

BOLLETTINO DI ARCHEOLOGIA ON LINE

DIREZIONE GENERALE ARCHEOLOGIA, BELLE ARTI E PAESAGGIO

XV, 2024/2

doi: 10.60978/BAO_XV_02_03

SILVIA PALLECCHI*

RITESSERE E RACCONTARE. RIFLESSIONI SULLA COMUNICAZIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE

Communication plays a pivotal role in restoring cultural heritage to the communities it rightfully belongs to. By sharing its meaning and potential, heritage can regain significance in the present, contributing not only to the construction or reconstruction of awareness and historical perspective but also making tangible contributions to local economies.

In Italy, cultural consumption, which was already at relatively low levels before the COVID-19 pandemic, experienced a significant decline during the health emergency. Although there is a slight recovery today, economic uncertainty and challenging international political situations may hinder further growth. In this context, the role of cultural heritage professionals becomes crucial as they navigate the delicate mediation between cultural heritage and communities.

The communication of cultural heritage can significantly benefit from the widespread use of information technologies. However, intriguing applications can also be found in the revitalization and reinterpretation of traditional communication systems. In the realm of communication within museums and archaeological parks, there are rich experiences and extensive bibliographies continuously being updated. The situation is more challenging when it comes to communication on archaeological sites, demanding further reflection and consideration.

«Se vogliamo davvero offrire un futuro al patrimonio culturale,
“dobbiamo non solo conoscerlo, ma anche dividerlo:
il compito degli studiosi e delle istituzioni, oggi, in fondo è tutto qui”»

DANIELE MANACORDA¹

COMUNICARE PER CONDIVIDERE

Dal punto di vista etimologico, la comunicazione è un'attività che implica una condivisione (letteralmente di *munia* o *munera*, cioè doveri o doni, secondo le diverse interpretazioni) e il concetto è strettamente connesso con quello di comunità². La comunicazione dei beni culturali, in particolare, rappresenta un fondamentale processo di restituzione alla collettività di un patrimonio che, in effetti, già le appartiene di diritto.

¹ MANACORDA 2022, aletta anteriore.

² NIZZO 2022, p. 6.

Attraverso la condivisione del suo significato e delle sue potenzialità, questo patrimonio può recuperare una funzione e un'utilità nel presente, sia in termini di costruzione o ricostruzione della consapevolezza e della prospettiva storica sia, talvolta, in termini di concreto impulso alle economie dei territori. Gli operatori dei beni culturali, da questo punto di vista, giocano un ruolo di mediazione delicatissimo e cruciale, che si concretizza sia nella contestualizzazione e nella decodifica del significato del patrimonio, sia nella sua declinazione in linguaggi accessibili ed efficaci, che possano favorirne la condivisione, stimolando curiosità, interesse e partecipazione anche nel pubblico meno specializzato³.

La comunicazione, in effetti, costituisce ormai un processo ineludibile nell'attività degli operatori culturali che, a ogni livello, devono essere in grado di effettuare una selezione accurata degli argomenti da presentare, devono saperli semplificare senza comprometterne la complessità e devono accettare la responsabilità di integrare le informazioni frammentarie, per renderle immediatamente comprensibili a tutte le fasce di utenti. Si tratta di competenze fondamentali e molto specializzate, che richiedono una formazione specifica e in relazione alle quali sarebbe certamente utile organizzare, già in ambito universitario, dei percorsi formativi *ad hoc*.

In Italia, seppur avviato con un certo ritardo rispetto al resto d'Europa, il dibattito su questi temi ha dato vita a progetti significativi di archeologia pubblica e condivisa, che sottolineano chiaramente il ruolo che queste pratiche possono assumere come strumenti di promozione e sviluppo culturale, politico ed economico delle comunità⁴. Si tratta di un dibattito vivace e attuale, che riflette le diverse sfaccettature attraverso le quali gli archeologi pensano al proprio mestiere e al proprio ruolo nella società.

LE TANTE VIE DELLA COMUNICAZIONE DEI BENI CULTURALI

La rapida rivoluzione dei sistemi di gestione delle comunicazioni che ha caratterizzato gli ultimi anni ci ha restituito una comunità caratterizzata da un approccio diffuso alle tecnologie della comunicazione e da un livello di relazioni e interconnessioni che solo pochi anni fa sarebbe stato impensabile.

In questa situazione, la gestione professionale dei nuovi mezzi di comunicazione per declinare il racconto dell'archeologia nei tanti linguaggi che caratterizzano i diversi mondi della cultura e i diversi strati della società rappresenta una grande opportunità, oltre che una sfida intrigante: in palio c'è la possibilità di stabilire un rapporto nuovo e vivo con le comunità e, al tempo stesso, l'occasione di imparare a soddisfare le esigenze di comunicazione dei tanti istituti culturali del nostro Paese.

L'impiego dei *social media*, per fare un esempio, ha oggi un ruolo fondamentale nei confronti delle generazioni più giovani e, su questo fronte, le più importanti istituzioni culturali stanno cominciando a muoversi con sperimentazioni che spesso risultano di alto livello e di grande efficacia. Tra i casi italiani di maggior successo segnaliamo, solo a titolo di esempio, il profilo *Tik Tok* della Galleria degli Uffizi (oltre 170.000 *followers*)⁵.

