

# Geografia e patrimonio



NUOVA  
SERIE  
27 / 2025

Memorie  
Geografiche

27



# MEMORIE GEOGRAFICHE

V edizione delle Giornate di studio "Geografia e ..."  
Vercelli, 27-28 giugno 2024

## Geografia e patrimonio

a cura di  
Stefania Benetti, Stefania Cerutti, Giacomo Pettenati



Geografia e patrimonio è un volume delle Memorie Geografiche della Società di Studi Geografici

<http://www.societastudigeografici.it>

ISBN 978-88-94690170

Numero monografico delle Memorie Geografiche della Società di Studi Geografici  
(<http://www.societastudigeografici.it>)

Certificazione scientifica delle Opere

Le proposte dei contributi pubblicati in questo volume sono state oggetto di un processo di valutazione e di selezione a cura del Comitato scientifico e degli organizzatori delle sessioni della Giornata di studio della Società di Studi Geografici

Comitato scientifico:

Raffaella Afferni (Università del Piemonte Orientale), Fabio Amato (Università di Napoli L'Orientale, Consiglio SSG), Stefania Benetti (Università del Piemonte Orientale), Valerio Bini (Università di Milano, Consiglio SSG), Cristina Capineri (Università di Siena, Consiglio SSG), Stefania Cerutti (Università del Piemonte Orientale), Egidio Dansero (Università di Torino, Consiglio SSG), Domenico de Vincenzo (Università di Cassino, Consiglio SSG), Francesco Dini (Università di Firenze, Consiglio SSG), Carla Ferrario (Università del Piemonte Orientale), Michela Lazzeroni (Università di Pisa, Consiglio SSG), Mirella Loda (Università di Firenze, Consiglio SSG), Monica Meini (Università del Molise, Consiglio SSG), Andrea Pase (Università di Padova, Consiglio SSG), Giacomo Pettenati (Università del Piemonte Orientale), Elisa Piva (Università del Piemonte Orientale), Filippo Randelli (Università di Firenze, Consiglio SSG), Marcello Tadini (Università del Piemonte Orientale).

Comitato organizzatore:

Stefania Cerutti (Università del Piemonte Orientale), Stefania Benetti (Università del Piemonte Orientale), Giacomo Pettenati (Università del Piemonte Orientale), Raffaella Afferni (Università del Piemonte Orientale), Carla Ferrario (Università del Piemonte Orientale), Elisa Piva (Università del Piemonte Orientale), Marcello Tadini (Università del Piemonte Orientale).



Creative Commons Attribuzione – Condividi allo stesso modo 4.0 Internazionale

© 2025 Società di Studi Geografici

Via San Gallo, 10

50129 - Firenze

LUCIA GRAZIA VARASANO\*, LUCIA COLANGELO\*\*, ADRIANO BIZZOCO\*

## LA GAMIFICATION COME STRUMENTO DI PROMOZIONE DEL PATRIMONIO ARCHEOLOGICO DIFFUSO: IL *SERIOUS* *GAME* “MISSIONE MAGNA GRECIA”

1. PATRIMONIO CULTURALE, GAMIFICATION E EDUTAINMENT: ATTRATTIVITÀ DELLE DESTINAZIONI E TURISMO VIDEOLUDICO. – La riproduzione virtuale di luoghi, siti e di intere città che vengono scelte come ambientazioni all'interno dei videogiochi stanno contribuendo, sempre più spesso, a incentivare forme di turismo videoludico e ad avere impatti diretti sulle località e sulle destinazioni turistiche. Se è vero che diverse modalità di fruizione virtuale del patrimonio hanno avuto il merito di democraticizzare l'accesso ai beni culturali, archeologici e paesaggistici, d'altro canto si stanno via via affermando, più o meno intenzionalmente, come veri e propri strumenti di *place branding*. In questo processo di promozione e d'innovazione tecnologica, la creazione di *metamondi* e di scenari videoludici apre numerosi interrogativi per gli studiosi delle discipline geografiche. La definizione di nuovi luoghi e di realtà sempre più immersive e eteree contribuisce a sfumare ulteriormente l'aderenza tra mondo e mondo virtuale, con l'effetto di produrre ambientazioni e immaginari ibridi nei quali vanno a situarsi relazioni e esiti difficilmente esplorabili. Al contempo questi non-luoghi si connotano come spazi simbolici, espressione della memoria collettiva cristallizzata entro pratiche di comunicazione attuali (Castells, 1991).

