del luglio 2010, che ha previsto l'apposizione di segnali "indicanti siti d'interesse turistico e culturale" lungo le autostrade, ma è mancato a lungo un Decreto ministeriale che li autorizzasse, per cui, negli anni, è stato più volte ribadito, in attesa della Normativa definitiva, il divieto di installare cartelli turistici specifici lungo le autostrade (ancora nel 2014). In verità sui vari tratti autostradali, dagli anni Settanta in poi, si è registrata una serie di iniziative diverse, tanto da presentare, nei vari anni, cartelli turistici posti a indicare «luoghi panoramici», altri località con monumenti, altri ancora, da ultimo, con «siti UNESCO»; mentre negli autogrill laziali. "Autostrade per l'Italia" ha promosso dal 2014 l'iniziativa "*Sei in un Paese Meraviglioso!"* con la segnalazione, attraverso appositi cartelli, di itinerari turistico-culturali riferiti al territorio servito dall'uscita più vicina (cfr. tra i primi: S.Stefanini, *I 50 anni dall'inaugurazione dell'Autostrada del Sole. Anche la Tuscia si aprì ai flussi turistici nazionali e internazionali* in www.newtuscia.it del 10 ottobre 2014 consultato nell'aprile 2016). Un'iniziativa cartellonistica, poi diffusa anche in altre Regioni, a finalità estensiva (paesaggistica, monumentale e territoriale), quest'ultima, che ha riproposto la filosofia di iniziative 'territoriali' nate, pur non in connessione con le autostrade ma con le strade 'storiche', dalla fine degli anni Novanta.

74 M.Lepore, *I gialli cartelli turistici di Milano*, «Il Touring», dicembre, 1969, p.20 in Bionda, *Touring Club …,* cit., p. 34. Nel 1973 però lo storico "Ufficio Segnalazioni Stradali" del Touring, da cui era dipesa da quasi un secolo l'attività legata alla cartellonistica stradale italiana, veniva chiuso, visto che le competenze relative alla segnaletica risultavano ormai assunte dagli Organi ministeriali.

75 Interessante il caso della segnalazione dei monumenti di Trieste, realizzata appunto con cartelli gialli con scritte nere (o, negli anni, con targhe in ottone, che a quel giallo rimandano) e ancora oggi estremamente diffusi. La particolarità sta nel fatto che si tratta per la gran parte di edifici ottocenteschi e anche novecenteschi (un'attenzione praticamente 'obbligata' a Trieste, vista la Storia della città, ma che ne fa quasi un *unicum* in Italia, salvo per alcune parti di Milano).

76 Già nel 1964 nella mozione finale del Convegno "*La protezione della Natura e del paesaggio*" organizzato dall'Accademia dei Lincei (Roma, 13-14 aprile) si auspicava il divieto definitivo della pubblicità stradale, intesa come vero e proprio «inquinamento ottico». Cfr. E.H. Meyer, *I pionieri dell'ambiente. L'avventura del movimento ecologista italiano. Cento anni di storia*, Milano, Carabà, 2012.

77 Bionda, *Touring Club …,* cit., p.33.

*7. Gli anni Ottanta. La segnalazione del singolo Monumento: una complessa questione 'locale' e il problema dell'"Elenco governativo dei Monumenti nazionali"*

Come fotografato dall'ISTAT nelle sue indagini, dagli anni Ottanta, «il fenomeno turistico ha assunto una forte rilevanza sociale, poiché la fruizione di almeno un periodo di vacanza nel corso dell'anno diviene un aspetto significativo dello stile di vita degli italiani. Le indagini condotte nel 1982 e nel 1985 fanno emergere nuovi aspetti del fenomeno, legati a stili di vita e a contesti
socioeconomici e culturali diversi rispetto al passato: accanto alle vacanze tradizionalmente intese, infatti, assumono sempre maggiore importanza i viaggi realizzati per motivi diversi (lavoro, visita a parenti e amici) e i viaggi di vacanza di durata inferiore alle quattro notti … (la "vacanza breve" e la "vacanza lunga")»[78].
Si è assistito dunque all'avvio del cambiamento della 'tipologia turistica' (dal Turismo di massa degli anni del boom ad un Turismo sempre più individualista e 'nomadico', spesso interessato ad una fruizione 'tematica' di itinerari specialistici), così che anche le Amministrazioni hanno cominciato, più diffusamente, cioè ad intraprendere una serie di iniziative volte alla segnalazione del singolo 'Monumento'.
Un turismo di massa rivolto nella stragrande maggioranza alla destinazione balneare e ad intenti ludici; un contesto culturale che, a partire dal 1968, vedeva prima la Contestazione giovanile scagliarsi contro i simboli del mondo borghese (tra i quali, appunto la vacanza), poi gli "Anni di Piombo"; e quindi la rinnovata "contestazione del '77"; parallelamente, il passaggio culturale e disciplinare dal "Monumento" al "Bene Culturale" e dal "Paesaggio" al "Territorio", hanno costituito importanti fattori 'di fondo' che, fino alla metà degli anni Ottanta, hanno profondamente bloccato, o perlomeno rallentato, una diffusa attività di segnalazione, se non di didascalizzazione, dei Monumenti e dei Paesaggi.
Dal punto di vista 'tecnico', dopo l'emanazione del "Codice della Strada" del 1959 e l'indicazione che ne derivava per la segnalazione – con specifico cartello giallo – del singolo monumento storico-artistico di riconosciuto valore ovvero di luoghi di interesse paesaggistico – con specifico cartello marrone - l'impiego di tali segnali trovava ora un quadro di riferimento normativo; i casi, però, di applicazione per circa vent'anni sono rimasti in gran parte non sistematici, salvo per quello che riguardava la segnaletica verticale connessa alle strade.
Specie in relazione alla segnalazione del singolo monumento si è comunque trattato, nei casi pochi realizzati (ad esempio a Milano), di un deciso cambiamento culturale rispetto al contesto dominante, anche in merito al complesso problema del rapporto tra segnalazione turistica monumentale ed '"Elenco dei monumenti nazionali".
Nessun Governo italiano è riuscito, infatti, a chiudere definitivamente, per tutto il Novecento, la spinosissima questione dell'"*Elenco dei Monumenti nazionali*" – seppur l'iniziativa fosse stata avviata già negli anni Settanta dell'Ottocento[79] - procedendo, cioè, ad un univoco censimento completo e sistematico di tutte le presenze sul suolo nazionale di edifici e complessi, che rivestissero caratteri di Monumentalità singolari ed unici; una 'impossibilità' non certo motivata da 'questioni tecniche', ma causata dalle resistenze del Diritto privato e da una volontà ostile nei confronti del Diritto pubblico, tanto da opporsi alla normativa vincolistica posta a limitare la totale libertà del privato di gestire *in toto* il proprio Bene (ma nel contempo anche la parallela non volontà dell'Amministrazione Pubblica all'imposizione di 'troppi' vincoli, pena la perdita, per gli sgravi fiscali conseguenti, di parte degli introiti della tassazione immobiliare. Insomma una 'lotta' ovvero un 'bilanciamento' tra la Ragioneria dello Stato e il sistema amministrativo della Tutela). Una questione, quella dei vincoli, divenuta 'atavica' e 'irrisolvibile' sia nell'Italia monarchica che in quella repubblicana, nonostante i progressi e l'aumento delle segnalazioni (tramite schede di vincolo A e OA, schede di pre-catalogo, declaratorie, vincoli, etc.), che ha avuto come propria naturale conseguenza l'impossibilità, ma anche la volontà precisa, svoltasi per lungo tempo, di non segnalare pubblicamente i «monumenti nazionali» tramite targhe, insegne o didascalie. E poi, chi doveva farlo? Lo Stato o i Proprietari? E come?
Nessun Governo italiano, né monarchico né repubblicano, si è assunto la responsabilità giuridica di rendere noto all'Opinione Pubblica, tangibilmente, il riconoscimento dello *status* dei Beni vincolati, né di quelli privati, né di quelli ecclesiastici (il contenzioso Stato-Chiesa si chiuse solo nel 1929 e sulla questione è poi caduta una pietra tombale) e neppure di quelli di proprietà dello Stato stesso alla luce della pletora della varie competenze e delle priorità dei vari Enti gerarchici.
Insomma una segnalazione monumentale centralizzata dei «Monumenti nazionali» riconosciuti come tali a termini di Legge, è divenuta questione da rimuovere al pari di quella dell'"Elenco" senza che nessuno abbia voluto concretamente affrontarla a livello centrale (nonostante la creazione nel 1975,

78 ISTAT, *Il Turismo: l'Italia in 150 anni* in *http://www3.istat.it/dati/catalogo* consultato nell'aprile 2016.

79 M.Bencivenni, *Verso una tutela su scala nazionale ...* in M.Bencivenni, R.Dalla Negra e P.Grifoni, *Monumenti e Istituzioni.* Parte I: *La nascita del servizio di tutela dei Monumenti in Italia (1860-1880)*, Firenze, Alinea, 1987, pp. 207-208. Ancora molti decenni dopo: L. Parpagliolo, *Il censimento del patrimonio artistico nazionale*, «Le vie d'Italia», settembre, 1938, pp.1106-1111

presso il neonato Ministero per i Beni Culturali, dell'"ICCD-Istituto Centrale del Catalogo e della Documentazione"[80]).

Eppure - ma solo dal punto di vista letterario e 'cartaceo' attraverso le varie "Guide"[81]- il Monumento veniva sentito/propagandato come Bene collettivo, necessario alla costituzione di una coscienza civica e di una identità nazionale conquistata con molta fatica. Il paradosso non poteva non emergere in tutta la sua evidenza: si conoscevano i Monumenti principali, si attribuiva da parte di molti un valore civico ai Monumenti stessi, ma del *corpus* completo di essi, della loro natura e della loro quantità, l'Opinione pubblica non ne ha mai conosciuto la piena consistenza. E l'unico 'censimento ufficiale' è rimasto così quello 'privato' del Touring Club Italiano con le sue "Guide rosse".

