

MOLISE: UNA STRATEGIA DIGITALE PER LA DIVULGAZIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE DELLA REGIONE

di Lia Montereale, Leandro Ventura

La dimensione culturale odierna è stata investita da un notevole numero di cambiamenti e trasformazioni concernenti la fruizione del patrimonio culturale, anche grazie al ruolo sempre più centrale svolto dalla tecnologia nelle sue molteplici sfaccettature (siti web, app per telefoni e tablet, realtà aumentata, realtà virtuale, videogames dedicati alla cultura, social network, etc.). I luoghi della cultura devono affrontare nuove tipologie di visitatori con nuove esigenze e nuovi bisogni, visitatori che hanno bisogno di reperire, in maniera veloce e immediata, una quantità sempre maggiore di informazioni. Con l'avvento di internet si è assistito, nel corso degli anni, ad uno sviluppo sempre più intenso di siti web (che soprattutto nei Paesi anglosassoni sono dei veri e propri portali della cultura), ad un uso sempre maggiore dei social network come piattaforme per descrivere le proprie attività, comunicare con i cittadini e condividere contenuti ed informazioni. Le tecnologie hanno dunque indotto alla nascita di un marketing culturale digitale. Esso può sia sostituirsi completamente a quello tradizionale, dunque puntando su una fruizione virtuale dell'offerta culturale, sia affiancarlo, tanto puntando a predisporre strumenti di supporto, miglioramento e incentivazione alla fruizione in presenza nonché prodotti autonomi ma funzionali alla fruizione concreta (con fini di replica, approfondimento, consolidamento e memoria dell'esperienza svolta), quanto usando i canali digitali per creare e migliorare le condizioni di visita.

Fig. 1 - Santuario Italico di Pietrabbondante (IS). Foto di Lia Montereale.



IL PATRIMONIO CULTURALE DEL MOLISE

In base all'articolo 2 del Decreto Legislativo 22 gennaio 2004, n. 42 (*Codice dei beni culturali e del paesaggio*) il patrimonio culturale è costituito dai beni culturali e dai beni paesaggistici, da intendersi i primi come tutti quei beni mobili e immobili che presentano interesse artistico, storico, archeologico, etnoantropologico, archivistico e bibliografico e gli altri beni individuati dalla legge o in base alla legge quali testimonianze aventi valore di civiltà, mentre i secondi sono da intendersi come l'insieme degli immobili e delle aree di cui all'articolo 134 del Codice dei beni culturali e del paesaggio costituenti espressione dei valori storici, culturali, naturali, morfologici ed estetici del territorio, comprensivo degli altri beni individuati dalla legge o in base alla legge. Inoltre, rientrano nel concetto di patrimonio culturale anche le specificità locali di tipo immateriale come le tradizioni, le minoranze linguistiche, i saperi e le abilità legati alla produzione artigianale o di tipo enogastronomico, tutti aspetti che hanno notevolmente ampliato la portata del patrimonio culturale. Il Molise, regione italiana del centro-sud Italia, possiede un immenso patrimonio culturale materiale (figura 1) e immateriale (figura 2) che attraversa una storia millenaria dalla preistoria all'epoca contemporanea. La regione vanta la presenza di castelli, aree archeologiche, complessi monumentali, musei archeologici, musei demo-etnoantropologici e chiese, a cui si aggiungono paesaggi, feste, riti e tradizioni, anche enogastronomiche, che rendono il Molise una terra unica e genuina, dove è ancora possibile rivivere forme di turismo lento e autentico.

I musei archeologici e le aree archeologiche statali costituiscono le testimonianze più importanti delle civiltà e della storia del Molise. Il patrimonio archeologico presente nella regione è infatti costituito da siti e musei testimoni di una storia che inizia durante l'età del Paleolitico, attraversa l'epoca dei Sanniti e dei Romani, fino a raggiungere il Medioevo. Per quanto riguarda i musei archeologici, il Museo Nazionale del Paleolitico di Isernia espone reperti di tipo paleontologico, il Museo Sannitico di Campobasso raccoglie evidenze archeologiche risalenti dalla tarda preistoria fino al Medioevo, e il Museo Archeologico di Venafro custodisce antichità romane e medievali. Ai musei si aggiungono le imponenti aree archeologiche quali Altilia-Sepino, il Santuario Italico di Pietrabbondante e il complesso monumentale medievale dell'abbazia di San Vincenzo al Volturno, la quale, grazie ai privilegi concessi da Carlo Magno nell'anno 787 d.C., divenne una delle più importanti d'Europa.