È su questo sfondo che s'insedia il rapporto tra patrimonio culturale e videogames soprattutto in termini di effetti che gli scenari videoludici possono esercitare sulla promozione territoriale e sull'attrattività delle destinazioni (Xu *et al.*, 2017; 2015). Studi recenti hanno dimostrato come l'esperienza di gioco, l'attaccamento al personaggio e la percezione dell'immagine della destinazione turistica ha un effetto significativamente positivo sull'intenzione del videogiocatore a voler visitare le location di ambientazione del gioco (Yin *et al.*, 2024). Il comportamento post-gioco s'innesta nel momento stesso in cui il gioco si sta svolgendo in quanto il giocatore immergendosi nell'ambiente virtuale stabilisce una connessione spaziale ed emotiva tra sé e i luoghi riprodotti, e un attaccamento affettivo agli scenari che lo spinge a desiderare, visitare o raccomandare una data destinazione (Kim e Tussyadiah, 2013).

Uno degli esempi più eloquenti di effetti che un'opera videoludica di successo può avere nella valorizzazione del patrimonio e del territorio è *Assassin's Creed*, titolo di Ubisoft ambientato nell'Italia rinascimentale con al centro Monteriggioni, San Gimignano, Firenze, Roma, Venezia e Forlì. In particolare, il capitolo II, pubblicato alla fine del 2009, ha portato il paese di Monteriggioni a registrare, nei primi sei mesi dell'anno successivo, un incremento del 7,24% degli arrivi e del 16,28% dei pernottamenti rispetto all'analogo periodo dell'anno precedente; più un aumento di circa 1/3 degli ingressi al museo locale “Monteriggioni in Arme” e ai camminamenti sulle mura. Nel 2016 il Comune ha proposto un'indagine conoscitiva chiedendo a 500 turisti di compilare un questionario che ha evidenziato come il 16% avesse conosciuto la località proprio grazie al videogame. Ciò ha portato l'amministrazione comunale a dotarsi di una strategia di valorizzazione turistica creando e promuovendo un itinerario a piedi dedicato al videogioco, con la possibilità anche di indossare le vesti dell'eroe (Capone, 2018, pp. 159-160).

Tuttavia, occorre fare una distinzione sull'intenzionalità o meno dell'utilizzo di strategie di gamification come strumenti di marketing. Infatti, accanto ai videogiochi progettati senza il perseguimento di scopi di marketing territoriale e che finiscono inconsapevolmente per incentivare forme di turismo videoludico (come nel caso di *Assassin's Creed*), vi sono altri videogiochi consapevolmente progettati per promuovere le destinazioni turistiche e incentivare i videogiocatori, soprattutto quelli più giovani, a visitare determinate località (paesi, città, parchi ecc.) e luoghi della cultura (musei, sale ecc.); oppure a partecipare a eventi sportivi e manifestazioni legate al patrimonio culturale immateriale<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Per avere un quadro dei videogames ambientati in Italia o legati alla cultura italiana, possiamo prendere come riferimento la mappatura curata dall'Associazione Culturale IVIPRO (Italian Videogame Program), che fornisce un primo catalogo in continuo aggiornamento (vedi <https://storie.ivipro.it>). Alcuni itinerari turistici a tema videoludico sono stati inseriti da IVIPRO anche all'interno del portale nazionale delle location e degli incentivi alla produzione cinematografica e audiovisiva, “Italy for movies” (vedi <https://www.italyformovies.it/film-serie-tv-games?tipologia=videogioco&regione=&anno=&titolo=&cerca=#fsg-result>).