Una questione che si è trascinata per tutto il Novecento e oltre. Già nel 1912 il monito di Corrado Ricci, al proposito, era fortissimo e forniva il senso, e la motivazione, per quello che sarebbe stato il tentativo successivo di creare un interesse e una consapevolezza/coscienza collettiva. Parlando a duecento Ispettori Onorari che in tutta Italia, volontariamente, coadiuvavano il lavoro delle Soprintendenze, Ricci – allora Direttore Generale delle Belle Arti - puntualizzava

«non confondete il sentimento di voi, e di noi, e di alcuni altri col sentimento generale: non v'illudete, signori, pel fervore dei pochi! Dopo trent'anni di lavoro ardente e indefesso, io posso, io debbo annunziarvi un'amara verità: il nostro Paese, come, del resto, parecchi altri Paesi, almeno ora, non ama l'Arte»[82].

Forse non si trattava di vero e proprio 'disamore' per l'Arte, ma certo è che l'opera di segnalazione dei singoli monumenti non costituiva una priorità governativa e, dunque, veniva condotta dalle singole Amministrazioni, dai singoli Enti, dalle singole Associazioni, pur sempre in accordo con i Comuni, in pressoché totale indipendenza. Questo valeva per i monumenti singoli e anche per le segnalazioni turistico/paesaggistiche; mentre – aspetto di grande rilevanza – i "Regolamenti" comunali vietavano, dall'allora in poi, che i Privati potessero procedere in autonomia alla pubblica Didascalizzazione dei Beni propri (specie con cartelli in occupazione del suolo pubblico). La norma, presente pressoché in tutti i "Regolamenti" comunali, ha portato a contenziosi e anche a situazioni risibili (come quando Privati vo-

80 «L'ICCD nasce nel 1975 con bistituzione del "Ministero per i Beni Culturali e Ambientali" - oggi "Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo" - ed ha il compito di gestire il Catalogo generale del patrimonio archeologico, architettonico, storico artistico e etnoantropologico nazionale. L'Istituto riunisce due Enti di origini e storie diverse ma con la medesima finalità di conoscenza del patrimonio culturale: l'"Ufficio del Catalogo", nato nel 1969 con il compito di definire le metodologie della catalogazione e di coordinare le attività operative degli organi tecnici; e il "Gabinetto Fotografico Nazionale", fondato nel 1895 quale principale istituzione statale per la produzione e la raccolta delle documentazioni fotografiche, che annette nel 1959 l'"Aerofototeca nazionale"» in http://www.iccd.beniculturali.it, consultato nel settembre 2016. Naturalmente l'attività di Catalogazione è stata fin da subito pensata in stretto coordinamento con quella di Vincolo, per cui le 'stagioni' attraversate dall'ICCD sono state di segno diverso, nel coordinamento dell'attività catalogatoria svolta dalle varie Soprintendenze (che in genere affidavano a Collaboratori esterni la compilazione delle «schede di catalogo» o di «pre-catalogo» predisposte); alcune stagioni sono state di grande attività, altre di forte declino specie in relazione ai fondi erogati dai vari Governi (per i soliti motivi non solo di Bilancio generale, quanto di 'equilibrio' dei Vincoli e delle conseguenti detrazioni fiscali). Dopo il 1990 si è aperto l'altro grande tema, importantissimo per la Didascalizzazione e Segnalazione turistica, dell'informatizzazione del Catalogo nazionale e della sua messa in rete: infine, dopo vari tentativi, «per l'acquisizione e gestione integrata dei processi di catalogazione l'ICCD ha elaborato il sistema informativo generale del catalogo (SIGeC web), che assicura la qualità dei dati e la loro rispondenza agli standard nazionali … Le schede sono gestite dal sistema informativo generale del catalogo, SIGECweb. La banca dati contiene, allo stato attuale, oltre 2.300.000 schede di Beni. Questo patrimonio di conoscenze, in continua crescita, sarà progressivamente messo a disposizione di tutti gli utenti … Nel 2016 le schede disponibili per i Beni architettonici e paesaggistici sono 4830; quelle di Beni naturalistici, 43964; di Beni storici e artistici, sono 519668; di Beni archeologici, 129897; di Beni demoetnoantropologici, 29583; di Beni numismatici, 16391; di Beni fotografici, 15920; di Beni scientifici e tecnologici, 1869; di Beni musicali, 0» (sempre in http://www.iccd.beniculturali.it, consultato nel settembre 2016). Si tratta di un totale di 762.077 Beni, pari al 33.13% del totale preventivato (2.300.000 Beni), laddove il Catalogo presentato è attualmente costituito da una scheda fotografica e da una scheda di dati spesso di non facile interpretazione. Il numero ristrettissimo dei Beni architettonici e paesaggistici (4830), e quello dei Beni naturalistici (43964), poi, fa da contrasto rispetto a quello dei Beni archeologici (129897, ma si tratta in gran parte di oggetti) e a quello dei Beni storico artistici (ben 519668, ma in genere dipinti e sculture in Musei) per cui ciò fa presupporre un difficile utilizzo per le politiche di valorizzazione urbana e paesaggistica, anche dal punto di vista della segnaletica turistica. Al momento (2016) le schede del "Catalogo nazionale ministeriale" (ex "Elenco dei Monumenti nazionali") non sembrano, dunque, ancora poter essere fruite da molte Amministrazioni o da Enti privati, anche se il lavoro è *in progress* (per il Piemonte si presenta una sola segnalazione: "Il Palazzo Comunale di Garresio, Cuneo", mentre rispetto alle 1687 schede dell'Emilia Romagna, o alle 14 della Lombardia o alle 12 dell'Umbria, mancano completamente le regioni autonome di Friuli Venezia Giulia, Trentino Alto Adige, Valle d'Aosta, Sicilia). Certo, una utilità di quelle "Schede di catalogo" non si è potuta avere per tutto il Novecento, visto che solo la messa in rete le sta rendendo eventualmente 'utilizzabili'.

81 L.Di Mauro, *L'Italia e le guide turistiche dall'Unità ad oggi*, in *Storia d'Italia. Annali 5. Il Paesaggio*, vol.5, Torino, Einaudi, 1982, pp. 367–428; C.Brusa, *Dal Baedeker alla guide moderne*, in T.C.I., *90 anni di Turismo in Italia (1894-1984*), Milano, T.C.I., 1984, pp. 50-55.

82 C.Ricci, *Introduzione* in *Convegno degli Ispettori Onorari dei Monumenti e Scavi* (Roma, ottobre 1912), «Bollettino d'Arte del Ministero della Pubblica Istruzione», 1912, p. 410.

levano didascalizzare vecchie case per appuntamenti o casini); ma tant'è.
Nei decenni, con le nuove iniziative, avviate dalle singole Amministrazioni, è sembrato superarsi il grosso della resistenza culturale; ma non si sono segnalati tutti i monumenti e, soprattutto, non ci si è avvalsi della schedatura nazionale esistente presso le Soprintendenze, ma ogni Ente promotore, pubblico o privato ma sempre in accordo con i Comuni, ha operato in totale autonomia con una serie di nuovi censimenti – molti fondati sulle "Guide" cartacee più diffuse a partire da quelle "Rosse" del Touring – dando poi origine alle diverse 'campagne di segnalazione/didascalizzazione' e a una cartellonistica particolare.
In un tale contesto le segnalazioni/didascalizzazione della singola serie dei monumenti ha messo in evidenza tutte le anomalie e le contraddizioni esistenti tra Tutela, Conoscenza e Divulgazione scientifica didascalica.
Interessante, comunque, tra le varie iniziative, quella che ha visto la collaborazione tra il Touring Club Italiano, la "Soprintendenza ai Monumenti della Sicilia Occidentale" e l'"Ente Provinciale per il Turismo di Palermo" e che ha prodotto, nei principali monumenti della città una segnalazione ottenuta con cartelli rettangolari trasversali, in lamiera colorata in bianco e scritte blu. Non si è trattato di una semplice segnalazione, ma di una, prima vera e propria didascalizzazione appunto, come nel caso della

"Chiesa di S.Cataldo". Costruita verso il 1160 da Majone da Bari presenta strutture arabo-bizantine. Interessante la pianta centrica e le tre cupole arabe su pennacchi bizantini».

Ovvero nella

"Chiesa di S.Giovanni degli Eremiti. Eretta nel 1130 da Ruggero II. caratteristiche le 5 cupole all'araba. La chiesa fu legata ai ruderi di una moschea. Chiostro del XIII secolo»

con una efficace sintesi sia storica, sia del pregio architettonico.

*8. La trasformazione degli anni Novanta. Il nuovo "Codice della Strada" del 1992 e il rinnovamento della cartellonistica turistica*

Nei primi anni Novanta si erano ormai succedute una serie di campagne di segnalazione turistica di Monumenti e Paesaggi diffusi nelle diverse realtà italiane: erano iniziative singole, sporadiche, dipendenti dalle singole Amministrazioni (si ricordano, ad esempio, campagne a Milano e a Firenze) e comunque mai realizzate con una precisa volontà di sistematizzazione pianificata, ma dipendenti in gran parte da raccolte di fondi limitati e privati (spesso era il caso di tipologie singole, come palazzi nobiliari o chiese).
Nel 1992 un nuovo "Codice della Strada" – approvato con Decreto Legislativo 30 aprile 1992 n.285 – ha nuovamente disciplinato la cartellonistica verticale e anche quella che il "Codice" stesso individuava come «turistica» (con simboli che sono rappresentati anche in figure allegate al "Codice" stesso).
Il comma 2/c dell'articolo 39 del nuovo "Codice" recita che

«il colore marrone indica località o punti di interesse turistico; per denominazioni geografiche, ecologiche, di ricreazione».

Il comma 4 prescrive che i segnali "di indicazione turistica e territoriale" debbano essere «a fondo marrone con cornici e iscrizioni di colore bianco»; simboli e iscrizioni devono esemplarsi sulle figure «II.294 e II.295» allegate; e così le dimensioni (fig. tab.I, II .. simboli). Quindi

«l'inizio del territorio comunale o di località entro il territorio comunale di particolare interesse può essere indicato con segnali rettangolari a fondo marrone di dimensioni ridotte».

Esistono poi i «Cartelli bianchi», sempre il per "Codice della Strada" (comma 2/c), riferiti a

«strade urbane o per avviare a destinazioni urbane; per indicare gli alberghi e le strutture ricettive affini in ambito urbano».