Un'altra frontiera importante, da questo punto di vista, è quella costituita dalle piattaforme e dalle applicazioni di *gaming*, che sono in grado di muovere, coinvolgere e interessare pubblici molto vasti e diversificati. Attraverso l'integrazione di cultura e intrattenimento, questi sistemi sono in grado di veicolare, contestualizzare e fissare contenuti anche complessi che, a seconda del *target* e degli obiettivi comunicativi specifici, possono essere declinati secondo le logiche del *Game-Based Learning* o della *Gamification*⁶.

³ MANACORDA 2020, pp. 14-15.

⁴ DAL MASO, RIPANTI 2015; DAL MASO 2018; VOLPE 2020; MEGALE, MONTI 2021.

⁵ @uffizigalleries (ultimo accesso 23 dicembre 2023). Per altri esempi: PALLECCHI 2023, pp. 85-118.

⁶ Su questi temi, si veda anche PALLECCHI 2023, pp. 119-122.

In ambito italiano, da questo punto di vista sono esemplari i giochi *Father and Son* e *Past for the Future*, rispettivamente elaborati dal Museo Archeologico Nazionale di Napoli e dal Museo Archeologico Nazionale di Taranto, in collaborazione con l'associazione culturale TuoMuseo⁷. Sul fronte del *gaming* commerciale a livello internazionale si distingue invece la saga di *Assassin's Creed*, i cui vari capitoli sono ambientati in contesti di altissimo valore storico e culturale, che vengono accuratamente ricostruiti con l'impiego di una raffinatissima grafica 3D e con il supporto e la supervisione di esperti di alto livello nelle diverse tematiche⁸.

Nel vasto panorama della rete, sono invece ancora quasi completamente da esplorare le possibilità dei tanti mondi virtuali, come *SecondLife*, *Decentraland*, *OpenSimulator*, *Vircadia*, *Spatial* e *Roblox*, che nel 2023 risultavano già popolati da oltre 350 milioni di persone. Questi ambienti, che sono in continua espansione, a oggi risultano ancora sottoutilizzati ai fini della comunicazione dei beni culturali⁹ e, in Italia, sono per lo più frequentati da utenti che li impiegano solo per attività di *gaming*¹⁰.

Nel mondo dell'arte contemporanea questa frontiera sembra in progressivo avvicinamento, come paiono indicare non solo le edizioni 2022 dell'*Art Basel* e della Biennale d'Arte di Venezia, che hanno sperimentato in maniera intensa le potenzialità del digitale, ma anche la realizzazione nel Metaverso del museo virtuale *Meta Vanity* che, nell'ambito di una visita totalmente immersiva, consente di ammirare le opere di alcuni tra i più noti e importanti artisti digitali della scena mondiale. In questo senso sembra andare anche la realizzazione di una versione VR dello Smithsonian American Art Museum¹¹ e, sulla stessa linea d'onda, stanno cominciando a sintonizzarsi anche alcuni tra i maggiori musei archeologici a livello mondiale, come il British Museum e il Louvre¹². In Italia, invece, la polemica suscitata nel 2022 dalla vendita della versione NFT del Tondo Doni, effettuata da una società privata in seguito ad un accordo con la Galleria degli Uffizi, lascia presagire un percorso meno diretto e immediato¹³.

In questo panorama, un ruolo interessante è giocato anche dai mezzi di comunicazione tradizionali, che possono essere reinterpretati e adattati alle nostre necessità e ai nostri obiettivi. Su questo fronte, anche in Italia si sta assistendo a una sperimentazione importante, che può essere interpretata come il risultato di un reciproco bisogno di incontro, che viene espresso sia degli operatori dei beni culturali che dal loro potenziale pubblico¹⁴.

Ne costituiscono un buon esempio diversi romanzi e racconti pubblicati negli ultimi anni, variamente connessi a ricerche archeologiche o a tematiche relative ai beni culturali, che dimostrano la grande potenzialità del linguaggio narrativo anche per la trattazione di temi seri e complessi¹⁵.

⁷ <https://mann-napoli.it/father-and-son-the-game/> (ultimo accesso 17 maggio 2024); <https://museotaranto.cultura.gov.it/en/past-for-future/> (ultimo accesso 17 maggio 2024). Per altri esempi: PALLECCHI 2023, pp. 124-134.

⁸ A proposito dell'efficacia di questo gioco in termini culturali e in relazione all'impulso impresso all'economia dei contesti in cui le avventure sono ambientate, vedi <https://www.ubisoft.com/it-it/game/assassins-creed> (ultimo accesso 17 maggio 2024). Su questo gioco, vedi anche: COCO 2020; FERDANI 2020, pp. 138-139; RAINOLDI *et al.* 2022.

⁹ https://www.repubblica.it/tecnologia/2022/04/20/news/la_mappa_del_metaverso-346028887/ (ultimo accesso 17 maggio 2024); per una riflessione a proposito della comunicazione indirizzata alla Generazione Z cfr., invece, BUHALIS, KARATAY 2022. Per quanto in particolare riguarda l'archeologia, vedi già SEQUEIRA, MORGADO 2012.

¹⁰ https://www.repubblica.it/dossier/economia/innova-italia/2023/04/26/news/metaverso_italia_aziende-397694802/ (ultimo accesso 17 maggio 2024).