Dal punto di vista paesaggistico, il Molise si caratterizza per la vastità della natura e dei paesaggi (figura 3) montani, collinari, lacuali e marini, di cui fanno parte le vie tratturali e i borghi (figura 4).

Anche il suo patrimonio culturale demotnoantropologico e immateriale presenta proprie caratteristiche e aspetti specifici. Ne fanno parte feste e riti che per colori, costumi e scenografia, diventano quasi delle vere e proprie rappresentazioni teatrali (come la processione dei Misteri che si svolge il giorno del *Corpus Domini* a Campobasso). In alcuni casi sono di natura ancestrale, come il rito dell'Uomo Cervo a Castelnuovo al Volturno che si svolge l'ultima domenica di Carnevale, in altri sono forme di ringraziamento ai Santi protettori (come la festa del grano che celebra Sant'Anna per aver protetto Jelsi dal terremoto che colpì il Molise il 26 luglio 1805), o si tratta di riti per festeggiare l'arrivo della nuova stagione, come la festa del *Maje*, celebrata il 1 Maggio in diverse località abitate dalle storiche comunità di lingua croata, tra cui Fossalto e Acquaviva Collecroce, per dare il benvenuto al nuovo mese; per l'occasione, la Pagliara, che personifica Maggio, decorata con fronde verdi, rami e fiori freschi, sfila per le strade portando fortuna, abbondanza e buoni auspici. Fanno parte del patrimonio culturale immateriale del Molise anche i costumi tradizionali, testimonianza di un popolo contadino dedito prevalentemente all'agricoltura e alla pastorizia. Si distinguevano per il borgo di provenienza e indicavano lo status di chi li indossava. Le stesse minoranze linguistiche, tra cui quella croata già ricordata, sono ancora oggi presenti in alcune zone molisane, risalgono al XV secolo d.C. e sono anch'esse espressione della storia del Molise e della sua identità. La cucina molisana, a sua volta, ricca e variegata, è influenzata da fattori storici e geografici e costituisce elemento di appartenenza e di identità culturale. Molti piatti sono legati alla pastorizia e sono a base di latticini e formaggi, ma molte sono anche le pietanze a base di carne e quelle legate ai prodotti della terra. Il tartufo, nella versione bianca e nera, a sua volta costituisce una parte consistente della produzione enogastronomica molisana, come testimoniato dai numerosi eventi e sagre a esso dedicati. La Tintilia, vitigno autoctono molisano, fu introdotto nella seconda metà del Settecento dai Borbone, già radicati anche in Spagna. La Tintilia deriva infatti il suo nome dal castigliano *tinto*, col quale si indica il vino rosso. Profondamente collegato alla storia e alla tradizione della civiltà contadina pastorale, costituisce l'espressione autentica dell'enologia molisana. L'olivicoltura costituisce anch'essa un tratto caratteristico del patrimonio enogastronomico del Molise. Le innovazioni più significative nel campo dell'olivicoltura vennero introdotte dai monaci Benedettini nell'Alto Medioevo. Una zona in cui è particolarmente presente è quella di Larino (Basso Molise). Già durante



Fig. 2 - Natale ad Agnone o 'Ndocciata. Foto appartenente all'Archivio Fotografico dell'Istituto Centrale per il Patrimonio Immateriale del MiBACT.

il periodo classico si narra della presenza di coltivazioni di questo tipo. Cicerone, nel suo *Pro Cluentia*, celebra la laboriosità e la dedizione dei Larinati e le qualità di una terra fertile e produttiva. Livio, negli *Annales*, racconta della presenza di coltivazioni di olivo nell'area frentana. Le tipologie di olive autoctone più coltivate sono la Gentile di Larino, la Rosciola, l'oliva nera di Colletorto, la Curina, la Olivastra e la Cerasa di Montenero. La Gentile di Larino rappresenta circa un terzo dell'olivicoltura molisana. Anche nell'area intorno a Venafro è presente una delle maggiori produzioni olearie del Molise, documentata fin dall'età romana. Le fonti narrano infatti della coltivazione di un olio particolarmente apprezzato dai Romani. La produzione di olio continuò fino all'età moderna, come testimoniato abbondantemente da atti e studi di viaggiatori e funzionari del Regno di Napoli.

