



*EMBODIMENT* E TURISMO ARCHEOLOGICO.  
OLTRE L'ESPERIENZA

di

*Eleonora Pappalardo, Myriam Vaccaro\**

*Introduzione*

A partire dagli anni Ottanta del secolo scorso, ha cominciato a prendere piede una riflessione legata agli aspetti reattivi corporei e alla predisposizione di questi ultimi ad incarnare (*embodying*) i processi cognitivi e mentali, applicata ai luoghi. Questo tipo di analisi critica ha coinvolto discipline diverse, linguistiche (prevalentemente), neurobiologiche e fenomenologiche fino a diventare, tra la fine del secolo scorso e gli inizi del presente<sup>1</sup>, centrale nelle scienze filosofiche attente agli aspetti della mente e alla cognizione. Le ricerche focalizzate sull'*embodiment* sottolineavano e mettevano in evidenza la componente degli aspetti operativi della corporeità nella formazione dei processi mentali e di quelli all'origine del linguaggio<sup>2</sup>.

La traduzione italiana del termine *embodiment* dovrebbe coincidere con l'espressione *incarnazione*, a indicare, con riferimento allo studio dei processi cognitivi, di simulazione nelle neuroscienze e, in particolare, dello studio della simulazione, un'assimilazione di elementi esterni tale da influenzare i meccanismi mentali.

Di particolare interesse, rispetto ad una possibile applicazione del concetto di *embodiment* alle scienze turistiche, ci sembra la visione neurobiologica di tale processo, secondo la quale il ruolo della componente corporea incide nell'origine delle emozioni, della coscienza e nell'empatia, fino al superamento

---

\* Eleonora Pappalardo è autrice dell'Introduzione e dei paragrafi 1 e 2, Myriam Vaccaro del paragrafo 3.

<sup>1</sup> G. Lakoff, M. Johnson, *Philosophy in the flesh: the embodied mind and its challenge to western thought*, New York, 1999.

<sup>2</sup> Non per nulla diverse teorie di psicolinguistica e linguistica cognitiva sono state orientate proprio da questo nuovo tipo di approccio. R.W. Gibbs, *Embodiment and cognitive science*, Cambridge 2005; L. Shapiro, *The mind incarnate*, Bradford, 2004.

della classica dicotomia tra cognizione/emozione, mente/corpo, per approdare a una teoria della «mente incarnata»<sup>3</sup>.

Andando oltre, si arriva alla «teoria della mente estesa»<sup>4</sup> che conferisce all'ambiente un ruolo causale e attivo nella formazione dei processi mentali.

È stato avviato, in sostanza, uno studio critico parallelo tra scienze cognitive e fenomenologia della percezione, relativamente ad un agente cognitivo sito in un contesto tanto fisico-ambientale, quanto costituito da relazioni sociali con altri agenti cognitivi.

### 1. Embodiment e Turismo

Nell'ambito dello sviluppo di una prospettiva critica applicata allo studio del turismo come fenomeno sociale, Franklin e Crang hanno focalizzato l'attenzione sulla natura mutevole (ed in continua evoluzione) del turismo degli ultimi anni, collegandola, correttamente, alla variazione degli stili e dei modelli di vita più recenti<sup>5</sup>.

Gli studiosi hanno posto l'accento sull'importanza del turismo nel fornire e mettere a disposizione ricchi e complessi siti da esplorare, concepiti come realtà dinamiche che si concretizzano in luoghi, corpi, soggettività e sensibilità. I luoghi turistici, dunque, vengono a configurarsi come fenomeni (non solo spazi fisici) «multi-layered» di esperienza turistica. Sulla scia di questo input, diversi teorici come, oltre agli stessi Franklin e Crang, Fullagar e Jokinen, hanno cominciato a concentrare l'attenzione su «the agentive, embodied role of the tourist»<sup>6</sup>.