¹¹ <https://americanart.si.edu/beyond-the-walls> (ultimo accesso 17 maggio 2024).

¹² <https://uk.icom.museum/the-british-museum-will-enter-the-metaverse-via-the-sandbox/> (ultimo accesso 30 maggio 2024).

¹³ <https://www.tribune.com/professionisti-e-professionisti/politica-e-pubblica-amministrazione/2022/05/uffizi-vende-opere-nft-ministero-blocca-tutto/> (ultimo accesso 17 maggio 2024).

¹⁴ PALLECCHI 2017.

¹⁵ Tra gli altri: CANTINI 2007; LAMBITI 2017; GIANNICCHEDDA 2018; BENENTE, DENTONE 2019; MANACORDA 2022; GIANNICCHEDDA 2023. In generale: PALLECCHI 2023, pp. 40-53.

Per la stessa ragione, di grande interesse risultano anche le numerose sperimentazioni che adottano il linguaggio comunicativo dei fumetti¹⁶ o quelle che prendono le strade della trasmissione radiofonica¹⁷.

Il successo di queste esperienze presso il pubblico dei non specialisti attesta in maniera chiara che, se ben gestito, il linguaggio narrativo può fungere da ponte vitale tra il patrimonio culturale e il desiderio delle comunità di conoscerlo e dividerlo.

LA COMUNICAZIONE SUI CANTIERI ARCHEOLOGICI

Se sul fronte della comunicazione nei musei e nei parchi archeologici esistono esperienze e bibliografie anche molto ricche, che sono in continuo aggiornamento¹⁸, più problematica è la situazione relativa alla comunicazione sui cantieri archeologici, che merita forse un approfondimento della riflessione¹⁹.

Un cantiere archeologico, che si trovi in un abitato o in una zona rurale, che porti alla luce contesti altrimenti sconosciuti o che intervenga invece in aree in cui la presenza di tracce del passato è già nota, suscita sempre interesse e curiosità nelle persone che frequentano il territorio. Questa curiosità, che è del tutto legittima, si basa sulla consapevolezza del fatto che esistono forme di organizzazione spaziale e materiale diverse da quelle attuali, alle quali si intuisce che corrispondano modi di vita differenti. Il confronto con questo tema finisce spesso per coinvolgere in maniera profonda l'osservatore, portandolo a riflettere sulla complessità dell'esperienza umana.

In aggiunta a questa prima impressione, chi osserva dall'esterno un cantiere archeologico spesso sviluppa una seconda prospettiva legata ai disagi che l'esistenza del cantiere comporta nella vita quotidiana della comunità, che spesso si vede sottratti, in maniera temporanea o permanente, spazi, beni e servizi che ritiene di sua pertinenza. Si tratta di situazioni che devono essere gestite, non solo per facilitare le attività dei cantieri, ma soprattutto per fare in modo che, oltre che sul mondo della ricerca, le indagini che si conducono possano avere un impatto positivo e concreto anche sulla vita quotidiana, sull'assetto culturale e, magari, sulla situazione economica delle comunità.

La gestione del rapporto con i territori avviene attraverso operazioni di comunicazione che possono trarre beneficio dall'elaborazione di una strategia comunicativa di progetto che tenga in considerazione aspetti come la composizione demografica delle comunità coinvolte, il livello di istruzione medio, le risposte fornite ad eventuali iniziative pregresse, i bisogni specifici ecc. Nella fase di elaborazione di questa strategia, si impone naturalmente anche una valutazione accurata delle risorse (soprattutto umane, economiche ed, eventualmente, tecnologiche) disponibili²⁰.

Le operazioni di comunicazione sul cantiere archeologico possono assumere una modalità *diretta*, ossia svolgersi in momenti di incontro effettivo tra l'*équipe* dei ricercatori e il pubblico, oppure una modalità *indiretta*, mediata da un sistema informativo.

¹⁶ Ad esempio: PANICUCCI, GIORGI 2015; MAZZOLENI, GROSSO 2021; Vedi anche le serie *Jack e Matrix* di Mirko Furlanetto (<https://www.jmxcomics.it/jack-matrix-la-serie/>; ultimo accesso 17 maggio 2024) e *Diario di Scavo*, di Emiliano Barletta e Alessio Lo Manto (<https://www.obloaps.it/prodotto/diario-di-scavo-considerazioni-finali/>; ultimo accesso 17 maggio 2024). Sul tema, vedi anche PALLECCHI 2023, pp. 71-78.

¹⁷ Ad esempio: <https://www.raiplaysound.it/audio/2021/07/DALLA-TERRA-ALLA-STORIA-214a5959-7b27-4904-ae9f-2ce8765c9767.html> (ultimo accesso 17 maggio 2024).

¹⁸ Vedi, tra gli altri: BONACCHI 2019; CALANDRA *et al.* 2019; MANDARANO 2019; BONACINI 2020; TOFFOLETTI 2021; LO BLUNDO 2022; NIZZO 2022, con bibliografia precedente.

¹⁹ Sul tema, vedi già PALLECCHI 2023, pp. 169-197.

²⁰ Su questo argomento, vedi anche MEGALE, MONTI 2021.

In entrambe le circostanze, nelle attività di comunicazione la comunità deve trovare un portale d'accesso per la condivisione degli obiettivi del progetto di ricerca e, se possibile, per una partecipazione diretta.