Nella segnaletica dei simboli normati, bianchi sono i cartelli del «teatro», ma, tra quei simboli, compaiono anche quelli di «museo», «castello», «zona archeologica», oltre a «terme», «punto panoramico» etc. (in genere apposti su segnali marroni). Importante anche la nuova definizione dei segnali stessi, nell'art.47:

«si definisce "cartello" un manufatto bidimensionale supportato da una idonea struttura di sostegno, con una sola o entrambe le facce finalizzate alla diffusione di messaggi; si definisce invece "striscione" o "stendardo" un elemento bidimensionale, realizzato in materiale di qualsiasi natura, privo di rigidezza, mancante di una superficie d'appoggio o comunque non aderente alla stessa».

Questa nuova normazione generale, molto più capillare – per colori, dimensioni e forme – di quella del "Codice" del 1959 ha avuto un fortissimo influsso su una prassi di segnalazione turistico-monumentale che è andata sempre più diffondendosi in Italia a partire dai primi anni Novanta, con l'uso, in particolare, di cartelli di colore marrone (e non più giallo destinato ora invece «a cantieri»), anche se nella diversità delle forme quando non in stretta relazione con le strade (ma specie in aderenza agli edifici, con l'u-

tilizzo di cartelli di varia dimensione e anche ovali, come a Palermo e a Bologna).
Negli anni Novanta, dunque, si è assistito concretamente alla realizzazione di una serie di esperienze, che hanno visto il passaggio dalla 'semplice' segnalazione cartellonistica ad esempi di vera e propria didascalizzazione monumentale, diffusa, questa, in maniera però sistemica, nelle città e nel territorio.
L'idea del "Museo diffuso" già avanzata a partire dagli anni Settanta, dopo vent'anni di 'gestazione' e soprattutto in connessione con le nuove forme del "Turismo culturale" (attento cioè al rapporto con i centri storici[83], con i siti archeologici e con gli elementi etno-antropologici dalla gastronomia, al vino, alla musica etc)[84] ha avuto modo di realizzarsi in alcuni importanti esempi che hanno certamente segnato anche lo sviluppo dei modelli di didascalizzazione turistica. Esempi 'pilota'.

*8.1. Nuove idee per il "Museo della città diffusa" di Firenze. Dai nuovi cartelli di segnalazione dei Lions Club ai nuovi 'totem informatici'*

In ottemperanza alle disposizioni del nuovo "*Codice della Strada*" del 1992, l'"Associazione dei Lions Club fiorentini", tra il 1993 e il 1996, ha promosso in accordo con l'Amministrazione comunale di Firenze, una vasta campagna di apposizione di "Cartelli indicatori sui palazzi storici cittadini" [85]. Si è trattato «per le tornate 1993-94; 1994-95; 1995-96, della donazione al Comune di Firenze di 120 cartelli per la segnalazione dei palazzi fiorentini di rilevanza storica. Un'attività interclub circoscrizionale ripetuta per tre anni consecutivi con la donazione di 40 cartelli ogni anno»[86]: semplici paline con pannello di segnalazione superiore rettangolare, marrone (con un design molto semplice, quasi 'razionalista'), sul quale è stato riportato il nome del palazzo nobiliare, la data, la paternità o attribuzione e, in basso, «Dono dei Lions Club fiorentini». Una iniziativa, questa, di notevole importanza, dopo i "cartelli gialli" di Milano del decennio precedente, se si pensa che addirittura una città come Firenze era precedentemente priva di segnalazioni sistemiche e che, con la di poco successiva iniziativa de "*I luoghi della Fede*", riferita questa volta ai soli edifici religiosi cittadini, i monumenti del centro storico sono stati diffusamente segnalati e didascalizzati[87] in maniera estensiva.
Ulteriori cartelli, seppur singoli e in materiale più resistente (pietra lavica), venivano apposti, tra il 1996 e il 2000 sempre a Firenze[88], ma certamente una svolta nella 'politica della segnalazione e didascalizzazione' si è avuta quando, a partire dal 1995, il sindaco Mario Primicerio volle come proprio Assessore alla Cultura Guido Clemente, Professore di Storia Latina nonché Preside della locale Facoltà di Lettere e Filosofia. Tra i principali progetti di Clemente vi fu quello di far giungere in porto una delle tante iniziative, che fin dai tempi di Corrado Ricci Soprintendente degli Uffizi (1904-1905) aveva interessato la Cultura fiorentina: la creazione di un "Museo della città" che tale si potesse dire (e che Ricci aveva avviato, creando il suo "Museo Firenze com'era" poi nei decenni successivi più volte smembrato e smantellato).
L'impegno di Clemente, tra Comitati, Sottocomitati, Commissioni, Sottocommissioni fu intenso, ma alla fine l'Assessore dovette rendersi conto dell'interminabile palude nella quale la questione era ancora una volta caduta, anche perché a livello nazionale si avviava una polemica tra fautori dei "Musei della città" e i contrari, che avrebbe avuto un lungo strascico e che, fin dall'inizio, faceva sentire tutto il proprio

83 *Il Turismo nelle Città d'Arte minori*, a cura di G.Zanetto e A.Calzavara, Padova, Cedam, 1991.

84 *Turismo e sostenibilità. Risorse locali e promozione turistica come valore*, a cura di L. Rami Ceci, Roma, Armando ed., 2005.

85 Ad es. da: Lions Club Firenze-Bagno a Ripoli, *La nostra Storia, le nostre iniziative* in https://lionsclubfibar.wordpress.com/storia, consultato nell'aprile 2016.

86 Da: Lions Club Firenze-Ponte Vecchio, *Storia delle attività* in http://www.lionsfirenzepontevecchio.it/storia-delle-attivita, consultato nell'aprile 2016.

87 Dal 1997 il Comune di Bologna ha proceduto all'installazione sui principali Monumenti cittadini di cartelli marroni, ovali, di didascalizzazione (in genere di segnalazione, ma anche con una breve scheda informativa) che nel 2016 sono stati aumentati con «23 nuovi cartigli informativi che andranno ad arricchire 23 immobili appartenenti al patrimonio architettonico moderno della città … per edifici che popolano la città realizzati tra gli anni Venti e gli anni Ottanta» in I.Hafidi, *Per scoprire Bologna, ecco le nuove targhe del Comune* in http://bologna.repubblica.it/cronaca del 13 aprile 2016, consultato nell'aprile 2016. Analoghi cartelli ovali, marroni, ma di sola segnalazione e non di didascalizzazione, si vedono sui principali palazzi di Palermo, a cura della "Città di Palermo, Assessorato al Centro Storico" (2015). Quella tipologia di cartello si è poi diffusa 'a ricasco' nelle città che fanno riferimento a Bologna, come Cesena …

88 Cfr., *Un pannello in pietra lavica per dare informazioni ai turisti* del 15 aprile 2000 in *http://press.comune.fi.it*: «un pannello in pietra lavica con incise le informazioni turistiche sui principali monumenti fiorentini. Il "nuovo cartello" è stata inaugurato oggi nella Terrazza degli Sposi al Piazzale Michelangelo … È la terza volta che la città sperimenta questo resistentissimo materiale come "cartello": il primo fu collocato circa quattro anni fa in via del Proconsolo [1996], davanti alla Badia fiorentina, successivamente un altro pannello di pietra lavica fu messo in piazza della Signoria, per dare indicazioni sugli scavi archeologici fatti in piazza. I costi (circa 10 milioni) di quello installato oggi sul Piazzale Michelangelo sono stati coperti dalla Firenze Parcheggi e dal Lions Club. "Una donazione importante - precisa l'assessore ai lavori pubblici Paolo Coggiola - che ci permette di valorizzare la nostra città". Il luogo in cui porre il pannello, è stato scelto dopo attenti e accurati sopralluoghi tecnici fatti dall'ingegnere De Lia della Direzione nuove infrastrutture del Comune e dal sovrintendente ai Beni architettonici Mario Lolli Ghetti».

peso anche sulla realtà fiorentina[89].

Nel giro di qualche anno – per Realpolitik - Guido Clemente passò dunque dall'intenzione di un Museo vero e proprio (per il quale aveva fatto avviare ad Adolfo Natalini la sistemazione dei sotterranei di Palazzo Vecchio[90] – alla possibilità almeno di un "Museo virtuale della Città di Firenze", avviando la procedura, continuata dai Sindaci successivi, dell'installazione di una serie di totem didascalici urbani che, grazie ai primi rudimenti informatici, dovevano finire sul monitor ai visitatori informazioni anche storiche sulla città.

Si era in presenza, per Firenze e per l'Italia, di strumenti di didascalizzazione urbana estremamente innovativi: non più cartelli, ma elementi tridimensionali («totem» appunto[91]), costituiti da un piedistallo pieno e da un monitor e che, fornendo notizie in continuo, potevano essere anche 'interrogati', peraltro ancora in maniera abbastanza 'rudimentale', dal pubblico (anche se al momento ancora particolarmente digiuno di conoscenza multimediali)[92].

Alcuni di quei prodotti sono stati davvero installati (ce ne era uno, grigio e nero, ormai coperto di scritte ed escrementi, all'angolo tra piazza Stazione e via Nazionale fino a pochissimi anni fa, ma poi è sparito anche quello nel silenzio, ormai spento da anni e ridotto a fantasma interrogativo di se stesso[93]. Forse l'emblema migliore di quel mito per la 'totemizzazione' informatica che trovava le proprie radici nella «"*Blade runner" generation*» degli anni Ottanta, quella della «del computer come memoria istantanea, del video come operazione di smontaggio e rimontaggio della realtà»[94].

89 Sulla polemica - in merito all'importanza e all'utilità, o meno, di un "Museo della Città per Roma" e le città italiane - poi trascinatasi per anni: S.Settis, *Basta Roma a raccontare se stessa*, «Il Sole. 24 ore» (Milano), 25 maggio 2008. E la risposta di A. Carandini, *Quei 'Musei della Città' che in Italia mancano. Perché il Bel Paese non sa raccontare le trasformazioni del Paesaggio Urbano?,* «La Repubblica» (Roma), 9 giugno 2009, p. 34. La posizione di Settis imponeva una visione di almeno una serie di Città-Museo *en plein air*, che avrebbero richiesto politiche di Segnalazione e Didascalizzazione turistiche ben programmate e progettate.