I luoghi turistici, quali oggetto di analisi, smettono di essere degli spazi passivi, mere destinazioni in cui il turismo, per così dire, «accade», ma si trasformano in luoghi «costruiti» e caricati di significato dagli stessi visitatori.

---

<sup>3</sup> A.R. Damasio, *Descartes' Error. Emotion Reason and the Human Brain*, London, 1995; Id., *The Feeling of What Happens. Body and Emotion in the Making of Consciousness*, London, 2000. Di Damasio risulta di particolare interesse il concetto di *embodiment* applicato al rapporto tra emozioni e sfera cognitiva ed al ruolo attivi delle stesse. In sostanza, le funzioni mentali sono perfettamente modulate dall'organismo e, dunque, incarnate in esso. A. Clark, *Being There: Putting Brain, Body and World Together Again*, Cambridge, 1997; S. Gallagher, D. Zahavi, *The Phenomenological Mind. An Introduction to Philosophy of Mind and Cognitive Science*, London-New York, 2008; F. Varela, E. Thompson, E. Rosch, *The Embodied Mind: Cognitive Science and Human Experience*, Cambridge, 1991.

<sup>4</sup> A. Clark, *Being There: Putting Brain, Body and World Together Again*, Cambridge (MA), 1997.

<sup>5</sup> A. Franklin, M. Crang, *The Trouble with Tourism and Travel Theory*, «Tourist Studies», 1 (1) (2001), pp. 5-22.

<sup>6</sup> D. Crouch, L. Aronsson, L. Walhström, *Tourist Encounters*, in «Tourist Studies», 1 (3) (2001), p. 254.

Essi divengono luoghi in cui «tourists negotiate [their] world, tourism signs and contexts and may construct [their] own distinctive meanings»<sup>7</sup>. È evidente, dunque, che, secondo questa linea teorica, le pratiche turistiche si concretizzano attraverso l'imprescindibile mediazione dell'individuo, la sua cultura, la sua esperienza e i suoi sensi.

Analizzato in questa accezione, il turismo «incarnato», *embodied*, evoca non molto lontanamente il processo di Heritage Making, ovvero quel turismo culturale che vede nel visitatore un elemento attivo nella creazione di significati e, dunque, nella ri-creazione di cultura. Un processo in cui il turista è agente e concorre alla creazione ed edificazione di un luogo. Nel caso ancor più specifico della visita presso monumenti di interesse culturale e/o archeologico, il patrimonio oggetto della visita non si esaurirebbe in una serie di oggetti da fruire esteticamente; esso, al contrario, assumerebbe la forma di un vero e proprio processo discorsivo all'interno del quale calare una sorta di «versione autorizzata del passato»<sup>8</sup>.

L'aspetto didattico-informativo del bene culturale e archeologico, in realtà, risente di una componente soggettiva importante, che coniuga il ruolo attivo del patrimonio in termini di *meaning-making*, veicolazione di messaggi, trasmissione di significati propri del documento del passato, e quello inconscio del fruitore, che investe nell'esperienza della visita attraverso un filtro emozionale, mettendo in atto un processo di rielaborazione del bene fruito in cui la componente emotiva gioca un ruolo preponderante. Il modo in cui le istituzioni preposte alla valorizzazione ed alla comunicazione dei beni archeologici, a livello nazionale, comunitario e internazionale, interpretano l'*heritage-making*, è documentato da studi relativamente recenti<sup>9</sup>, che enfatizzano la natura complessa della visita come un «commitment to remembering certain histories»<sup>10</sup>, secondo il modello della teoria delle tre L (Learning and Lifelong Learning).

---

<sup>7</sup> *Ibidem*.