Tra i sistemi di comunicazione indiretta più utilizzati ci sono i pannelli illustrativi che, attraverso una combinazione di testi esplicativi e immagini, costituiscono un veicolo fondamentale per il mantenimento del dialogo tra i ricercatori e le comunità, anche nei periodi di inattività dei cantieri archeologici.

Un'interessante declinazione di questa prassi è rappresentata dall'impiego di prodotti stampati, quali volantini e opuscoli, che possono essere messi a disposizione in prossimità dell'area di scavo. Diversamente dai pannelli illustrativi, tali supporti richiedono all'osservatore un impegno più marcato nella lettura, sottraendolo momentaneamente alla diretta osservazione del sito e richiedendo una concentrazione attiva.

Di per sé quindi si tratta di strumenti che, nell'immediato, hanno un'utilità limitata: chi si affaccia su un'area archeologica di solito vuole osservare, e possibilmente capire, quello che ha davanti e non leggere un testo. Questi supporti, tuttavia, hanno comunque una loro efficacia, direttamente legata alla loro portabilità, che ne favorisce la conservazione e che, anche a distanza di tempo, garantisce la possibilità di proseguire e approfondire l'esperienza conoscitiva. L'utilizzo di *QR code* e di altri *link* a piattaforme informatiche può ulteriormente arricchire il percorso, intensificando il rapporto tra il visitatore del sito, la ricerca e l'*équipe* che la conduce.

Ulteriori efficaci forme di comunicazione indiretta possono essere offerte da strumenti interamente digitali, come *app*, siti web, *forum*, *blog*, profili *social* ecc., che possono consentire di elaborare percorsi conoscitivi multipli, più ricchi rispetto a quelli che impiegano supporti fisici e più facilmente adattabili alle diverse esigenze del pubblico. Queste piattaforme permettono anche l'instaurazione di un rapporto più vivo tra l'*équipe* e i visitatori, che può essere di volta in volta declinato in forma di *contest*, piccoli giochi e sistemi di raccolta di *feedback*, ma che può anche essere più semplicemente sviluppato attraverso l'apertura e la gestione di canali di messaggistica.

I sistemi di comunicazione indiretta perdono quasi completamente la loro efficacia nei momenti in cui l'*équipe* degli archeologi è al lavoro sul campo. In queste situazioni, l'attenzione dei visitatori si focalizza sulle attività in corso, spesso trascurando i sistemi informativi strutturati, che raramente riescono a catturare l'interesse di chi li osserva e a veicolare le informazioni che contengono. In queste situazioni, se non si interverrà con un'azione di comunicazione aggiuntiva, c'è il rischio che i visitatori lascino l'area insoddisfatti, con la sensazione di non aver avuto accesso ad una parte importante dei contenuti della visita.

Per questa ragione, nei periodi in cui l'*équipe* è al lavoro sul sito assume primaria importanza programmare forme di comunicazione e interazione diretta tra i ricercatori e i visitatori: si tratta di un'attività che sicuramente richiede tempo ed energie, ma che spesso fa la differenza, in termini di efficacia comunicativa.

In queste situazioni, la comunicazione si realizza principalmente in forma orale, aiutata dalla gestualità e dalla mimica dell'operatore, dalla situazione materiale del cantiere ed, eventualmente, anche dal ricorso ad alcuni supporti grafici, che possono essere proposti in vario modo.

Sulle modalità di sviluppo e gestione di una comunicazione orale che possa risultare efficace, cogliendo e mantenendo l'attenzione di chi ascolta e favorendo la trasmissione dei messaggi, altre discipline hanno sviluppato approcci anche molto sofisticati, che in alcuni casi raggiungono livelli particolarmente alti²¹.

²¹ Vedi, ad esempio: BORZACCHIELLO 2015; SECCI, DUÒ 2018.

L'archeologia italiana, su questo fronte, si muove invece per lo più ancora in maniera artigianale, attraverso sperimentazioni che si basano sul buon senso dei singoli, sulla loro esperienza empirica e sulla loro capacità di empatia. Si tratta di sperimentazioni che, di solito, raggiungono comunque ottimi risultati, perché chi si occupa di comunicazione, in questi anni, effettua un'importante scelta di campo. Ciò nonostante, è evidente che una maggiore contaminazione con gli studi specialistici sviluppati in questo settore potrebbe determinare, anche in archeologia, un arricchimento interessante degli strumenti comunicativi disponibili.

Quando le caratteristiche del sito e del cantiere lo consentono, è possibile adottare una forma di comunicazione che si avvicina alla *living history*, organizzando eventi di comunicazione diretta in cui la storia del sito e le sue caratteristiche vengono illustrate da operatori in costume d'epoca. Si tratta di una soluzione piuttosto impegnativa in termini di tempo, lavoro e risorse ma che, se ben gestita, può portare risultati soddisfacenti e determinare ricadute economiche immediate sulle comunità di riferimento dei progetti. Insieme all'*équipe* dei ricercatori, le attività di questo tipo possono coinvolgere direttamente anche le comunità locali che, attraverso la partecipazione, si appropriano più facilmente delle iniziative e ne ottimizzano i risultati.