L'esigenza di attrarre il pubblico dei giovani e giovanissimi ha portato, infatti, alla proliferazione di numerosi videogames che appositamente sviluppati per stimolare nuove forme di apprendimento (*education*) attraverso dinamiche videoludiche (*entertainment*), rispondono al paradigma del *learning by doing* e si rivelano strumenti utili a trasferire nozioni in maniera più efficace rispetto ai media tradizionali.

Nella categoria degli edutainment rientrano i cosiddetti *serious game* o *applied games* che, applicati con successo a diversi settori, hanno quasi esclusivamente un obiettivo educativo e formativo dichiarato<sup>2</sup>. Un *serious game*, infatti, è – per definizione – un software appartenente alla categoria del “videogioco” utilizzato per raggiungere uno scopo non necessariamente legato al gioco stesso ma per diffondere istruzioni e informazioni all'interno di una cornice videoludica (Cozza *et al.*, 2021, pp. 4001-4016). Il potenziale educativo dei videogame è ampiamente riconosciuto in ambito europeo in ottica di promozione del patrimonio storico-culturale e di trasmissione del sapere al punto da suggerirne l'inserimento all'interno di programmi formativi scolastici (European Council, 2023; European Parliament, 2022). Il connubio tra patrimonio culturale e videogiochi trova nei *serious game* una sintesi perfetta tra l'esigenza di promozione e il perseguimento di scopi didattico-educativi. Il videogioco sta assumendo, infatti, la caratteristica di nuovo media culturale in quanto presenta diverse similitudini con il documentario televisivo e può essere utilizzato per trasmettere informazioni (Porreca *et al.*, 2020).

A questo proposito osserviamo come anche in Italia l'offerta culturale di musei e luoghi della cultura sia radicalmente cambiata e in costante mutamento, sempre più orientata allo sviluppo dell'audience e all'adozione di strategie di *engagement* per coinvolgere i visitatori all'interno di esperienze cognitive e emozionalmente significative. In particolare modo, l'utilizzo dei *serious game* sta contribuendo a rivoluzionare l'approccio allo studio e alla promozione dei siti culturali, incidendo in maniera preponderante sulla conoscenza, comprensione e valorizzazione del patrimonio<sup>3</sup>. Accanto alle prime esperienze di successo scaturite in ambito museale, gli *applied games* si sono dimostrati particolarmente adatti alla valorizzazione di interi contesti e paesaggi archeologici diffusi, in grado di ricucire e mettere a sistema le numerose tracce disseminate sul territorio e divenendo, al contempo, veri e propri segmenti all'interno dell'offerta culturale e turistica territoriale<sup>4</sup>.

2. MAGNET: UN MODELLO DI FRUIZIONE VIRTUALE DEL PATRIMONIO ARCHEOLOGICO DIFFUSO. – I *serious game* rappresentano una nuova opportunità per le strategie di *cultural planning*, in quanto permettono di coniugare il patrimonio culturale con l'identità territoriale per pervenire a forme di sviluppo turistico locale (Betti, 2011, pp. 63-102). Con questi obiettivi si è sviluppato il progetto di cooperazione interregionale “MagNet – La Rete dei Musei della Magna Grecia” condotto dal Centro di Geomorfologia Integrata per l'Area del Mediterraneo (CGIAM), nato nel periodo post-pandemico con lo scopo di rilanciare i luoghi della cultura della Basilicata e migliorare gli standard di offerta e fruizione del patrimonio culturale regionale attraverso l'utilizzo di narrazioni attrattive avvalendosi degli strumenti tipici del Digital Heritage<sup>5</sup>. Le attività progettuali sono state improntate sull'interazione e integrazione tra reale e virtuale, e fondate sul costante dialogo tra diverse discipline grazie al coinvolgimento di un team eterogeneo (geografi, archeologi, informatici, grafici, topografi, modellatori, illustratori, sviluppatori e game designer). Il lavoro di ricerca è consistito in diverse fasi che hanno riguardato l'indagine archeologico-paesaggistica dei contesti, l'individuazione delle