90 Nel 1996 Adolfo Natalini venne incaricato dall'Amministrazione Comunale «di prevedere il recupero dell'area dei sotterranei appena scavati di Palazzo Vecchio e la creazione qui di un Museo della Città … con il recupero dell'area a scopo espositivo»: M. Amorevoli, Riemerge la città romana. Palazzo Vecchio, i sotterranei diventeranno museo, «La Repubblica. Firenze», 27 aprile 2004, p. IX. Per la vicenda si veda il mio F.Canali, *Palazzo Vecchio a Firenze e le prospettive della Contemporaneità. Manutenzione conservativa, Museo di se stesso e 'virtuale' 'Museo della Città'*, in *Palazzo Vecchio e dintorni,* a cura di F.Canali e V.Galati, «Bollettino della Società di Studi Fiorentini», 12-13, 2003-2004, pp. 147-148.

91 "Totem", nel senso della nuova accezione neologismica, indica un chiosco o punto *informativo* costituito da un computer disponibile all'uso pubblico. Nel senso più esteso è anche un cartello tridimensionale, posizionato al suolo, che si può leggere su almeno due facce e che può avere, oppure no, la dotazione informatica.

92 Si ricorda il sistema PIM: «i totem multimediali, anche detti "Punti Multimediali di Informazione", sono dei chioschi di metallo colorato, progettati e disegnati con il sistema CAD-Computer Aided Design, un software comunemente utilizzato dagli architetti per il disegno computerizzato. Queste colonne informative consentono, con l'uso di semplici bottoni, di ottenere facilmente l'informazione desiderata. Le informazioni offerte sono di varia natura dalle offerte di lavoro alla situazione ambientale, ai percorsi degli autobus, ad altri tipi di informazioni istituzionali fornite dal Comune. Sono presenti in Italia da circa dieci anni e la Toscana è stata la prima regione ad impiantarli sul proprio territorio. La città pioniera è Prato. La nuova generazione di totem telematici inoltre è in fase di inserimento nella "Rete Civica di Firenze" e di Prato ... Questi strumenti sono particolarmente utili per chi non ha l'accesso a Internet da casa. Essendo dislocati in vari punti della città i totem multimediali permettono a chiunque di usufruire di servizi automatizzati come ad esempio la richiesta di certificati, il pagamento dell'asilo o delle multe. Un'altra iniziativa sempre legata alla volontà politica di creare un'alfabetizzazione telematica e multimediale della città è quella che promuove la creazione di piazze telematiche. È una proposta collegata alle linee guida della "Commissione Europea" e del "Fondo Sociale Europeo" che vuole coniugare il pensiero globale con l'azione locale, definendo, quindi, la piazza come uno spazio telematico cui si associa anche uno spazio sociale» in A.Moro, *Totem multimediali e piazze telematiche* in http://www.mediamente.rai.it del 12 marzo 1999, consultato nell'aprile 2016.

93 Analoga sorte è toccata ai primi totem sparsi nelle varie città italiane, come a Brindisi.

94 D'Agostino, *Gli anni dell'Edonismo reaganiano* …, cit. Anche a Firenze, dopo quella prima esperienza sperimentale, per i primissimi anni Duemila, la didascalizzazione turistica attraverso totem è proliferata in città visto che «i totem esistenti verranno ora completamente sostituiti». Infatti: «Totem informativi nei parchi e nelle principali aree verdi della città. Orari di apertura e chiusura, caratteristiche principali del luogo, attrezzature disponibili, notizie storiche e botaniche con tanto di planimetria per indicare la collocazione dell'area nel territorio comunale. La Giunta ha stanziato ieri circa 600 milioni per la realizzazione di questi "pannelli" realizzati in pietra lavica, smaltata e serigrafata in quadricromia, particolarmente resistente ad eventuali atti di vandalismo. La fornitura dei totem verrà realizzata a cura di sponsor e l'Assessorato all'ambiente ha il mandato per la ricerca del partner che sponsorizzi una o più installazioni. Si parte con 12 "totem": Parco delle Cascine, parco del Museo Stibbert, parco di Villa Fabbricotti, Giardino dell'Orticoltura, Parco Villa di Rusciano, viale dei Colli , Giardino di Porta Romana, Parco di Villa Strozzi, Giardini della Fortezza da Basso, piazza Indipendenza, piazza della Libertà, giardino di piazza D'Azeglio. "Si tratta di pannelli gradevoli esteticamente e molto più ricchi di informazioni utili rispetto a quelli esistenti che infatti verranno completamente sostituiti". " Oltre ad evidenziare le caratteristiche dell'area - ha detto l'assessore Bugliani - le sue attrezzature e servizi, nei Totem verrà indicata anche la presenza delle colonnine per il telesoccorso, qualora siano presenti". Il Totem avrà due lati, in quello anteriore verranno date indicazioni tecniche sull'uso del giardino, in quello posteriore saranno invece contenute le informazioni storiche e una mappa della città di Firenze con l'indicazione delle aree verdi. "E' sotto gli occhi di tutti, - ha aggiunto l'Assessore - turisti e cittadini come gli spazi della città siano sottoposti ad un elevato "inquinamento visivo" causato dalla presenza di oggetti di arredo, di cartelli informativi, non troppo omogenei, che stonano. La molteplicità delle informazioni sono spesso difficilmente comprensibili, a volte parziali. L'obiettivo è dunque

*8.2. La segnaletica (verticale) per il Turismo montano: il contributo del CAI-Club Alpino Italiano*

Un caso particolare, ma assai significativo dal punto di vista della segnaletica turistica, è stato costituito dai cartelli che il CAI-Club Alpino Italiano[95] ha posto, fin dai primi del Novecento, nei sentieri montani italiani. Si ricordano le precoci collaborazioni della Sezione CAI di Roma con il Touring Club (1909), «avendo la Sezione romana aderito al Consorzio per le segnalazioni in montagna istituito presso il TCI … tanto che tra breve inizieranno le segnalazioni sui monti della Provincia e dell'Appennino centrale, secondo le Norme dello Statuto del Consorzio»[96].

Dopo oltre un secolo da quelle iniziative, non essendovi ancora oggi una univoca legislazione nazionale, i sentieri montani si mostrano, in verità, segnalati in vari modi, specie nella differenziazione tra le segnaletiche d'uso escursionistico e quelle di uso forestale (si è più volte constata l'impossibilità di concordare, a livello nazionale, la segnaletica del Corpo Forestale dello Stato, delle Regioni e del CAI attraverso una tipologia univoca).

In parallelo al CAI, negli anni Venti, anche il Touring Club procedette, in alcuni casi, alla segnalazione di sentieri di montagna (specie in riferimento alla indicazione di 'segnalazioni patriottiche', come quelle riferite ai campi di battaglia della Prima Guerra Mondiale, specie nel caso dell'itinerario Gorizia-Plava-Sabotino)[97]; ma fu piuttosto il Club Alpino Italiano a svolgere, fin dalla sua fondazione, una intensa attività relativa alla segnaletica nei sentieri di montagna in tutto il territorio nazionale.

Fino a che, nel 1985, il CAI-Club Alpino Italiano è stato legislativamente riordinato (con Legge 24 dicembre 1985 n° 776) e, dunque, la sua prima indicazione statutaria di attenzione alla segnaletica montana è divenuta obbligo di Legge: fra i compiti istituzionali dell'Ente, sanciti dall'articolo 2 comma b), vi è dunque quello di «provvedere al tracciamento, alla realizzazione ed alla manutenzione di sentieri, opere alpine ed attrezzature alpinistiche».

Nel 1990 è stato avviato dal CAI - che cura per conto delle varie Amministrazioni regionali, provinciali e comunali italiane oltre 60 mila km di sentieri - un progetto di adeguamento e di omologazione di tutti i sentieri a nuovi standard di segnaletica; un progetto che a partire dal 1996 è stato esteso a tutta la rete dei percorsi nazionali.

Grazie al lavoro della sua "Commissione Centrale per l'Escursionismo", fra il 1990 e il 1996 il Sodalizio ha anche definito gli standard cui attenersi per la redazione di una nuova segnaletica e tale indirizzo è stato fatto proprio non solo dalle sezioni e sottosezioni CAI, ma anche da numerosi Enti territoriali pubblici e privati per i quali l'Associazione è diventata l'interlocutore di riferimento per la segnaletica e la sentieristica: sono stati dunque fissati i criteri cui devono attenersi almeno le Sezioni CAI nello svolgimento dell'attività sentieristica. Criteri che sono poi stati ufficializzati e fatti propri dal Consiglio Centrale del Sodalizio nel novembre del 1999 (Delibera del Consiglio Centrale n. 272 del 27 novembre 1999).

Sono state quindi pubblicate, a cura del CAI, le tabelle di indirizzo[98] che hanno, in riferimento ai sentieri montani, lo stesso ruolo della segnaletica viaria sulle strade. Anche nel caso dei sentieri montani la segnaletica verticale è la principale[99]; essa è generalmente costituita da tabelle collocate all'inizio del

quello di migliorare i servizi, dare informazioni chiara, coordinate e utili» in *Via a 12 Totem informativi nei parchi e nelle principali aree verdi della città, gennaio 2002* in *http://www.nove.firenze.it* consultato nell'aprile 2016.