<sup>8</sup> Si tratterebbe del cosiddetto Modello AHP (Authorised Heritage Discourse): L. Smith, *Uses of Heritage*, London, 2006; E. Waterton, L. Smith, G. Campbell, *The utility of discourse analysis to heritage studies: The Burra Charter and social inclusion*, in «International Journal of Heritage Studies», 12 (4) (2006), pp. 339-355. Si veda l'analisi completa in E. Pappalardo, *Il "turismo della nostalgia"*, in *La complessità della cultura. Flussi, identità, valori*, cur. F. Paterniti, D. Privitera, Milano, 2019. Resta il fatto che l'intento di chi gestisce, cura o amministra il patrimonio, o almeno quella parte di esso destinata alla fruizione e, quindi, rimodulata come «attrazione», non sempre è soddisfatto alla fine della visita.

<sup>9</sup> B. Dicks, *Heritage, Place and Community*, Cardiff 2000; G. Bagnall, *Performance and Performativity at Heritage Sites*, in «Museum and Society», 1 (2) (2003), pp. 87-103; S. Macdonald, *Behind the Scenes at the Science Museum*, Oxford 2002; S. Macdonald, *Accessing Audiences: Visiting Visitor Books*, in «Museum and Society», 3 (3) (2005), pp. 119-136; S. Macdonald, *Difficult Heritage: Negotiating the Nazi Past in Nuremberg and Beyond*, London, 2009.

<sup>10</sup> S. Macdonald, *Difficult Heritage: Negotiating the Nazi Past in Nuremberg and Beyond*, cit.

L'introduzione del concetto di *embodiment* nelle scienze del turismo non può che riflettersi negli aspetti di tipo sensoriale e performativo dell'esperienza turistica<sup>11</sup>, configurando nuove traiettorie nell'indirizzo dello studio del settore. Le esplorazioni sensoriali e performative, dunque, hanno iniziato a prendere piede nella disciplina, esaltando quegli aspetti di natura sociologica e antropologica del turismo, secondo il principio per cui «tourists are seeking to be doing something in the places they visit rather than being endlessly spectatorially passive»<sup>12</sup>.

In un recente lavoro, Everingham, Obrador e Tucker<sup>13</sup> passano in rassegna alcuni dei principali studi di tipo sensoriale applicati al turismo, fornendo un quadro più che esaustivo, oltre che emblematico, di quegli aspetti teorici ed ermeneutici che hanno portato, oggi, alla prevalenza (destinata a divenire unicità, a nostro avviso) del turismo di tipo esperienziale. Rispetto ad esso, tuttavia, *l'embodied tourism* sembra costituire un ulteriore passo in avanti poiché, se nel turismo esperienziale il visitatore è trasportato all'interno del momento della visita attraverso l'esperienza sensoriale, *l'embodiment* applicato alla visita innesca un meccanismo ancora più complesso, tale da produrre effetti di tipo cognitivo e reiterato.

L'importanza del ruolo della sensorialità è stata declinata, ultimamente, in molteplici varianti: il caso del “techno turismo” a Berlino, ad esempio, in cui la musica elettronica costituisce essa stessa il tour<sup>14</sup>, per non parlare del *sensescape* costituito dal gusto, che si focalizza sul ruolo del cibo e delle bevande nella creazione dell'esperienza sensoriale. Di particolare interesse, in tal senso, lo studio di Bezzola e Lugosi che analizza come i turisti riescano a mettere in atto processi di negoziazione rispetto a un senso di casa, attraverso il consumo di determinati cibi o bibite<sup>15</sup>.

Pionieristico, ancora, è lo studio di Andrews che esplora la natura «incarnata» degli odori e del sentire nella costruzione di identità di genere nelle pratiche turistiche<sup>16</sup>.

---

<sup>11</sup> S.A. Cohen, E. Cohen, *New Directions in the Sociology of Tourism*, «Current Issues in Tourism», 22 (2) (2019), pp. 153-172.

<sup>12</sup> A. Franklin, M. Crang, *The Trouble with Tourism and Travel Theory* cit., p. 13.

<sup>13</sup> P. Everingham, P. Obrador, H. Tucker, *Trajectories of embodiment in Tourist Studies*, in «Tourist Studies», 21 (1) 2001, pp. 70-83.