---

<sup>2</sup> Tra gli esempi di *serious game* italiani troviamo “Al PArcCo con Claudio: un percorso di rivincita” legato a un percorso di visita all'interno del Parco archeologico del Colosseo e concepito come un ausilio alla didattica per le scuole, accessibile dal sito web del Parco e che può essere utilizzato sia per le attività in classe e sia da remoto (vedi <https://colosseo.it/education/serious-game-al-parco-con-claudio-un-percorso-di-rivincita>).

<sup>3</sup> In riferimento al patrimonio archeologico, il primo videogioco prodotto in Italia da un Museo Archeologico è “Father and Son”, del MANN di Napoli; ma si possono citare anche i successivi “Past for Future”, del MArTA di Taranto; “The Medici Game - Murder at Palazzo Pitti” di Palazzo Pitti a Firenze.

<sup>4</sup> Un esempio di promozione del patrimonio archeologico diffuso attraverso l'utilizzo del videogame è AUGuSTUS (AUGmented Game for Sicilian ToUrism marketing Solutions), realizzato per catturare un pubblico di giovani e per far conoscere loro i principali siti di interesse artistico e culturale della Sicilia (Fazio *et al.*, 2022).

<sup>5</sup> Il progetto di cooperazione interregionale “MagNet – La Rete dei Musei della Magna Grecia”, avviato nel novembre 2021 e concluso nel dicembre 2023, è stato condotto dal Centro di Geomorfologia Integrata per l'Area del Mediterraneo (CGIAM) con il partenariato dell'Unione Regionale dei Comuni delle Isole Ioniche (PED-IN), grazie alla collaborazione della Direzione Regionale Musei della Basilicata e dell'Eforato delle Antichità di Corfù, e al finanziamento dal Programma Operativo del Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (FESR) Basilicata 2014-2020 Asse 5 “Tutela dell'ambiente ed uso efficiente delle risorse”, Obiettivo specifico 6.7 “Miglioramento delle condizioni e degli standard di offerta e fruizione del patrimonio culturale, nelle aree di attrazione”, Settore di intervento “95. Sviluppo e promozione di servizi culturali pubblici”.

*best practices* in tema di valorizzazione dei beni culturali, la restituzione digitale di alcuni luoghi e reperti, lo sviluppo del *serious game* “Missione Magna Grecia”<sup>6</sup>.

2.1 *Lo storytelling dei contesti archeologici: simboli ed espedienti per la gamification.* – Il progetto MagNet condotto nel territorio della regione Basilicata e dell’isola di Corfù ha permesso non solamente di conoscere e riabilitare le tracce antiche delle contaminazioni culturali ma anche di stabilire nuove connessioni. Il comprensorio ionico (dalla zona costiera alle aree collinari interne) è stato il terreno di incontri e di scambi tra le popolazioni indigene e i navigatori provenienti dal Mediterraneo. La particolare conformazione di questa fascia di territorio, ed in particolare la presenza dei numerosi terrazzi di origine fluviale e marina, ha condizionato la nascita delle civiltà antiche e posto le basi naturali per la colonizzazione greca. I continui mutamenti politici e sociali, le preesistenze indigene, le contaminazioni culturali (tra greci e popolazioni italiche) hanno ridisegnato la geografia del paesaggio lasciando numerose testimonianze storico-archeologiche disseminate sul territorio e poco conosciute in ottica reticolare. Al fine di pervenire alla narrazione di contesti così paesaggisticamente eterogenei è stato necessario procedere con lo studio storico, geografico e archeologico dei siti e dei contenuti museali con l’obiettivo di delineare una linea di racconto univoca, coerente e lineare<sup>7</sup>.