95 Il CAI-Club Alpino Italiano venne costituito a Torino il 23 ottobre 1863, esemplandosi su analoghe associazioni europee (come in Austria, Svizzera e addirittura in Inghilterra con l'"Alpine Club" di Londra), e in parallelo al Touring Club Italiano: il "Sodalizio" doveva essere «nazionale» cioè con lo scopo statutario *«di far conoscere le montagne, più sp*ecialmente le italiane e di agevolarvi le salite e le esplorazioni scientifiche». Un ruolo «italiano» che mirava ad una decisa adesione da parte della società civile, diffondendo la pratica dell'Alpinismo e del Turismo alpino presso una borghesia in continua espansione; ma scopo del CAI era anche quello di sostenere la ricerca scientifica, organizzando Congressi nazionali e gite sociali, oltre a costruire rifugi alpini (57 furono quelli edificati prima del 1900), nonché curando la pubblicazione del «*Bollettino annuale*» e della «*Rivista mensile*» (importante fu la pubblicazione della "*Guida dei Monti d'Italia",* che, iniziata nel 1908 con il volume sulle Alpi Marittime, ha visto l'uscita di 63 volumi fino alla pubblicazione dell' "Appennino Meridionale", così da costituire la più completa descrizione geografica, geologica, alpinistica del territorio montano d'Italia). Dai 200 aderenti del 1863, il CAI passò ai 4.500 soci già del 1888. Nel Primo Dopoguerra, proprio in conseguenza della diversa percezione della realtà della montagna entrata di forza nella coscienza nazionale, cambiava anche il profilo dei frequentatori del CAI, che da una connotazione borghese e alto borghese, assumevano ora anche un carattere operaio e studentesco. Dai 30.000 soci dei primi anni della Seconda Guerra Mondiale si passò poi ai 91.000 del 1948, facendo dell'Associazione un vero e proprio 'motore' di Cultura, di Conoscenza anche di Economia. Cfr. *Club Alpino Italiano, 1863-1963. I cento anni del Club alpino italiano, Milano, Tamari Editore, 1964.*

96 "Promemoria" e "Verbale dell'adunanza della 'Commissione permanente per le segnalazioni su strada e in montagna' tenuta il 22 giugno 1910" in Roma, ACS, AA.BB.AA., Div. I, 1908-1912, b.99, fasc. "Segnalazioni su strade e montagne". Nel 1912 il Touring editava un opuscolo nel quale era compreso anche l'elenco dei "Segnavie adottati dal Consorzio per le segnalazioni in montagna"»: Touring Club Italiano, *Le segnalazioni stradali e i cartelli indicatori del Touring*", Milano, 1912.

97 Bionda, *Touring Club …,* cit., pp.27-28.

98 Con Delibera del Consiglio Centrale CAI n. 272 del 27 novembre 1999 è stato approvato il Manuale redatto dalla Commissione Centrale per l'Escursionismo nel 1996: CAI*, Sentieri. Pianificazione, segnaletica e manutenzione*, Milano, CAI, «Quaderno di escursionismo» (Milano), 1, 1996, (3° ediz. 2004).

sentiero e agli incroci più importanti che contengono informazioni sulle località di posa (con nome e quota del luogo), o di destinazione (meta ravvicinata, intermedia e di itinerario) con i tempi di percorrenza e numero di sentiero; altri tipi di tabelle sono previste per i sentieri tematici, per invitare a camminare entro il sentiero, per i sentieri attrezzati, per le vie ferrate.
In particolare, le "tabelle segnavia", finalizzate a indicare la direzione giusta, sono di dimensioni e materiale standard (di 55 x 15 cm - spessore 2 cm - in legno), di colore bianco - oppure in tinta legno - con punta rossa e coda bianco-rossa; le scritte sono in nero in carattere "Arial".
Vi sono poi le "Tabelle località" (anch'esse di misura standard di 25 x 15 cm e dello stesso materiale delle "tabelle segnavia") di colore bianco - oppure in tinta legno - con scritte nere; quindi la tabella "Rispetta la natura segui il sentiero"; la "tabella sentiero tematico", che va posta agli estremi e nei punti significativi di un itinerario escursionistico segnalato, proponendo un percorso a tema (di Storia, Natura, Geologia, ecc) per invitare all'osservazione e stimolare lo studio.
È prevista infine una tipologia di «cartellone», un pannello di grande formato, collocato nei paesi o principali luoghi d'accesso alle reti sentieristiche, che rappresenta l'insieme degli itinerari della zona, inquadrandoli anche dal punto di vista geografico, ambientale e storico. È con struttura portante in legno e comprende 3 pannelli di più piccole dimensioni con:
1. una cartografia schematica della rete escursionistica e dei collegamenti stradali e infrastrutture esistenti (misura 90 x 60); 2. elenco degli itinerari escursionistici accessibili dal luogo, numero dei sentieri, tempi di percorrenza (misura 90 x 20 cm);3. note descrittive di carattere ambientale e storico riguardanti il territorio ed eventuali altre informazioni significative per la zona (90 x 30 cm)[100].
Il colore bianco-*rosso* della segnaletica turistica montana, già peraltro in uso da molti decenni ma non in maniera sistematica, è diventato così, dopo il 1999, il "filo d'Arianna" dell'escursionismo, tanto che i due colori, per la segnalazione dei sentieri, sono i più diffusi sia in Italia, sia nelle altre regioni alpine, grazie ad accordi internazionali tra i vari Club e le varie Amministrazioni che hanno fatto proprio l'ordinamento del CAI (ma, invece, da parte del Corpo Forestale attualmente sono in uso segnali di colore azzurro e giallo).

*8.3. "I Luoghi della Fede" in Toscana: la didascalizzazione degli itinerari e dei complessi per il "Giubileo 2000" (1995-2000). Un virtuoso connubio tra Guidistica e Didascalizzazione dai Monumenti alle Città al Territorio*

Uno dei primi casi, diventati emblematici di didascalizzazione a carattere pluri-sistemico, è stata l'iniziativa dei "*Luoghi della Fede in Toscana. Conoscenza, difesa e valorizzazione del patrimonio storico religioso della Toscana*". Tra il 1995 e il 2000 l'intera estensione territoriale toscana è stata interessata da una iniziativa, promossa dall'Amministrazione regionale in accordo con vari Enti (tutti i Comuni, le Soprintendenze, le Province, le Curie …) per un ampio programma di didascalizzazione sia territoriale sia urbana in occasione del "Giubileo cattolico" del 2000 e le "*Vie del pellegrinaggio a Roma*". Cardine del progetto, curato da Valentino Baldacci[101], è stato il passaggio dalla 'semplice' segnalazione (i cartelli con informazioni ridotte) ad una vera e propria didascalizzazione (pannelli informativi costituiti, cioè, da schede più lunghe accompagnate spesso da schemi, planimetrie, prospetti, etc). Ma, soprattutto, si è trattato di un progetto 'diffuso' in una intera realtà regionale, comprendo le varie 'scale informative' (dalla dimensione territoriale, a quella urbana a quella monumentale):

«l'idea di fondo del progetto - promuovere e valorizzare questo insieme di "luoghi" come un vero e proprio "museo diffuso"- ha avviato un'operazione di riscoperta e di rilettura culturale con un taglio di alta divulgazione, che ha coinvolto enti pubblici privati, istituzioni e associazioni culturali»[102].

99 La segnaletica orizzontale è formata da segnavia a vernice sempre di colore bianco-rosso o rosso-bianco-rosso (detta anche bandierina e che contiene il numero del sentiero); i segnavia sono posti all'inizio e lungo il sentiero, su sassi o piante, e vengono utilizzati per offrire l'informazione di continuità e conferma del percorso.

100 Ad es.: *Segnaletica* in CAI-Sezione di Fara San Martino in *http://www.caifarasanmartino.it/segnaletica-sentieri.html,* consultato nell'aprile del 2006. Le indicazioni sono tratte da *Sentieri. Pianificazione, segnaletica e manutenzione* …, cit.

101 Valentino Baldacci è stato dal 1988 al 1994 Segretario generale del "Comitato nazionale per il V° centenario della morte di Piero della Francesca", voluto dal Ministro per i Beni Culturali; dal 1990 al 1995 Direttore della "Fondazione Piero della Francesca"; nel 1994 è stato coordinatore del progetto "Luca Pacioli"; dal 1996 al 2000, Coordinatore tecnico-scientifico del progetto "I Luoghi della Fede", promosso dalla Regione Toscana; dal 2003 al 2005 Coordinatore del progetto "Toscana/Europa – Itinerari medicei e lorenesi" promosso dalla Regione Toscana, dall'Institut Européen des Itineraires Culturels e dall'ANCI (Associazione Nazionale Comuni d'Italia). Si veda anche V.Baldacci, *Il sistema dei Beni Culturali in Italia. Valorizzazione, progettazione e comunicazione culturale, Firenze, Giunti,* 2004; Idem, *Gli itinerari culturali. Progettazione e comunicazione*, Rimini, Guaraldi, 2006.

102 *I Luoghi della Fede in Toscana* in http://www.regione.toscana.it consultato nell'aprile 2016.

a) Il livello territoriale (meno esplicito nell'operazione quello paesaggistico) è stato attuato sulla base del progetto "La Via Francigena"[103] (l'itinerario medievale che dal Nord Europa conduceva i pellegrini fino a Roma) con:
1. l'impianto di ben 6782 cartelli di 'segnaletica direzionale' lungo l'intera rete viaria della Regione.
b) Il livello urbano e monumentale è stato invece realizzato attraverso il progetto "I Luoghi della Fede" con:
2. la 'segnaletica in loco', in esterno, per 2043 «luoghi della fede». Ogni cartello, in Italiano e Inglese, presenta un testo di 700 battute circa, con una sintetica descrizione storico-artistica, architettonica e religiosa;
3. all'interno di 60 edifici religiosi di particolare pregio sono stati posti ulteriori cartelli con una descrizione più approfondita, sempre in Italiano e Inglese, con pianta dell'edificio e indicazione delle cappelle, delle opere d'Arte principali, etc.

Il programma, piuttosto complesso, è stato pensato in maniera sistemica per interessare i diversi sistemi comunicativi – da quello cartaceo, a quello cartellonistico, a quello informatico (pionieristicamente) – e ha visto la realizzazione di:

1. la stesura di 2527 informazioni su edifici storico-religiosi (peraltro di tutte le confessioni);
2. la didascalizzazione delle informazioni su appositi cartelli, contrassegnati – sia quelli grandi a pannello, sia quelli piccoli a palo presso il Monumento – da una raffinata grafica ben riconoscibile rossa e beige, curata da Andrea Rauch[104]. Pannelli anche in questo caso molto 'sobri' e semplificati dal punto di vista della forma, beige per i monumenti singoli, bianchi per i cartelloni, ma sempre caratterizzati da due ampie fasce rosse, una in alto e una in basso;
3. Fondamentale è stato il rapporto tra la produzione editoriale del progetto – un aspetto questa virtuoso nel paradigma toscano – la cartellonistica e la messa in rette delle informazioni, rinverdendo e attualizzando il vecchio rapporto inscindibile tra Cartellonistica e Guidistica. Centrale è stata, infatti, l'edizione di "Guide" cartacee suddivise in vari generi: nel 1997 è stata pubblicata la "*Guida generale ai 'Luoghi della Fede'*"[105]; tra il 1999 e il 2000 sono usciti 25 volumetti riferiti ad altrettante aree regionali[106]; sono stati editi inoltre due volumetti, uno riportante i dati tecnici della campagna fotografica ("*I segni del progetto*") e uno dedicato agli "*Itinerari nella Toscana del Giubileo*"[107].
4. il riversamento informatico[108] sulla rete di tutte le informazioni, interrogabile sia in chiave geografica, che tematica.