<sup>14</sup> L.M. Garcia, *Techno-Tourism and Post-Industrial Neo-Romanticism in Berlin's Electronic Dance Music Scenes*, in «Tourist Studies», 16 (3) (2016), pp. 276-295.

<sup>15</sup> T. Bezzola, P. Lugosi, *Negotiating Place through Food and Drink: Experiencing Home and Away*, «Tourist Studies», 18 (4) (2018), pp. 486-506.

<sup>16</sup> H. Andrews, *Feeling at Home: Embodying Britishness in a Spanish Charter Tourist Resort*, «Tourist Studies», 5 (3) (2005), pp. 247-266.

Una recentissima applicazione del concetto di *embodiment* al turismo è fornita da Sonia Malvica<sup>17</sup> che propone l'utilizzo delle immagini come strumento di incarnazione, metabolizzazione e, dunque, restituzione del paesaggio geografico attraverso la fotografia. La studiosa associa il concetto e la natura stessa di paesaggio, nella sua diade tra realtà e rappresentazione, alle immagini, legate alla percezione e all'esperienza dell'individuo. Il filtro della soggettività che entra in campo nel momento in cui il turista fruisce un territorio, che determina un'interpretazione personale dello stesso, genera la cosiddetta *Destination Image*. Tale concetto, tuttavia, non si traduce soltanto nella semplice interpretazione soggettiva di un luogo, ma determina l'innescarsi di un meccanismo attivo, che passa attraverso l'*embodiment* di tutti gli elementi che compongono il paesaggio stesso (materiali e immateriali, viventi e non viventi) che interagiscono col fruitore. Lo scatto di una fotografia, dunque, incarna la creazione di un paesaggio nuovo, altro rispetto a quello oggettivo, meta originaria del viaggio; un paesaggio soggettivo che a sua volta esercita un ruolo attivo nell'attuazione di processi cognitivi e reiterati.

## 2. Embodiment e turismo archeologico-culturale

Non vi è dubbio sul fatto che i turisti siano agenti cognitivi che forniscono un'interpretazione soggettiva del luogo che hanno visitato/intendono visitare.

Ciò che si innesca al momento del viaggio di tipo culturale-archeologico è un processo non molto differente da quello ampiamente analizzato, relativo al rapporto uomo/paesaggio, proprio delle discipline di natura geografica<sup>18</sup>. Ovvero, le complesse e affascinanti implicazioni di tipo cognitivo e comportamentale che originano al momento dell'incontro tra un individuo e un contesto naturale, sono, a nostro parere, molto simili a quelle che hanno luogo nel momento dell'*Heritage Visiting*.

Già dalla fine del secolo scorso, ha cominciato a diffondersi l'idea che il turismo culturale e, più specificamente, quello archeologico, incentrato sulla visita di aree antiche o di luoghi destinati ad ospitarne i resti materiali, fosse da intendersi, non solo come una generica esperienza formativa, ma come una vera e propria forma di «produzione culturale»<sup>19</sup>. A questo aspetto, che di per sé im-

---

<sup>17</sup> S. Malvica, *L'immagine del e per il turista. Riflessioni cognitive applicate al turismo*, in *Progettare la cognizione. Nuove prospettive di ricerca interdisciplinare*, cur. D. Chiricò, Messina, 2022, pp. 209-226.

<sup>18</sup> *Ibidem*.

<sup>19</sup> B. Kirshenblatt-Gimblett, *Destination Culture: Tourism, Museums and Heritage*, Berkeley, 1998.

plicherebbe in modo evidente una connotazione attiva, una sorta di «agency» assunta nel momento stesso della visita (sebbene venga sottolineata l'ambivalenza dell'aspetto inconscio e di quello consapevole, entrambi protagonisti nel momento del *visiting cultural heritage*), si aggiunge, ad implemento, quello della visita intesa anche come forma di comunicazione, anzi, vera e propria «azione comunicativa»<sup>20</sup>. Sulla base di tali letture, diviene coerente la visione del momento del *visiting* (di un museo o di un'area archeologica) come un processo di *heritage-making*.