Il lavoro di ricerca ha consentito l’individuazione di reperti iconici capaci di tradurre e rendere tangibili i legami storico-culturali e di esemplificare il processo di diffusione dell’identità culturale magnogreca a partire dalla circolazione dei prodotti ceramici artigianali (Silvestrelli, 2016, pp. 537-555; Giambersio, 1989) e fino alla raffigurazione degli elementi architettonici. L’indagine ha consentito di individuare nella gorgone, uno degli elementi maggiormente rappresentativi. Si tratta di uno dei soggetti mitologici più diffusi nelle produzioni artigianali sia nelle città greche e sia nei centri indigeni dell’entroterra della Basilicata.

Nell’arte greca l’immagine della gorgone compare già nel corso del VII secolo a.C. (Riccioni, 1995, pp. 9-16), ne è un esempio quella che campeggia sul frontone del tempio di Artemide di Corfù a simboleggiare il ritorno ciclico della vita e della fecondità della natura (Cigaina e Barsantis, 2015). Risalente all’inizio del VI secolo a.C., è presente sugli elementi di decorazione architettonica delle strutture abitative monumentali sia nelle città greche di Metaponto e Siris-Herakleia, sia nell’entroterra lucano già nel corso VI secolo a.C., a testimonianza di quella fitta rete di relazioni e connessioni culturali che caratterizzano da sempre il Mediterraneo, un network capace di connettere luoghi e persone attraverso il mare e la terra, spesso impervia ma segnata da itinerari che hanno permesso di raggiungere anche l’entroterra più remoto (Osanna, 2024, pp. 19-48; Lemos e Katsonas, 2020)<sup>8</sup>.

A Torre di Satriano, in comune di Tito (PZ), uno dei siti archeologici più importanti del potentino, posto ad oltre 100 km dalla costa ionica, le più recenti indagini archeologiche hanno riportato alla luce i resti una struttura palaziale del VI secolo a.C. con l’elegante decorazione architettonica di tipo greco dove la gorgone compare sugli elementi di gronda del tetto del palazzo (Osanna, 2024, pp. 227-264; 2013; 2019, pp. 97-157). I reperti individuati e selezionati a partire dall’effigie della gorgone, sono stati digitalizzati con tecniche di rilievo 3D (laser scanner e fotogrammetria) e inseriti in un database virtuale di *digital twin*, resi fruibili sul sito di progetto e trasposti nell’esperienza di gioco<sup>9</sup>.

Con l’obiettivo di perseguire lo scopo educativo del progetto e trasferire al pubblico informazioni e conoscenze attraverso la meccanica del gioco interattivo, la costruzione della trama del *serious game* è stata

---

<sup>6</sup> Il *serious game* è sviluppato da Digital Lighthouse, è gratuito e disponibile su Google Play e AppStore. Consulta il sito: <https://www.magnetproject.eu>.