Il progetto e la sua realizzazione sono rimasti purtroppo, al di là dell'evento giubilare o celebrativo singolo, un *unicum* nella realtà italiana, e si continuano a porre come una pietra miliare. I cartelli 'resistono' ancor oggi a oltre tre lustri di distanza e mantengono la loro alta carica di 'servizio' e di riconoscibilità, oltre che di qualità (anche per la loro gra-

103 Nel 1997, nell'ambito delle iniziative in preparazione per il Giubileo del 2000, è stato avviato anche il progetto *"L'Appia Antica, cammino di fede e di cultura"* che ha interessato tutte le Regioni attraversate dall'Appia partendo dal Lazio fino a raggiungere la Puglia (e comprendendo anche la cosiddetta Appia Traiana). Non si è però realizzata allora una didascalizzazione turistica paragonabile, a livello di sistematicità e diffusione, a quella della regione Toscana. Si veda anche: A. G. Chizzoniti, *Gli itinerari turistico-religiosi giubilari tra turismo e cultura,* «Aedon. Rivista di Diritto e Arti», rivista on line, 1, 1999; S.Amorosino, *Gli itinerari turistico-culturali nell'esperienza amministrativa italiana,* ivi, 3, 2000.
104 A ribadire la continuità tra le varie stagioni della 'cartellonistica turistica' (dal manifesto al segnale), si è posta anche la figura di Andrea Rauch, designer ma anche noto Autore di cartelloni e manifesti. Egli è stato inoltre dal 1995 al 2008, Art Director del complesso museale di Santa Maria della Scala a Siena; nel 1998 ha progettato l'immagine coordinata dei Musei fiorentini; nel 1999, in occasione del Grande Giubileo, ha curato per la Regione Toscana la parte grafica della segnaletica regionale per *I luoghi della fede*; nel 2008 ha progettato immagine e segnaletica per il MAV, Museo Virtuale dell'area archeologica napoletana, di Ercolano. Cfr. anche: S.a., *100 Graphic Designers of the World*, «Idea Magazine» (Tokyo), 240, settembre, 1993, "*Andrea Rauch*"; G.Dorfles, *Rauch Design*, Firenze, Press 80, 1997; D.Baroni e M.Vitta, *Storia del Design grafico*, Milano, Longanesi, 2004, pp. 278-279.
105 «La "Guida" costituisce lo strumento conoscitivo di base del progetto. E' articolata essenzialmente su base territoriale, con le dieci province divise al loro interno in aree storico-geografiche, che vengono presentate sia con una breve introduzione sia con una carta che evidenzia, con una precisa simbologia, i "Luoghi della Fede" citati nel testo. All'interno delle aree vengono elencati i Comuni, per ognuno dei quali viene fornita una breve scheda descrittiva, che mette in evidenza i più significativi luoghi di culto; seguono le schede di approfondimento per le chiese considerate di particolare interesse, e quelle sui musei presenti nel territorio comunale. Questo modello è stato seguito per tutti i Comuni della Toscana, con l'eccezione delle sei principali città d'arte (Arezzo, Firenze, Lucca, Pisa, Pistoia, Siena), per le quali, data la particolare abbondanza del patrimonio storico-religioso posseduto, viene fornita una scheda più ampia, relativa alla città e al territorio comunale, che segue un criterio diacronico mostrando le trasformazioni delle chiese nel tempo. Insieme a questa lettura territoriale ne viene offerta un'altra, trasversale rispetto alla prima, di taglio tematico, per mezzo di ventiquattro schede riferite ad argomenti comuni a tutto il territorio regionale. La "Guida" è completata da un "Glossario generale" e da un "Glossario degli arredi cerimoniali ebraici", ed è aperta, oltre che dalla Presentazione della Giunta regionale toscana e da una guida alla lettura dei Curatori del volume, da uno scritto di Antonio Paolucci sui caratteri generali dell'arte e dell'architettura sacra in Toscana, da un'introduzione storica sul patrimonio religioso della regione, stesa da Italo Moretti per la parte medievale e da Gabriele Morolli per quella rinascimentale e moderna, e infine da una riflessione di Timothy Verdon su La fede e i luoghi» (da *Presentazione* a *I Luoghi della Fede. Guida a 287 Comuni, 100 musei, 2000 chiese, abbazie, templi, sinagoghe, attraverso 3000 anni di storia*, a cura di V.Baldacci V. e C.Silla, Milano, Mondadori, 1997). Estensori delle schede architettoniche: Ferruccio Canali e Gabriele Morolli. Si veda anche la recensione al volume, di Federico Duranti, «Critica d'Arte», 62, 4, 1999, pp. 20-21.

fica accattivante), nonostante problemi di gestione e soprattutto di manutenzione (di chi è la proprietà? Della Regione? Dei Comuni? Pare che il progetto iniziale non prevedesse chiaramente questa clausola) e a causa dei continui vandalismi.

*5.d. "Il progetto Mirabilia": la didascalizzazione degli edifici monumentali italiani e il "*Piano di comunicazione del Patrimonio Culturale Nazionale" *tra iniziativa locale e volontà ministeriale*

A partire dagli anni Novanta si è sviluppato un progetto – peraltro ancora in corso – di iniziativa privata (della "MP Mirabilia s.r.l."[109]) in accordo con varie Amministrazioni pubbliche per la didascalizzazione di siti e monumenti. Un bilancio generale dell'iniziativa - che è di estremo interesse per aver interessato molte realtà locali e quindi per essersi posto a livello nazionale, da Padova a Taranto, da Roma a Napoli, da Ravenna a Lecce[110] a Verona - non è stato fatto, ma si è avuto notizia che

«al 2015 sono stati installati circa 3000 pannelli in tutta Italia … ma limitandosi a didascalizzare il Monumento nella sua storicità»[111].

Sembrano mancare a oggi gli aspetti sistemici paesaggistici, territoriali e urbani (tali non si possono dire, ad esempio, i due cartelloni che fuori dalla stazione FS di Ravenna illustrano "Il porto di Classe", la "Villa romana di Russi" e "I luoghi della cultura statali in Emilia Romagna").
Il nodo è che non si è trattato di un progetto univoco, ma in parte esso è stato connesso al "Progetto Mirabilia. Piano di comunicazione del Patrimonio Culturale Nazionale", in parte all'iniziativa delle singole Amministrazioni che a quel progetto hanno comunque voluto traguardare[112].

Il risultato comunque, visivamente quasi univoco,

106 *Firenze*, a cura di C.Acidini, Milano, Mondadori, 1999; *Volterra e la Val di Cecina*, a cura F.Lessi, ivi, 1999; *Massa, Carrara e la Lunigiana*, a cura di A.Benvenuti, ivi, 1999; *Le Crete senesi, la Val d'Arbia e la Val di Merse,* cura di A.M.Guiducci, ivi, 1999; *Le Colline del Fiora e dell'Albegna e la Costa maremmana,* a cura di C.Gnoni Maravelli, ivi, 1999; *San Miniato, il Valdarno inferiore e la Valdera*, a cura di R.Roani Villani, ivi, 1999; *Lucca,* a cura di M.T. Filieri, ivi, 1999; *Pistoia e il suo territorio,* a cura di C.D'Afflitto, ivi, 1999; *Prato e la sua provincia*, cura di C. Cerretelli, ivi, 1999; *Grosseto, Massa Marittima e la Maremma,* a cura di B. Santi, ivi, 1999; *L'Amiata e la Val d'Orcia*, a cura di B. Santi, ivi, 1999; *Il Casentino e il Valdarno superiore*, a cura di L.Speranza, ivi, 1999 (nel volume il mio F.Canali, *L'architettura dal Rinascimento all'Età moderna in Casentino e il Valdarno superiore*, pp.33-42); *La Valdinievole*, a cura di O. Casazza, ivi, 2000; *Cortona e la Valdichiana aretina*, a cura di S.Casciu, ivi, 2000; *I dintorni di Firenze*, ivi, a cura di C. Acidini, ivi, 2000; *Empoli, il Valdarno inferiore e la Valdelsa fiorentina*, a cura di C. Proto Pisani, ivi, 2000; *La Piana lucchese e la Versilia*, a cura di M.T. Filieri, ivi, 2000; *Arezzo e la Valtiberina*, a cura di A. M. Maetzke, ivi, 2000; *Montepulciano e la Valdichiana senese*, a cura di L. Martini, ivi, 2000; *Livorno, la Val di Cornia e l'Arcipelago*, a cura di I.Moretti, ivi, 2000; *Il Chianti e la Valdelsa senese*, a cura di A. Benvenuti, ivi, 2000; *Il Mugello, la Valdisieve e la Romagna fiorentina*, a cura di C.Acidini, ivi, 2000; *Siena*, a cura di B. Santi, ivi, 2000; *Pisa e l'area pisana*, a cura di M.Burresi, ivi, 2000; *La Garfagnana, la Val di Lima e la Media Valle del Serchio*, a cura di M.T.Filieri, ivi, 2000.

107 *I segni del progetto,* a cura di V. Baldacci e C. Silla, Firenze, Regione Toscana, 1997; *Itinerari nella Toscana del Giubileo*, a cura di V. Baldacci, Regione Toscana, Firenze, 2000.

108 Un secondo progetto analogo "Toscana/Europa – Itinerari medicei e lorenesi" promosso, tra il 2003 e il 2006, dalla Regione Toscana, dall'Institut Européen des Itineraires Culturels e dall'ANCI (Associazione Nazionale Comuni d'Italia), coordinato sempre da Valentino Baldacci, non ha avuto esito cartellonistico segnaletico/didascalico né guidistico, ma rimanendo solo su piattaforma informatica è oggi perduto, poiché i due siti di riferimento (*www.itinerarilorenesi.it* e *www.toscana-europa.com*) non risultano all'aprile 2016 attivi. Un caso eclatante che fa comprendere l'imprescindibilità del rapporto tra Didascalizzazione in rete, Didascalizzazione reale e Guidistica. Gabriele Morolli ne aveva stilato le schede architettoniche e quelle relative alle infrastrutture territoriali (2005), oggi però perdute nella rete.