È chiaro che nell'ambito del discorso turistico, il rapporto individuo/luogo della visita va analizzato relativamente ad una precisa classe di persone, ovvero quella dei turisti che, visti come agenti che, nel definire il proprio ruolo, mettono in atto un meccanismo di riproduzione di un nuovo spazio, quello turistico, appunto, lo fanno attraverso precisi comportamenti.

A differenza del paesaggio naturale, il paesaggio *monumentale* reca con sé implicazioni ancora più complesse. Elemento dirimente è costituito dal fatto che un monumento, un'area archeologica, un reperto hanno già in sé un elemento marcatamente antropico. Il «luogo culturale» è, di per se stesso, un *manufatto*. Un paesaggio che si mostra come qualcosa di già *creato*, carico, dunque, oltre che della materialità e degli elementi estetici che lo definiscono come spazio fisico, di un potere evocativo riconducibile alla sua natura di «prodotto dell'uomo».

Nel corso della fruizione di un bene culturale, quindi, il processo di *embodiment* si complica e si struttura come l'addizione di elementi diversi tra loro in cui, in più, agisce la consapevolezza che dietro l'oggetto della visita si celano altri individui, non più in essere, ma le cui esperienze, il cui bagaglio, hanno condizionato la natura dell'oggetto stesso.

L'*embodiment* applicato al turismo archeologico, dunque, non si traduce in «incarnazione», ma in **reincarnazione**. Ciò che rivive nel corso della visita, che viene ricreato, non include solo uno spazio fisico, ma ingloba e incarna, a sua volta, un'altra esperienza umana.

In questa prospettiva, il turismo archeologico non solo consente di viaggiare nello spazio e nel tempo, ma produce una terza dimensione, quella umana del presente, legata con un filo invisibile a una dimensione umana del passato, che rivive. Un viaggio nello spazio, nel tempo e nell'uomo.

Tutto ciò determina un inconsapevole disorientamento sensoriale e cognitivo, che si concretizza, al momento della visita, nell'attivazione di un processo empatico, da una parte, di mimesi, dall'altra, e di reiterazione identitaria dall'altra ancora.

---

<sup>20</sup> B. Dicks, *Heritage, Place and Community*, Cardiff, 2000.

Chi visita un'area archeologica ne crea una nuova. Produce, inconsapevolmente, nuova cultura, investendo il luogo di significato e di valori soggettivi, e, al contempo, reinterpretando ciò che di umano si cela dietro il luogo stesso.

Il Colosseo è il luogo dei gladiatori; Pompei è il luogo di famiglie e persone come noi, investite da una tragedia e rimaste lì, ancora visibili attraverso i calchi in gesso, ad offrirci un momento di dolore cristallizzato, nel quale chi visita si identifica, rivivendolo, reincarnandolo; la testa di Nefertiti è la donna più bella del mondo, che ci guarda e ci parla, dicendo ad ognuno di noi una cosa tanto diversa quanto diverse sono le intenzioni e le aspettative emotive che ci portiamo dietro.

Dai grandi monumenti al piccolo oggetto esposto nella vetrina di un museo, il dialogo che si instaura tra il fruitore e l'oggetto stesso reca elementi di unicità; un reperto archeologico, un oggetto del passato, non sarà mai incarnato come semplice oggetto di visita altro da noi; il filtro attraverso il quale il turista osserva un manufatto antico è diverso da quello che media la fruizione di un paesaggio. Esso ha in più la componente umana, di chi quell'oggetto ha prodotto e di chi lo ha utilizzato.

Per certi aspetti, potremmo definire il turismo archeologico, come un turismo semplice, poiché lo spazio, il luogo della visita, hanno molto in comune col visitatore: essi non vanno solo osservati, ma ascoltati, poiché raccontano: parlano di storie di uomini come noi.