In caso di siti pluristratificati, si dovrà scegliere se sviluppare una narrazione in prospettiva *sincronica*, focalizzandosi su una fase specifica della vita del sito, o in prospettiva *diacronica*, privilegiando il racconto dello scorrere del tempo, oltre che delle trasformazioni dei contesti e della vita quotidiana.

Per il sito di San Bartolomeo al Mare (provincia di Imperia), ad esempio, di cui l'Università degli Studi di Genova si è occupata per alcuni anni, si è optato per una narrazione di tipo sincronico²². Il sito, che sembra identificabile con una *mansio* di età romana, è localizzato in una posizione decisamente interessante dal punto di vista della comunicazione, perché la località in cui si trova è interessata da un importante flusso turistico nei mesi estivi. L'area archeologica è situata, inoltre, direttamente al di sotto delle strutture di una scuola primaria e questo rende ovviamente i bambini interlocutori privilegiati del cantiere.

In questo caso, in considerazione della posizione del sito, oltre che della sua storia particolare, il dialogo con la comunità fu strutturato sulla base di una narrazione in chiave tematica che, oltre al tema generale della vita quotidiana, andasse ad approfondire argomenti strettamente legati alla storia del sito, alle modalità della sua frequentazione e alla qualità dei resti materiali conservati.

Le campagne di scavo a San Bartolomeo al Mare erano organizzate tra agosto e settembre, in maniera da intercettare il flusso dei turisti e, al tempo stesso, in modo da rendere possibile anche il dialogo con i bambini delle scuole. Durante tutto il periodo dello scavo, gli eventi di comunicazione si svolgevano al ritmo di due alla settimana e la partecipazione era gratuita, ma su prenotazione, in maniera da permettere all'*équipe* di ottimizzare le operazioni di accoglienza e gestione dei visitatori sul sito.

Nel corso degli eventi gli operatori, in costume da antichi Romani, facevano rivivere la piccola comunità dei gestori e dei frequentatori della *mansio*, interpretando personaggi ben caratterizzati, dotati di un nome proprio, di una propria personalità e di un ruolo specifico all'interno del contesto. Durante le visite, questi personaggi interagivano tra di loro e con i visitatori, sviluppando piccole attività di archeologia sperimentale, come la costruzione di un muro in terra cruda e la cottura di focacce con l'utilizzo di un *clibanus*, o interpretando brevi scenette a carattere didattico, per illustrare l'utilizzo della struttura e delle sue diverse parti.

Le scene rappresentate, come anche il *focus* della narrazione, variavano da incontro a incontro, in maniera da legare e fidelizzare il pubblico, invogliandolo a tornare sia per essere aggiornato sugli sviluppi delle ricerche, sia per assistere all'evoluzione delle vicende dei personaggi.

²² Per questo sito: CAPOBIANCO *et al.* 2022, con bibliografia precedente.

La trama della narrazione era, infatti, costantemente rivista, aggiornata e integrata, in relazione alle novità che emergevano nel corso degli scavi.

Gli eventi di *storytelling* coinvolgevano, di volta in volta, solo parte del sito, mentre nel resto dell'area gli operatori non coinvolti nella comunicazione proseguivano lo scavo, ma erano al tempo stesso disponibili ad interagire con i visitatori e a rispondere alle loro eventuali domande. In questo modo, la comunicazione veniva ulteriormente arricchita legando, anche a livello visivo, il processo di ricerca alla restituzione delle informazioni.

Il sistema adottato a San Bartolomeo al Mare si è dimostrato di grande efficacia ed è capitato spesso che piccoli gruppi di visitatori prendessero l'abitudine di tornare a far visita al sito almeno una volta alla settimana; si trattava, per lo più, di famiglie con bambini, che era naturalmente più facile far appassionare alle attività e alla trama delle storie, ma non mancavano gli adulti, che talvolta stringevano rapporti importanti di fiducia, amicizia e collaborazione con l'*équipe*.

Sui cantieri e sui siti archeologici italiani, gli esempi di comunicazione gestita in chiave sincronica sono numerosi e in importante sviluppo. Tra i più recenti, ricordo il caso dell'evento "L'altra Pompei prende vita", svoltosi sabato 8 giugno 2024 all'interno del Parco Archeologico di Pompei, come compendio alla mostra "L'altra Pompei. Vite comuni all'ombra del Vesuvio", contemporaneamente visitabile all'interno della Palestra Grande. Come l'accesso alla mostra, anche la partecipazione alla manifestazione era compresa nel costo del biglietto di accesso al Parco, in modo da facilitare e incoraggiare la partecipazione di un pubblico ampio e composito.

Nel corso dell'evento, che è stato organizzato in collaborazione con alcuni gruppi di rievocazione storica, diciassette attori in costume storico hanno restituito vita all'antica Pompei, interpretandone alcuni abitanti intenti alle proprie attività. I personaggi scelti erano di diversa estrazione, dalla *domina* al fullone o al venditore ambulante, per permettere di raccontare la complessità del tessuto sociale della città. Per loro, era stata ricostruita una storia personale verosimile, che ne definisse lo spessore, facilitando empatia e condivisione negli osservatori. Una mappa scaricabile dal sito internet del Parco forniva ai visitatori tutte le informazioni necessarie per l'individuazione dei luoghi di incontro con questi personaggi.