LA STRATEGIA DIGITALE DEL SEGRETARIATO REGIONALE MIBACT PER IL MOLISE

Negli anni 2018, 2019, 2020, il Segretariato Regionale per il Molise, articolazione territoriale del Ministero per i beni e le attività culturali e per il turismo, ha inteso rinnovare la propria strategia di promozione e comunicazione del patrimonio culturale indirizzandosi verso un'offerta culturale che, accanto ai tradizionali strumenti di divulgazione del patrimonio culturale, rispondesse alle nuove esigenze del suo pubblico di visitatori. In quest'ottica, si è partiti dal presupposto che il



Fig. 3 - Macchia Valfortore (CB). Foto di Donato D'Alessandro



Fig. 4 - Pesche (IS). Foto di Lia Montereale.

turista che si accinge a visitare una qualsivoglia località e il suo patrimonio culturale e paesaggistico, prima di acquistare un biglietto per il treno o per un volo aereo, o un biglietto di ingresso ad un luogo della cultura, avrà inizialmente un approccio di tipo digitale e ricercherà informazioni e notizie sui siti web.

Il Segretariato Regionale per il Molise ha dunque ritenuto di riconfigurare e aggiornare il proprio sito web (nel layout e nei contenuti) www.molise.beniculturali.it secondo le linee guida fornite dall'Agid, per renderlo più organizzato e facile da consultare nella ricerca delle informazioni. Inoltre è responsive e consultabile sia da computer che da dispositivi mobili. Successivamente sono state realizzate nove mappe tematiche interattive (figura 5), disponibili sul nuovo sito web, che raccolgono, aggiornano e consentono di divulgare le informazioni e i dati concernenti il patrimonio culturale del Molise. Lo scopo è stato quello di eliminare la frammentarietà e la disorganicità delle fonti di informazione e comunicazione e contribuire ad accrescere la consapevolezza delle risorse culturali presenti sul territorio, viste anche nella loro integrazione e nei loro legami reciproci. Il Segretariato Regionale intende infatti contribuire al potenziamento di forme di turismo lento e non convenzionale che prediligano la conoscenza della regione, delle sue origini e della sua identità. Le *Mappe Tematiche* raccontano l'intero patrimonio culturale del Molise, materiale e immateriale, fornendo testi, link di approfondimento e immagini. Sono interattive, costruite su piattaforma Google di cui sfruttano le potenzialità offerte (es. vista satellite, condivisione, indicazioni stradali etc.), sono dedicate ognuna ad uno specifico tema del patrimonio



Fig. 5 - Esempio di mappa tematica interattiva.

culturale del Molise e sono utilizzabili sia da dispositivo fisso che mobile. Si tratta di: Aree Archeologiche, Arte, Borghi, Enogastronomia, Feste e Tradizioni, Minoranze Linguistiche, Musei Archeologici, Musei Locali e Tratturi.

Per favorire la conoscenza del patrimonio culturale del Molise e attirare un pubblico più distante, meno curioso e meno interessato alla cultura, è stato realizzato un fumetto digitale *C'era una volta Molise*. Il progetto mette insieme immagini e uno stile comunicativo più conversazionale, comprensibile e accattivante. Il protagonista della storia è un frate, Fra' Giuseppe, personaggio di fantasia, che ha il blocco dello scrittore e non sa come riempire le pagine del suo manoscritto. Decide così di lasciare la sua abbazia e recarsi in Molise. Il Molise è una regione ancora poco esplorata e sicuramente troverà ispirazione e idee per il suo libro. Attraverso le sue avventure, Fra' Giuseppe ci racconta l'identità e i luoghi più suggestivi e autentici del Molise. Per avvicinare pubblici di diverse nazionalità, il testo è stato tradotto in lingua inglese e spagnola.

Un ulteriore progetto realizzato ha visto la collaborazione del Segretariato Regionale per il Molise con Rai Molise. Il prodotto finale è stato il video-spot *Molise Terra di Meraviglie*. Racconta la storia di una ragazza che si perde con la sua macchina. Nel tentativo di ritrovare la strada del ritorno, inizia un viaggio che la porterà a conoscere le ricchezze culturali e paesaggistiche della regione. Questo spot intende promuovere un turismo lento e non convenzionale che è ancora possibile in una regione tanto piccola quanto autentica come il Molise. Nel video sono presentati monumenti, borghi storici, scorci paesaggistici e riti riconducibili al patrimonio immateriale regionale.