La natura attiva, performativa, della visita di un luogo di interesse archeologico (o storico) determina l'azione di *heritage-making*, poiché i visitatori utilizzano il passato per negoziare e produrre essi stessi un nuovo significato del presente. Tali intenti possono non essere previsti nella pianificazione e progettazione di un'area archeologica destinata alla fruizione o nell'allestimento di un museo. Essi sono una categoria collegata più al fruitore che all'oggetto fruito. Ad ogni modo, i significati dell'oggetto della visita non sono semplicemente appresi dal visitatore, ma sono attivamente *creati* e, quindi, ri-creati o rinforzati dall'atto stesso della visita. Questo tipo di azione, o performance, ha conseguenze e implicazioni più ampie, anche politiche, culturali e sociali, che potrebbero avere un peso, forse, ben più consistente del semplice processo di apprendimento in senso educativo.

### 3. Embodiment nei musei: il M.A.Fra

Il caso studio presentato ha come oggetto il M.A.Fra, il Museo Archeologico di Francavilla di Sicilia. Inaugurato nel 2020, il museo nasce grazie alla collaborazione tra il Parco Archeologico di Naxos-Taormina, diretto dalla dott.ssa

Gabriella Tigano, e l'amministrazione comunale, con lo scopo di tutelare e valorizzare i reperti archeologici rinvenuti nel territorio<sup>21</sup>.

Il sito antico di Francavilla di Sicilia, indagato per la prima volta nel 1979, il cui nome arcaico risulta ancora oggi sconosciuto, è stato fondato intorno al VII secolo a.C. dai coloni greci provenienti dalla vicina Nasso. Giunti sul territorio si insediarono in corrispondenza della parte sud del paese moderno, dando vita al nucleo abitativo che rimarrà in uso fino al III secolo a.C.

Il primo edificio ad essere stato scoperto è il santuario dedicato alle divinità Demetra e Persefone, contenente un ricco corredo votivo di cui fa parte anche un repertorio di circa trecento *pinakes*. Le tavolette votive e il ricco bagaglio iconografico che esse recano sono uniche nel loro genere in Sicilia e presentano affinità iconografiche e stilistiche con quelle rinvenute in Calabria, a Locri Epizefiri. Esse testimoniano l'uso di pratiche culturali che prevedevano l'attuazione di riti di passaggio preenziali delle fanciulle.

Successivamente, sono state intercettate altre aree dell'insediamento antico, quali la necropoli, di cui è stato possibile studiare un'unica tomba ad inumazione e il corredo ritrovato al suo interno appartenente ad un infante, e parte dell'abitato, che rimane l'unica testimonianza visibile<sup>22</sup>.

Oggi il museo espone all'interno di tre sale i reperti archeologici, secondo un percorso cronologico-topografico, arricchito dalla presenza di pannelli esplicativi e video immersivi che aiutano il visitatore a muoversi e ad acquisire informazioni riguardo al territorio<sup>23</sup>.

La struttura del museo, pur presentandosi attenta a soddisfare l'aspetto didattico, si offre al turista come un'esperienza culturale di tipo quasi esclusivamente visivo, basata principalmente sull'osservazione dei reperti collocati all'interno delle teche e sulla lettura delle informazioni, trascurando la possibilità di coinvolgere in egual misura gli altri sensi e poter innescare quelle sensazioni ed emozioni necessarie per la rielaborazione del bene fruito, per raggiungere un livello di apprendimento di tipo educativo e agevolare il passaggio alla memoria.

Chi scrive ha in corso un progetto che ha l'obiettivo di trasformare il MA-FRA da ambiente statico e passivo ad uno attivo e dinamico, attraverso l'applicazione dei modelli teorici ispirati all'*embodied condition*<sup>24</sup>.