Parzialmente assimilabile alle iniziative di questo genere è il caso, più strutturato, di alcune esperienze di *living history*, come quella proposta presso il sito altomedievale di *Podium Bonitii* (Poggibonsi, in provincia di Siena). In questo contesto, le ricerche pluriennali condotte dall'Università degli Studi di Siena hanno portato alla strutturazione di un Archeodromo, che sviluppa importanti attività nell'ambito dell'archeologia sperimentale, ricostruendo interi contesti e reduplicando strumenti e pratiche, anche complesse. Nel corso degli eventi di comunicazione che si organizzano presso l'Archeodromo, i ricercatori vestono i panni degli antichi abitanti del villaggio, intenti alle loro occupazioni, e i visitatori possono ascoltare le loro storie e, in certi casi, collaborare alle loro attività²³.

Diversa è la scelta operata a Policastro Bussentino (Santa Marina, in provincia di Salerno), dove il sito è costituito da una porzione di abitato caratterizzata da stratificazioni molto potenti, che spaziano tra il V secolo a.C. e la metà del XVI secolo d.C. In questo caso²⁴, il sito presenta evidenze che, pur essendo caratterizzate da una certa monumentalità, nel complesso risultano poco comprensibili ad un occhio che non riesca a disporle correttamente nel tempo. Per questa ragione, in questo contesto si è scelto di organizzare una narrazione in chiave diacronica, strutturata come una specie di viaggio nel tempo.

²³ A proposito delle ricerche a *Podium Bonitii* e della comunicazione proposta dall'Archeodromo di Poggibonsi, vedi tra l'altro VALENTI 2019a; VALENTI 2019b; VALENTI 2019c, con bibliografia precedente; cfr. PALLECCHI 2023, pp. 154-156.

²⁴ A proposito di questo sito: PALLECCHI 2017, pp. 31-43 con bibliografia precedente.

Gli operatori che la gestiscono, che anche in questo caso sono gli stessi archeologi che lavorano sul sito, nel corso degli eventi di comunicazione impersonano gli abitanti del borgo nelle sue principali fasi di vita e vestono costumi storici fortemente caratterizzati. Questi abiti permettono di distinguerli facilmente anche a livello visivo e, al tempo stesso, suggeriscono a chi osserva l'idea del trascorrere del tempo e della trasformazione della cultura. Gli abiti, in altre parole, vengono utilizzati per ordinare e ancorare ad una chiara linea del tempo gli eventi che si raccontano e i contesti che si illustrano, andando a costituire una sorta di filo di Arianna all'interno della narrazione.

Nel corso degli eventi organizzati a Policastro Bussentino, l'incontro con i visitatori inizia con l'operatore che impersona un abitante della città al momento della sua fondazione. L'operatore guida il gruppo nella visita ai resti della città che si riferiscono a quel periodo, aiutando i visitatori ad immaginarli come dovevano apparire sullo scorcio del V secolo a.C.

Al termine di questa fase, si congeda e lascia il passo a un collega vestito con abiti chiaramente associabili al periodo successivo, che accompagnerà il gruppo nella prosecuzione del viaggio. Le diverse tappe della narrazione sono organizzate in una sorta di staffetta nel tempo e permettono di riordinare lungo un filo coerente la percezione dei luoghi e la comprensione delle vicende che li interessarono.

In questo caso, gli eventi di comunicazione sono organizzati al termine delle campagne di ricerca; sono gratuiti, ma su prenotazione, e si svolgono nell'ambito di più giorni, in maniera da soddisfare le tante richieste. La narrazione è aggiornata annualmente, in maniera da rendere conto del progredire delle ricerche e da facilitare la fidelizzazione della comunità di riferimento. Per questa stessa ragione, parte degli incontri viene talvolta organizzata in stretta collaborazione con le scuole locali, coinvolgendo gli studenti sia nella pianificazione che nella gestione degli eventi.

Un'esigenza in parte simile ha spinto all'adozione di una comunicazione di tipo diacronico anche nel noto caso della Terramara di Pilastrini (Bondeno, in provincia di Ferrara), un villaggio dell'età del Bronzo situato in un'area destinata all'edificazione di una scuola elementare, nel periodo immediatamente successivo al terremoto che interessò l'Emilia-Romagna nel maggio 2012. L'occasione, nella quale era ben prevedibile un importante contrasto tra il legittimo interesse contingente della comunità locale e la altrettanto legittima necessità di conoscenza e tutela del bene archeologico, fu trasformata in una preziosa opportunità di incontro, con il coinvolgimento diretto della popolazione nei processi di ricerca.

Nell'ambito di questa collaborazione, il 6 aprile 2014 all'interno del Museo archeologico nazionale di Ferrara fu organizzato un grande evento di comunicazione ("Echi del tempo"), che coinvolse oltre 500 persone. Questa manifestazione, allestita in collaborazione con il Gruppo Archeologico Ferrarese, si proponeva l'obiettivo di raccontare la storia della terramara e del suo territorio nell'ambito del lunghissimo arco di tempo compreso tra il neolitico e il Rinascimento, suddividendola in dieci distinte tappe, che approfondivano la narrazione di altrettanti periodi. Mentre i rievocatori, che vestivano costumi riferibili ai dieci momenti presi in considerazione, offrivano un'esperienza visiva del passato, i contenuti della narrazione erano affidati alla voce del direttore delle ricerche, Valentino Nizzo, allora funzionario della locale Soprintendenza Archeologica²⁵.