109 La "MP Mirabilia s.r.l." «è un sistema di comunicazione per la promozione del patrimonio culturale … e segue linee progettuali standardizzate … con l'elaborazione di piani strategici di sviluppo integrato» in *www.mpmirabilia.it* consultato nell'aprile 2016.

110 La "MP Mirabilia s.r.l." pare che abbia realizzato a Lecce anche la nuova segnaletica turistica verticale, stando alle immagini presenti sul sito internet della Società, in accordo con le disposizioni del "Codice della Strada": «la valorizzazione del patrimonio culturale, e del territorio, è legata anche ad una segnaletica turistica che, pur rispettando la necessità di mobilità e sicurezza dei visitatori, valuti l'impatto che questa ha sull'ambiente e sul paesaggio. MP Mirabilia, seguendo questi principi basilari e connessi alla sua stessa mission, realizza una segnaletica dei siti di interesse storico-artistico e naturalistico sempre dopo averne individuato anche la collocazione più idonea e in conformità alle disposizioni del "Codice della Strada". Una segnaletica stradale in grado di aiutare gli spostamenti dei turisti e di guidarli facilmente nei centri storici e non solo, promuovendo così l'immagine del territorio» in *www.mpmirabilia.it* consultato nell'aprile 2016.

111 F.Lombardi, *L'assessore Facciolongo (di Canosa) replica all'articolo "Quella storia raccontata in parte" della «Gazzetta del Mezzogiorno» di sabato 23 maggio 2015*, in *terradelsolenews.wordpress.com*, del 1 giugno 2015 consultato nel marzo 2016.

112 «Numerosi sono gli Enti e le Amministrazioni Pubbliche, tra queste oltre 100 Comuni, che hanno scelto di avvalersi dei sistemi di comunicazione di MP Mirabilia. Di seguito ne sono elencati solo alcuni: Ministero per i Beni e le Attività Culturali ( Direzione Generale per il bilancio e la programmazione economica, la promozione, la qualità e la standardizzazione delle procedure); Direzione Regionale per i Beni Culturali e Paesaggistici del Molise; Direzione Regionale per i Beni Culturali e Paesaggistici della Puglia; Comune di Barletta; Comune di Lecce; Comune di Padova; Comune di Viterbo; Comunità Montana del Mugello; FAI – Fondo per l'Ambiente Italiano; Provincia di Brindisi - Museo Archeologico Provinciale "F. Ribezzo"; Provincia di Cagliari; Provincia di Roma» in www.mpmirabilia.it consultato nell'aprile 2016. Per gli ultimi prodotti più evoluti a Verona «il "Progetto Mirabilia – Piano di Comunicazione del Patrimonio Culturale Nazionale", affidato tramite bando pubblico alla Società MP Mirabilia Srl, è realizzato grazie al contribuito di Agsm, Amia ed Amt … Saranno installati entro il

resta di estremo interesse, se non altro per la unicità e longevità di realizzazione, oltre che per la decisa riconoscibilità dei segnali che si ricollegano ad un gusto *fin de siécle* che si ricollega ai manifesti *rétro*. Si tratta inoltre non di segnalazioni, ma di vera e propria Didascalizzazione ottenuta attraverso una *facies* standard del cartello, posto in prossimità del Monumento, con ampio spazio per una scheda scritta in Italiano e Inglese e anche l'apposizione di grafici (piante, prospetti o sezioni), oltre, nelle versioni più evolute, anche con un QRcode (come a Lecce). Quasi omologo il supporto (la palina) progettato dalla stessa "Mirabilia"[113] (come a Ravenna); avvicinabile a quel gusto *rétro fin de siécle* (come a Roma e a Lecce) che è andato diffondendosi in questi anni e che caratterizza anche la palina "2253-Layia" della ditta "Neri" di Longiano (Cesena)[114], supporto che è stato molto utilizzato in Italia, a partire dagli anni Novanta, per le didascalizzazioni turistiche. La tipologia dei due segnali risulta suddivisa in due campi: in quello in basso è ospitata una pubblicità (o dello sponsor o dell'Ente), mentre nel pannello maggiore, più in alto, è la descrizione del Monumento (o brano di Città o Paesaggio o Bellezza naturale, a seconda del progetto di didascalizzazione)[115].
Ogni iniziativa di "Mirabilia", al di là della quasi omogeneità del prodotto finito (i segnali composti da palina e da cartello sono molto simili, salvo una leggera differenziazione dei brevetti), ha visto sul cartello il nome dell'Amministrazione promotrice, come a Ravenna con il Comune insieme alla locale Cassa di Risparmio; a Taranto, la Soprintendenza all'interno del "Progetto Mirabilia. Piano di comunicazione del Patrimonio Culturale Nazionale" (e qui sarebbe interessante sapere se sono state impiegate le schede O e OA dell'"Elenco dei Monumenti Nazionali"), poiché, come anche per il Molise, si è trattato di iniziative ministeriali.
Una iniziativa che, tra pubblico e privato, ha reso la didascalizzazione un prodotto dal *brand* omogeneo e ben individuabile nel panorama di molte realtà locali (anche nella collaborazione con il FAI) e che, dunque, resta pionieristico e di assoluta rilevanza (nonostante anche in questo caso, si siano poi verificati problemi di manutenzione e vandalismo dei singoli segnali. Ma questo è dipeso dagli accordi con le varie Amministrazioni).

Nel corso del Novecento, in parallelo al radicale mutamento della Società e dunque delle richieste (dalla Villeggiatura d'élite al Turismo di massa), si sono elaborati diversi modelli informativi in uno stretto rapporto tra Cultura e fruizione (dagli *affiches*, alle Guide, ai primi cartelli, fino ai sistemi informatici). L'iniziativa, prima della Segnalazione poi della Didascalizzazione, ha cercato di rispondere a necessità sempre diverse, prima da parte di Associazioni private, poi sempre più da parte delle Amministrazioni pubbliche che hanno sempre più codificato e organizzare un settore nato sulla base di iniziative autonome poi rivelatosi sempre più importante nel mondo della gestione pubblica (attraverso il "Codice della Strada") e poi nella Comunicazione turistica. Le esigenze di Amministrazioni, Enti, Fruitori sono state spesso

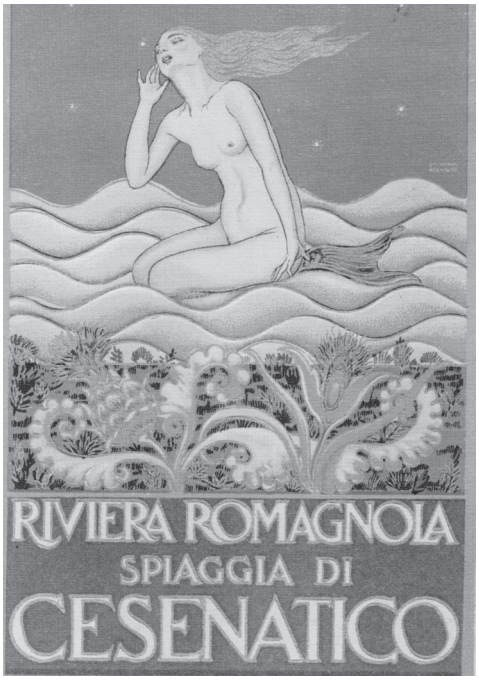
mese di luglio i 30 nuovi pannelli didattico- informativi sui principali monumenti storici e culturali della città, che offriranno ai turisti la possibilità di ricevere informazioni in modo autonomo, attraverso il proprio palmare o il proprio telefono cellulare» in http://www.veronaeconomia.it del 18 giugno 2013 consultato nell'aprile 2016.

113 «Il pannello è realizzato su lastra d'acciaio e stampato mediante un processo artigianale che permette di controllarne meglio la qualità. Successivamente subisce un processo di vetrificazione, mediante cottura, che ne assicura l'inalterabilità ai raggi ultravioletti e alla temperatura, l'impermeabilità e la resistenza al fuoco, alle abrasioni e alle scalfiture» in *www.mpmirabilia.it* consultato nell'aprile 2016. La manutenzione, secondo metodologie di uso comune, assicura al pannello di mantenere l'aspetto originale.

114 In via dei Serpenti a Roma sopravvivono due grandi cartelloni di inizio Novecento, ormai molto arrugginiti, ma che restano come indicatori di quel gusto, che poi è divenuto *rétro* ed è stato ripreso da molta cartellonistica attuale. In un'epoca di complessa codificazione culturale e commerciale anche dei prodotti segnaletici, l'estremo dettaglio della previsione si pone in linea con la dimensione obbligata dei vari cartelli già nel "Codice della Strada" del 1992. Così, ad esempio, la «Palina 2253 – Laya è composta da un palo a sezione circolare in acciaio zincato a caldo con base ed elementi decorativi in fusione di ghisa; predisposta per un pannello monofacciale di dimensioni 475x805 mm ed un pannello monofacciale di dimensioni 475x205 mm (pannelli non forniti). Finitura: ciclo all'acqua a basso impatto ambientale. Larghezza 57 cm; area esposta 0.48 mq. L'art.2253.003 ha caratteristiche precise. Descrizione: stendardo formato da elementi in ghisa UNI EN 1561 e acciaio S355J UNI EN 10219-1 zincato a caldo secondo norma UNI EN ISO 1461, il tutto corrispondente per forma, misure e decori vari al disegno che del progetto fa parte integrante. Lo stendardo … il cui elemento va innestato sull'anima (1°), [ha] decoro (B) composto da due foglie arricciate. Il pannello pubblicitario è composto da: un telaio esterno (C) alto cm 116,5, lungo cm 57, realizzato con un profilo speciale di acciaio, al suo interno vi è saldato uno scheletro (a) per irrobustire la struttura; un telaio interno superiore (D) alto cm 84,5, lungo cm 51,6 ed uno interno inferiore (E) alto cm 84,5, lungo cm 51,6, realizzati in profilato angolare (mm 20 x 20 spessore 6) di acciaio, due perni (b) facilitano il fissaggio al telaio esterno (C); la struttura ha la predisposizione per l'installazione di due pannelli (F-G) di dimensione cm 50,5 x 23 x 2 (il primo) e cm 50,5 x 83 x 2 (il secondo). Lo spazio pubblicitario utile dei due pannelli è: altezza cm 80,5, lunghezza cm 47,5 per quello superiore, altezza cm 20,5, lunghezza cm 47,5 per quello inferiore» in http://www.neri.biz/it consultato nel marzo 2016.