---

<sup>21</sup> <<https://www.parconaxostaormina.com/ufficiostampa/mafra-francavilladisicilia-museo/>>, (ultima consultazione il 28 settembre 2022).

<sup>22</sup> U. Spigo, C. Rizzo, E. D'Amico, M.G. Vanaria, *Francavilla di Sicilia. L'anonimo centro di età Greca. L'area archeologica e l'Antiquarium*, 2008.

<sup>23</sup> <<https://www.parconaxostaormina.com/francavilla/museo-archeologico-di-francavilla-di-sicilia/>>, (ultima consultazione il 28/09/2022).

<sup>24</sup> M. Wilson, *Six views of embodied cognition*, in «Psychonomic Bulletin & Review», 9 (4) (2002), pp. 625-636.

Come detto sopra, l'*embodiment* si basa sul principio per cui la componente corporea incide direttamente sull'origine delle emozioni e della conoscenza e stimola l'attivazione di sentimenti empatici in un soggetto<sup>25</sup>. Esso, se applicato al turismo culturale e archeologico, è in grado di regalare un'esperienza educativa ed emozionale unica.

L'ispirazione del progetto nasce dalla combinazione di attività già sperimentate in diversi ambiti ludico-ricreativi e culturali che agiscono positivamente sulla società e la invogliano a ripetere l'esperienza. Esempi di azioni già coltivate in tal senso sono l'uso dell'*audience development* e dello *storytelling*: le storie e i racconti hanno la capacità di far emozionare e alterare l'immaginario degli ascoltatori e la percezione del luogo che li circonda<sup>26</sup>; così come l'uso della realtà virtuale e la realtà aumentata<sup>27</sup>, che permette di visualizzare e muoversi all'interno di spazi artificiali digitali; le *educational Escape room*, grazie alle quali gli utenti imparano attraverso il superamento di sfide progressive fino ad arrivare al termine del percorso<sup>28</sup>; o ancora le esperienze dei musei tattili, che favoriscono una conoscenza più approfondita del bene culturale grazie al maneggiamento degli stessi<sup>29</sup>.

La struttura museale diverrebbe un unico grande contenitore, composto da una serie di elementi capaci di trasmettere differenti impulsi emotivi al fruitore che interagirebbe attivamente durante l'esperienza turistica. I beni culturali e archeologici, invece, rappresenterebbero i principali conduttori delle informazioni riguardanti il passato e la cultura che lo ha creato ed utilizzato<sup>30</sup>.

---

<sup>25</sup> A.R. Damasio, *Descartes' Error. Emotion Reason and the Human Brain*, London, 1995; Id., *The Feeling of What Happens. Body and Emotion in the Making of Consciousness*, London, 2000. Di Damasio, in particolare, risulta di particolare interesse il concetto di *embodiment* applicato al rapporto tra emozioni e sfera cognitiva ed al ruolo attivo delle stesse. In sostanza, le funzioni mentali sono perfettamente modulate dall'organismo e, dunque, incarnate in esso. A. Clark, *Being There: Putting Brain, Body and World Together Again*, Cambridge, 1997; S. Gallagher, D. Zahavi, *The Phenomenological Mind. An Introduction to Philosophy of Mind and Cognitive Science*, London-New York 2008; Merleau Ponty, 1945; F. Varela, E. Thompson, E. Rosch, *The Embodied Mind: Cognitive Science and Human Experience*, Cambridge, 1991.

<sup>26</sup> J. Gottschall, *L'istinto di narrare. Come le storie ci hanno reso umani*, trad. it. di Giuliana Olivero, 2014, p. 24.

<sup>27</sup> A. Luigini, C. Panciroli, *Ambienti digitali per l'educazione all'arte e al patrimonio*, Milano, 2018, pp. 1-332.

<sup>28</sup> H. Tercanli, R. Martina, A. Wakkee, I. Gomes, *Educational escape rooms in practice: Research, experiences and recommendations*, 2021, pp. 1-49.