Altre *équipe*, come quella dell'*Archeodig Project*, che opera sul sito di Poggio del Molino, nel territorio di Piombino, in Toscana, hanno sperimentato con successo forme di comunicazione incentrate prevalentemente sulla partecipazione diretta delle comunità, attraverso attività di co-progettazione, oltre che di condivisione degli obiettivi e delle fasi pratiche ed esecutive delle

²⁵ A proposito di questo progetto e dell'evento *Echi del Tempo* vedi, tra gli altri, NIZZO 2017, pp. 71-72.

ricerche²⁶.

Sempre più diffuso è anche il ricorso ad attività di *open day*, visite guidate e laboratori didattici a cui, in qualche caso, si associano anche attività di *branding*, che prevedono la riproposizione del logo del progetto, se non di un vero e proprio marchio, su prodotti di vario genere, utili a favorire la visibilità della ricerca, a sostenere il *public engagement* e a stimolare il senso di appartenenza.

È il caso, ad esempio, del logo del progetto *Uomini e Cose a Vignale*, apposto sull'etichetta del vino di un produttore locale²⁷, o del marchio del progetto *Ancient Appia Landscapes*, riproposto su *gadget* di vario genere²⁸.

Oggi l'archeologia dispone di numerosi strumenti per sviluppare una comunicazione efficace dei risultati delle ricerche sia all'interno delle realtà più strutturate, come i musei e i parchi archeologici, sia nei contesti meno codificati dei cantieri di scavo in attività. Queste iniziative non si limitano alla semplice trasmissione di conoscenze specifiche, ma perseguono l'obiettivo più ampio di creare e alimentare relazioni di scambio reciproco tra chi ritesse la storia e chi poi, concretamente, può utilizzarla per la gestione del presente e per la pianificazione del futuro.

Si tratta di rapporti di primaria importanza, sui quali è fondamentale investire tempo, lavoro e risorse. La loro efficacia influisce, infatti, in maniera diretta sulla capacità dell'archeologia di essere percepita come rilevante e utile nella società moderna, mantenendo viva e dinamica la connessione tra storia e contemporaneità e coinvolgendo le comunità in un dialogo continuo e bidirezionale: "il compito degli studiosi e delle istituzioni, oggi, in fondo è tutto qui".

*Università degli Studi di Genova
silvia.pallecchi@unige.it

²⁶ Per le iniziative condotte nell'ambito di questo progetto vedi VOLPE 2020, pp. 145-148.

²⁷ Per questa iniziativa, vedi GIORGI, ZANINI 2019, p. 26.

²⁸ Ministero delle Imprese e del Made in Italy, Ufficio Brevetti e Marchi n. dep. 302017000114196. Su questo tema vedi, tra gli altri, MUSMECI, SICA 2016, in particolare pp. 14-17; SANTORIELLO 2017.