È stata inoltre realizzata una collana editoriale dal titolo *Prospettive. I luoghi della cultura del Molise*, scaricabile sia dal sito web del Segretariato Regionale per il Molise che dal sito web della Direzione Regionale Musei Molise. La collana ha inteso raccontare i luoghi della cultura del Molise. Per l'occasione, tre volumi sono stati dedicati ai luoghi della cultura locali di appartenenza non statale a carattere prevalentemente etnografico.

A seguito del diffondersi dell'epidemia COVID-19, l'uso delle piattaforme online e della tecnologia ha subito un incremento senza precedenti. Tutto il mondo della cultura si è attivato per rendere disponibili online le proprie collezioni, i propri cataloghi ed in generale i propri progetti. Il Ministero per i beni e le attività culturali e per il turismo ha aderito a *L'Italia Chiamò*, la campagna nata spontaneamente sulla rete che vede molti artisti, giornalisti, musei e istituzioni culturali impegnati in un grande evento finalizzato alla raccolta fondi per la Protezione Civile. L'iniziativa rientra nella campagna #iorestoacasa, diffusa su diverse piattaforme social, la quale invitava i cittadini italiani a ridurre gli spostamenti per combattere la diffusione del Coronavirus. *L'Italia Chiamò* ha quindi reso disponibili le iniziative virtuali di musei, siti archeologici, biblioteche, archivi, nonché i prodotti digitali di spettacolo, cinema, audiovisivo e musica, grazie ai contributi delle istituzioni culturali, statali e non, che hanno aderito. In tale ambito, il Segretariato regionale per il Molise ha dato il proprio contributo alla campagna rilanciando una serie di progetti tra cui le mappe tematiche, il fumetto digitale e il video realizzato con la RAI, utilizzando anche i canali nazionali del Mibact (sito web nazionale e canale YouTube) per dare una maggiore visibilità ai progetti e raggiungere un pubblico più ampio.

Inoltre, in collaborazione con la Direzione Regionale Musei Molise, è stata lanciata il 14 aprile 2020 la campagna di comunicazione istituzionale *Quanto conosci il Molise*. Tutti sono stati invitati a usare l'hashtag ufficiale #quantoconosciilmolise e a pubblicare foto dei luoghi del Molise più amati,

anche tra i meno conosciuti. Lo scopo infatti è stato quello di promuovere l'immagine del Molise in Italia e all'estero, e raccontare in pillole il patrimonio culturale in esso presente, valorizzando e diffondendo la conoscenza sia dei luoghi della cultura statali che dei musei più piccoli, ma altrettanto importanti e rappresentativi. È stato creato uno *storytelling* che alterna i testi e gli approfondimenti visibili sui siti web del Segretariato Regionale e della Direzione Regionale Musei alle descrizioni più coinvolgenti e partecipative presenti sui canali social della Direzione Regionale Musei Molise (Facebook, Instagram e Twitter). Per la campagna è stato scelto un logo ufficiale (figura 6) costituito dalla forma geografica del Molise al cui interno, sulla destra, è visibile la Fortezza, una delle quattro virtù cardinali appartenente ad un affresco del Castello di Capua a Gambatesa in provincia di Campobasso. A sinistra invece, una parte del territorio in provincia di Isernia è visibile dal teatro di Pietrabbondante. La campagna ha riscosso un buon risultato e il sito web del Segretariato regionale ha incrementato il traffico dei visitatori online. A gennaio e febbraio 2020 il traffico verso il sito web del Segretariato Regionale ammontava, per ciascuno, a 1200 visitatori, a marzo a 1700, per arrivare poi ai 2700 visitatori di aprile (mese di inizio della campagna di comunicazione) e ai 3200 di maggio. Un risultato altrettanto soddisfacente si è ottenuto sui canali social della Direzione Regionale Musei Molise, in particolare su Instagram e Twitter che, in occasione della campagna, sono stati riattivati dopo circa due anni che erano fermi. Twitter, ad esempio, da una situazione di partenza di 120 followers ha raggiunto nelle prime settimane i 200 utenti (un incremento di circa 2/3). Discreta è stata anche l'interazione con la community, comprensiva di commenti, retweet e citazioni. Questa situazione emergenziale non solo ha incentivato il mondo della cultura a rafforzare l'offerta culturale digitale per consentire ai propri consumatori di fruire dei prodotti culturali anche da remoto in una circostanza in cui sono state attuate drastiche misure di distanziamento sociale e di chiusura delle attività non essenziali, ma ha costituito sicuramente motivo di riflessione ai fini di rendere permanente l'offerta digitale all'interno del portfolio dei servizi culturali realizzati e di investire su piattaforme e strumenti tecnologici, su esperienze virtuali e *storytelling* digitale e sulla formazione di nuove figure.