<sup>29</sup> H. Karaduman, Ü. Alan, E. Özlem Yiğit, *Beyond "do not touch": the experience of a three-dimensional printed artifacts museum as an alternative to traditional museums for visitors who are blind and partially sighted*, in «Universal Access in the Information Society», 2022, pp. 1-14.

<sup>30</sup> E. Pappalardo, *Il "turismo della nostalgia" cit.*

L'attuazione del progetto prevede la creazione di un percorso turistico culturale complesso, che permette di guardare all'archeologia come la possibilità di rivivere esperienze già vissute da altri e di potersi riconoscere in esse<sup>31</sup>.

Il percorso museale ideato si snoda all'interno di tre differenti ambienti, ciascuno ispirato a un diverso aspetto sociale e culturale della comunità greca di VII-III secolo a.C.: vita quotidiana, sfera religiosa e ambito funerario.

Per riuscire in questo intento sarà necessario servirsi delle infrastrutture digitali, ricreando gli ambienti del tempo, i suoni e gli oggetti 3D, copie fedeli degli originali che saranno messi a disposizione dei visitatori e che permetteranno loro di approcciarsi direttamente alla cultura materiale del tempo.

In ogni sala, una voce narrante guiderà il visitatore raccontando la storia del luogo, aiutandolo a viaggiare nel tempo, stimolandolo nella messa in atto di azioni performative fatte di gesti e rituali o nell'utilizzo di oggetti che richiamano abitudini passate ma attuali.

Di conseguenza, per agevolare la percezione del fruitore di essere "parte attiva" del museo, l'accesso alle sale successive verrà consentito solo dopo la performance di pratiche evocative del passato come, ad esempio, la messa in scena del rituale religioso della processione, che prevede l'offerta di doni al dio venerato, o ancora i rituali funerari o semplicemente l'allestimento di un banchetto cerimoniale all'interno di una casa.

Ad accendere la memoria del visitatore non saranno però soltanto l'uso dei sensi del tatto, attraverso la manipolazione degli oggetti, o della vista dei manufatti originali e delle varie installazioni virtuali, ma anche l'udito e l'olfatto, con la riproduzione di suoni, voci e odori che riportino alla mente l'essenza degli ambienti in cui egli si trova.

Il soggetto che si presterà a mettere in atto queste semplici azioni non soltanto acquisirà nuove conoscenze, ma, divenuto protagonista nel meccanismo di *Heritage Making*, sarà coinvolto nel processo di *re-embodiment*.

## ABSTRACT

In questo lavoro si applica il concetto di *embodiment* al turismo culturale e archeologico. Inteso come processo di attivazione di fenomeni cognitivi e corporei quale reazione a determinati luoghi fisici che, a loro volta, divengono elementi agenti nel modificare e riproporre una visione nuova del luogo stesso, l'*embodiment* trova un'applicazione particolarmente felice al turismo dei luoghi antichi. Nel caso specifico del turismo archeologico, in cui i luoghi della visita consentono un viaggio, oltre che nello

---

<sup>31</sup> J.B. Watson, *Psychology as the behaviorist views*, in «Psychological Review», 20 (2) (1913), pp. 158-177.

spazio, nel tempo e nell'uomo. Proponiamo, dunque, una nuova formulazione in tal senso: *re-embodiment*, ovvero reincarnazione, inteso come processo mimetico e ricreativo di uno spazio fortemente antropizzato.

This paper is aimed to the application of the concept of *embodiment* to cultural and archaeological tourism. Conceived as process of activation of cognitive and corporal phenomena, as reaction moved by attending precise spaces (agent and able to modify and recreate a new view of the place itself), the *embodiment* can be reasonably applied to archaeological tourism. Here, as a matter of fact, the places to be visited allow to travel in space, time and human being. Then, we propose for the first time a new theory: *re-embodiment*, that is reincarnation, intended as mimesis and re-creative process of a deeply anthropic space.