115 .«Sono contenuti inediti e vengono elaborati, dopo un approfondito lavoro di ricerca e di raccolta informazioni, da un'equipe formata da Storici dell'Arte, Archeologi, Architetti e Grafici, ma sempre approvati dalle Soprintendenze e dagli Enti locali interessati. La loro produzione è sempre caratterizzata da una sequenza di fasi: alla ricerca e acquisizione dei dati presso Soprintendenze, biblioteche, archivi e banche dati, enti pubblici e privati, Internet, segue l'elaborazione, attraverso la progettazione grafica e la redazione e traduzione dei testi, e la loro veicolazione attraverso strumenti comunicazione quali i pannelli informativi e prodotti editoriali» da http://www.mpmirabilia.it consultato nell'aprile 2016.

diverse. Importante è garantire, oltre all’efficacia comunicativa, anche una “Democratizzazione dell’informazione” che perlomeno tenga sempre conto di tre ‘livelli’ paralleli: il primo per un pubblico per nulla preparato (al quale può bastare una semplice ‘Segnalazione’); il secondo per un pubblico che necessita o si aspetta perlomeno una introduzione generica; il terzo per fruitori più esigenti e preparati, anche se non specialisti. Le esperienze condotte in Italia nel Novecento, pur nella embrionalità sperimentale di molti casi, hanno evidenziato la necessità della compresenza della Comunicazione grafica e di quella scritta (fin dal 1911); le le nuove tecnologie, che alla fine del secolo si sono prima timidamente affacciate e poi diffuse in maniera prorompente, non devono far rinunciare a continuare la ‘tangibilità’ dell’informazione e dei suoi supporti ‘tradizionali’. Pena – e numerosi casi si sono già attuati – la perdita di preziose ricerche e informazioni, in un “Autunno della Comunicazione” dopo l’”ubriacatura virtuale’. I Monumenti, le Città e i Paesaggi restano Musei *en plein air*, come avevano intuito già Corrado Ricci e Ugo Ojetti all’inizio del XX secolo e con le stesse logiche museali vanno trattati anche nella Segnalazione e Didascalizzazione.



1

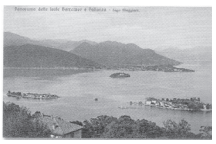
2

3

4

5

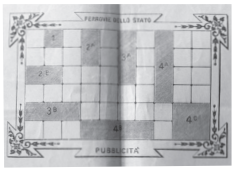
6


7

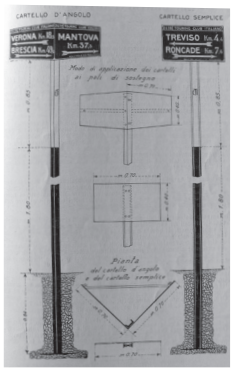
1. Segnaletica a cartelloni pubblicitari: *Cesenatico*, 1925 ca.
2. Segnaletica a cartelloni pubblicitari: *Venezia lido*, anni Trenta
3. Segnaletica a cartelloni pubblicitari: *Abbazia*, anni Trenta
4. Cartoline illustrate come veicolo pubblicitario e di conoscenza: *Capri*, inizi Novecento
5. Cartoline illustrate come veicolo pubblicitario e di conoscenza: *Porto Venere*, metà del Novecento
6. Cartoline illustrate come veicolo pubblicitario e di conoscenza. Turismo ‘religioso’: *Loreto*, metà del Novecento
7. Cartoline illustrate come veicolo pubblicitario e di conoscenza: *Lago maggiore e isole Borromee*, metà del Novecento
8. Cartolina tratta dai pannelli di discalizzazione per il Foro Romano, Roma, 1911 (inviata da Giuseppe Gatteschi a Corrado Ricci, in Ravenna, Biblioteca Classense, fondo “Ricci”, Corrispondenti)
9. Ferrovie dello Stato, Tariffario per pubblicità in cartelloni pubblicitari e segnaletici all’interno delle stazioni, 1907
10. Touring Club Italiano, cartello segnaletico direzionale per la Libia italiana, 1912 (in Touring Club, 1912)
11. Touring Club Italiano, Schizzo dimostrativo per paline segnaletiche e pubblicitarie, 1912 (in Touring Club, 1912)
12. Bari, via Sparano, palina segnaletica e pubblicitaria di inizi Novecento (fotografia del 2016)
13. Palermo, segnaletica turistica in bianco e blu, ante anni Sessanta del Novecento (fotografia del 2014)
14. Bari, cartello segnaletico turistico in giallo, anni Sessanta-anni Novanta del Novecento (fotografia del 2016)
15. Ravenna, palina per la segnaletica turistica urbana in giallo, anni Sessanta-anni Novanta del Novecento (fotografia del 2016)
16. Taranto, cartello segnaletico turistico in giallo, anni Sessanta-anni Novanta del Novecento (fotografia del 2016)

17. Ravenna, cartello segnaletico monumentale in giallo, anni Novanta del Novecento (fotografia del 2016)
18. Segnaletica turistica urbana e territoriale in marrone e bianco prevista dal nuovo *Codice della strada* del 1992 (fig. II-294)
19. Firenze, palina per la segnaletica turistica urbana in marrone, post 1992 (fotografia del 2016)
20. Firenze, palina per segnaletica monumentale in marrone per iniziativa del Lions Club, 1993-1996 (fotografia del 2016)
21. Taranto, segnaletica monumentale in marrone, 2008 (fotografia del 2016)
22. Palermo, segnaletica monumentale ovale in marrone, sull'esempio messo a punto a Bologna a partire dal 1997 (fotografia del 2014)
23. Firenze, cartellone segnaletico urbano per "*Il Luoghi della Fede*", 1995-2000 (fotografia del 2016)
24. Firenze, palina per segnaletica monumentale per "*Il Luoghi della Fede*", 1995-2000 (fotografia del 2016)
25. Firenze, piazza della Signoria, segnaletica di esplicazione della stratificazione storica urbana, anni Duemila (fotografia del 2016)
26. Bari, segnaletica turistica urbana, anni Duemila (fotografia del 2016)
27. Lecce, segnaletica turistica urbana di esplicazione della struttura della città alla fine dell'Ottocento, anni Duemila (fotografia del 2016)
28. Brindisi, totem informativi informatici dismessi, primi anni Duemila (fotografia del 2016)
29. Taranto, palina per segnaletica monumentale progetto "*Mirabilia*", anni Duemila (primo modello privo di QR-code), primi anni Duemila (fotografia del 2016)
30. Lecce, palina per segnaletica monumentale progetto "*Mirabilia*" co QRcode, anni Dieci del Duemila (fotografia del 2016)
*31-40. Trieste, un esempio di comunicazione urbana integrata alle varie scale, anni 1990-2015*
31. Livello provinciale. Esempio di segnalazione provinciale di interesse turistico (località Aurisina-Trieste), anni Dieci del Duemila (fotografia del 2016)
32. Livello urbano. Trieste, esempio di segnalazione turistica di intorno urbano, anni Dieci del Duemila (fotografia del 2016)
33. Livello di quartiere urbano. Trieste, esempio di segnalazione turistica relativa alla stratificazione storica di intorno urbano, anni Duemila (fotografia del 2016)
34. Livello monumentale. Trieste, esempio di segnalazione turistica in giallo di edificio monumentale, su iniziativa del Lions Club, anni Ottanta circa (fotografia del 2016)
35. Fruizione itinerante, richiamo visivo. Trieste, totem di segnalazione informativa turistica, anni Dieci del Duemila (fotografia del 2016)
36. Fruizione itinerante, servizi informatici. "Trieste itinerante", stazione di ascolto per informazioni turistiche per QRcode, anni Dieci del Duemila (fotografia del 2016)
37. Fruizione itinerante, segnali tematici. Trieste, segnale iconico dell' "Itinerario neoclassico cittadino" apposto sui monumenti interessati, 1990 (fotografia del 2016)
38. Fruizione itinerante, segnali tematici. Trieste, segnale iconico dell' "Itinerario cittadino riferito a James Joyce" apposto sui luoghi interessati, anni Duemila (fotografia del 2016)
39. Fruizione itinerante, segnali tematici. Trieste, segnale iconico dell' "Itinerario cittadino riferito a Italo Svevo" apposto sui luoghi interessati, anni Duemila (fotografia del 2016). Esiste anche un apposito "Itinerario riferito a Umberto Saba"
40. Fruizione itinerante, segnali tematici. Trieste, segnale iconico dell' "Itinerario cittadino riferito ai locali storici riconosciuti dalla regione Friuli Venezia Giulia" apposto sui luoghi interessati, anni Dieci del Duemila (fotografia del 2016

8



9-10



11-12

13-14

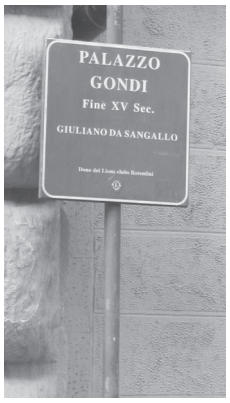
15-16

17

18-19

29-30

20-21

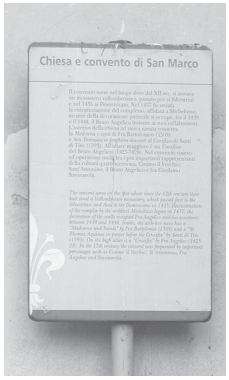


31-32

22

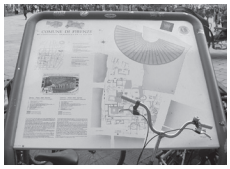
33-34

23-24



35-36

25



26

37-38

27-28

39-40