Bibliografia

- BENENTE, DENTONE 2019: F. BENENTE, M. DENTONE, *Mala morte a San Nicolao. Indagine archeologica e racconto di un omicidio medievale*, Sestri Levante.
- BONACCHI 2019: C. BONACCHI, “Esperienza, archeologia e musei”, in M. NUCCIOTTI, C. BONACCHI, C. MOLDUCCI (a cura di), *Archeologia pubblica in Italia*, Firenze, pp. 157-164.
- BONACINI 2020: E. BONACINI, *I musei e le forme dello storytelling*, Ariccia.
- BORZACCHIELLO 2015: P. BORZACCHIELLO, *Parole per vendere*, Città di Castello.
- BUHALIS, KARATAY 2022: D. BUHALIS, N. KARATAY, “Mixed Reality (MR) for Generation Z in Cultural Heritage Tourism Towards Metaverse”, in STIENMETZ *et al.* 2022, pp. 16-27.
- CALANDRA *et al.* 2019: G. CALANDRA, F. CONDÒ, T. MORANA, R. SERANGELI, *Migliorare il racconto museale. Approfondimenti per la redazione di didascalie e pannelli*, Roma.
- CANTINI 2007: F. CANTINI (a cura di), *Con gli occhi del pellegrino. Il borgo di San Genesio: archeologia lungo la via Francigena*, Firenze.
- CAPOBIANCO *et al.* 2022: A. CAPOBIANCO, S. PALLECCHI, E. SANTORO, “Le indagini archeologiche in località Rovere a San Bartolomeo al Mare (IM). Campagne 2018-2019”, in *FOLD&R* n. 524 (<https://www.fastionline.org/docs/FOLDER-it-2022-524.pdf>; ultimo accesso 11 giugno 2024).
- COCO 2020: A. COCO, “La grande industria del videogioco per scuole e musei: l’esperienza di Ubisoft con Assassin’s Creed”, in PESCARIN 2020, pp. 43-46.
- DAL MASO 2018: C. DAL MASO, *Racconti da Museo. Storytelling d’autore per il museo 4.0*, Bari.
- DAL MASO, RIPANTI 2015: C. DAL MASO, F. RIPANTI (a cura di), *Archeostorie. Manuale non convenzionale di archeologia vissuta*, Milano.
- FALCONE 2022: A. FALCONE (a cura di), *Archeosocial 2.0. L’archeologia riscrive il web: esperienze, strategie e buone pratiche*, Verona.
- FERDANI 2020: D. FERDANI, “Ricostruzioni virtuali dal sito archeologico al videogioco”, in PESCARIN 2020, pp. 136-149.
- GIANNICCHEDDA 2018: E. GIANNICCHEDDA, *Quasi giallo. Romanzo di archeologia*, Bari.
- GIANNICCHEDDA 2023: E. GIANNICCHEDDA, *Il tesoro di Dorak. Archeo inchiesta*, Bari.
- GIORGI, ZANINI 2019: E. GIORGI, E. ZANINI, “Uomini e Cose a Vignale: un progetto di archeologia pubblica”, in *Gradus* 14, 1, pp. 21-34.
- LAMBITI 2017: F. LAMBITI, *Porta di Mare*, Firenze.
- LO BLUNDO 2022: M. LO BLUNDO, “La comunicazione digitale istituzionale: i musei italiani e i social prima e dopo il lockdown”, in FALCONE 2022, pp. 155-181.
- MANACORDA 2020: D. MANACORDA, “A proposito di archeologia preventiva: una riflessione di cornice”, in *Atti e Rassegna Tecnica della Società degli Ingegneri e degli Architetti di Torino* 74, pp. 13-19.
- MANACORDA 2022: D. MANACORDA, *Posgarù. Dialoghi diagonali sul patrimonio culturale e dintorni*, Bari.
- MANDARANO 2019: N. MANDARANO, *Musei e media digitali*, Roma.
- MAZZOLENI, GROSSO 2021: S. MAZZOLENI, A. GROSSO, *Alice e Musa alla Reggia di Portici*, Napoli.
- MEGALE, MONTI 2021: C. MEGALE, S. MONTI, *Manuale di management per l’archeologia. Processi e procedure per l’archeologia della società contemporanea*, Milano.
- MUSMECI, SICA 2016: D. MUSMECI, G. SICA, “Archeologia pubblica, paesaggi e società: l’Ancient Appia Landscapes tra risultati scientifici e comunicazione”, in *Forma Urbis* n. 9, pp. 12-17.
- NIZZO 2017: V. NIZZO, “Da Ferrara a Faro: esperienze e strategie per la costruzione di una percezione partecipata dell’archeologia”, in PALLECCHI 2017, pp. 71-83.
- NIZZO 2022: V. NIZZO, “Comunicare per (R)esistere”, in FALCONE 2022, pp. 6-23.

- PALLECCHI 2017: S. PALLECCHI (a cura di), *Raccontare l'archeologia: strategie e tecniche per la comunicazione dei risultati delle ricerche archeologiche*, Firenze.
- PALLECCHI 2023: S. PALLECCHI, *Ritessere e raccontare. Appunti sulla comunicazione dell'archeologia*, Firenze.
- PANICUCCI, GIORGI 2015: M. PANICUCCI, E. GIORGI, *C'era una villa romana. Cinque archeostorie a fumetti da Vignale di Maremma*, Pontedera.
- PESCARIN 2020: S. PESCARIN (a cura di), *Videogames, Ricerca, Patrimonio Culturale*, Milano.
- RAINOLDI *et al.* 2022: M. RAINOLDI, A. VAN DEN WINCKEL, J. YU, B. NEUHOFFER, "Video Game Experiential Marketing in Tourism: Designing for Experiences", in STIENMETZ *et al.* 2022, pp. 3-15.
- SANTORIELLO 2017: A. SANTORIELLO, "Dalla Convenzione di Faro alle comunità: raccontare l'archeologia e le vocazioni storiche di un territorio. L'esperienza di Ancient Appia Landscapes", in PALLECCHI 2017, pp. 103-111.
- SECCI, DUO 2018: E.M. SECCI, C. DUÒ, *Introduzione alla comunicazione strategica nelle professioni sanitarie*, s.l.
- SEQUEIRA, MORGADO 2012: L.M. SEQUEIRA, L. MORGADO, "Virtual Archaeology in Second Life and Open Simulator", in *Journal of Virtual Worlds Research* 6, 1, pp. 1-16.
- STIENMETZ *et al.* 2022: J.L. STIENMETZ, B. FERRER-ROSELL, D. MASSIMO (a cura di), *Information and Communication Technologies in Tourism 2022*, Cham.
- TOFFOLETTI 2021: I. TOFFOLETTI (a cura di), *Chiusi per Covid. Aperti per Cultura. Musei e comunicazione digitale. Bilancio e prospettive*, Roma.
- VALENTI 2019a: M. VALENTI, *L'Archeodromo di Poggibonsi. Un viaggio nell'Alto Medioevo*, Bari.
- VALENTI 2019b: M. VALENTI, *Ricostruire e narrare. L'esperienza dei musei archeologici all'aperto*, Bari.
- VALENTI 2019c: M. VALENTI, "Materialità, comunicazione, esperienzialità: l'Archeodromo a Poggibonsi (SI)", in M. NUCCIOTTI, C. BONACCHI, C. MOLDUCCI (a cura di), *Archeologia Pubblica in Italia*, Firenze, pp. 191-219.
- VOLPE 2020: G. VOLPE, *Archeologia pubblica: metodi, tecniche, esperienze*, Roma.