CONCLUSIONI

I musei archeologici e le aree archeologiche statali costituiscono quindi le testimonianze più importanti delle civiltà e della storia del Molise. La conservazione delle identità territoriali e delle radici culturali delle sue comunità svolge un ruolo centrale per lo sviluppo sociale e per il rilancio, anche economico, del territorio.

Il paesaggio del Molise e la sua morfologia sono l'espressione dei valori storici e culturali che lo hanno caratterizzato e trasformato nel corso dei secoli.

È fondamentale dunque riuscire a comunicare e divulgare un patrimonio culturale così imponente che rischierebbe altrimenti di non essere compreso o conosciuto. La creazione di una strategia digitale si rileva quindi essenziale per raggiungere pubblici e turisti, distanti sia geograficamente che culturalmente dai beni culturali e paesaggistici della regione.

Aver creato un sito web strutturato e responsive ha senza dubbio facilitato la comunicazione e il dialogo con gli utenti e la loro ricerca di notizie e informazioni. Le mappe tematiche interattive, a loro volta, hanno avuto il vantaggio di organizzare su un'unica piattaforma, i dati e le informazioni riguardanti il patrimonio culturale del Molise, sfruttando allo stesso tempo le potenzialità e l'interattività Google. Allo stesso modo, il fumetto digitale *C'era una volta Molise* ha voluto raccontare, in chiave grafica e con un linguaggio più sempli-

ce, un intenso e ricco patrimonio culturale, successivamente ripreso e descritto, in maniera più scientifica e dettagliata, dalla collana editoriale *Prospettive. Il patrimonio culturale del Molise*, e disponibile su <http://www.molise.beniculturali.it> e <http://www.musei.molise.beniculturali.it>.

Si è cercato, talvolta con buon successo, di attivare una rete con le altre istituzioni presenti sul territorio, per creare un'immagine unitaria da trasmettere all'esterno. In questo senso infatti il video *Molise Terra di Meraviglie* è stato il prodotto della collaborazione tra il Segretariato Regionale MiBACT per il Molise e Rai Molise. Sarà però importante avviare forme di collaborazione territoriale più strette con le varie comunità e le istituzioni locali, che però spesso operano in una sorta di aureo isolamento che dovrà essere superato in un'ottica di crescita comune, anche con la creazione di cooperative di comunità che, possibilmente in rete tra loro e in collaborazione con gli uffici del MiBACT e della Regione Molise, possano indirizzare lo sviluppo dei vari territori, anche con il fine di limitare lo spopolamento dei piccoli borghi. La sfida è perciò quella di creare un equilibrio tra passato e presente, usando strategie organizzative nuove, linguaggi contemporanei e i più recenti strumenti digitali e tecnologici, per comunicare un patrimonio culturale ultra-millenario come quello presente in Molise.



Fig. 6 - Logo ufficiale campagna istituzionale Quanto Conosci il Molise.

ABSTRACT

This document is divided into four sections. The first section, the introduction, analyses the transformations that the cultural sector has been undergoing in recent years driven by the development of digital tools and accelerated by Covid-19. The second section describes the cultural heritage of Molise in terms of both its tangible and intangible components. The third section shows the digital strategy developed by the Regional Secretariat for Molise in order to spread the knowledge of the cultural heritage of Molise. Included is the description of the new website www.molise.beniculturali.it, of the nine interactive maps, of the digital comic book *Once upon a time in Molise*, of the video *Molise Land of Wonders*, and of a series of online books. The fourth section is dedicated to the conclusions which stress the way in which the projects discussed have contributed to the spread of Molise's cultural heritage and opened the way to further future transformations).

PAROLE CHIAVE

DIGITALE; PATRIMONIO; DIFFUSIONE; FRUIZIONE; CULTURA; TURISMO; MOLISE

AUTORE

LIA MONTEREALE

LIA.MONTEREALE@BENICULTURALI.IT

GIÀ FUNZIONARIO PER LA PROMOZIONE E COMUNICAZIONE PRESSO IL SEGRETARIATO REGIONALE MIBACT PER IL MOLISE

LEANDRO VENTURA

LEANDRO.VENTURA@BENICULTURALI.IT

GIÀ SEGRETARIO REGIONALE PER IL MOLISE E DIRETTORE REGIONALE MUSEI MOLISE