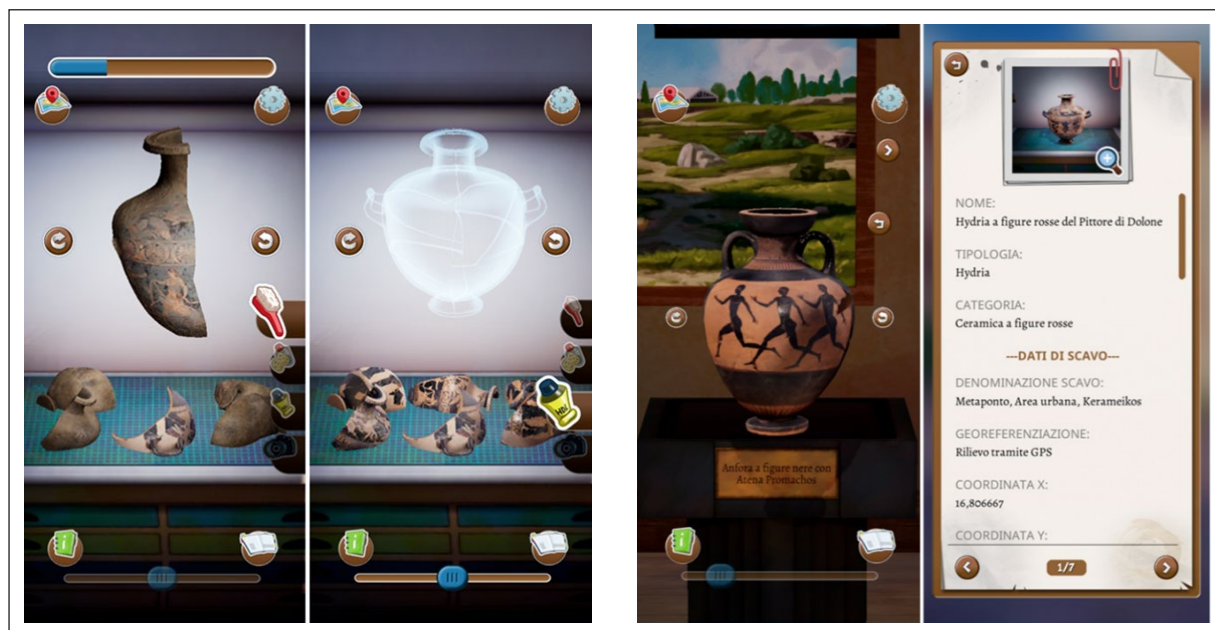
<sup>7</sup> I principali siti museali e archeologici della Basilicata e di Corfù oggetto della ricerca sono: Museo Archeologico Nazionale di Metaponto, Tempio delle Tavole Palatine, Parco archeologico dell’area urbana di Metaponto, Museo Nazionale della Siritide, Parco archeologico di Herakleia, Museo Archeologico Nazionale della Basilicata “Dinu Adamesteanu” di Potenza, Museo Archeologico di Corfù.

<sup>8</sup> Apparentemente isolato ed impervio, l’entroterra lucano è interessato da una fitta rete di itinerari naturali, che fin dalle fasi pre-protostoriche hanno permesso lo spostamento e consentito nel tempo importanti contatti tra le comunità indigene e le città greche della costa ionica e tirrenica. Questa viabilità antica doveva essere molto articolata, tenuta alta sui fiumi e condotta sui crinali. Si tratta di percorsi di media e lunga percorrenza, come quello che interessa l’ampio settore della collina materana e attraversa la regione da Est a Ovest, dal Tirreno allo Ionio, ed attivo a partire dal VII sec. a.C. Questa direttrice viaria, documentata negli “statuti di Tricarico” del XVI secolo e denominata “via delle bacche”, “via dei passanti” o “via che da Potenza va in Valle d’Otranto”, è nota ancora oggi come “Trazzerra degli stranieri” lungo il tratto lucano e campano e conserva nel nome la memoria della sua funzione di via di transito da e verso le aree costiere (Osanna, 2009, p. 106; Osanna *et al.*, 2008, p. 100; Buck, 1975, pp. 98-117).

<sup>9</sup> I reperti oggetto della narrazione sono: Anfora a figure nere con Atena Promachos del Pittore di Pisticci; Hydria a figure rosse del pittore di Dolone; Antefissa a testa di gorgone da Siris, Pelike a figure rosse del pittore di Policoro; Poseidon ed Atena; Sima con gorgone; Hydria a figure rosse del Pittore di Pisticci; Frontone del Tempio di Artemide di Corfù.

orientata verso la trasformazione dell'attività archeologica in una vera e propria esperienza videoludica. A partire dalle linee di rottura originariamente presenti, ciascun reperto è stato virtualmente sottoposto alla spaccatura in frammenti più piccoli, poi digitalmente “sporcati” e “interrati” all'interno di scene di scavo, consentendo al videogiocatore di immedesimarsi pienamente nel ruolo dell'archeologo e di ricostruire la vita del singolo reperto procedendo a ritroso dal momento del suo rinvenimento fino all'esposizione museale.

Le informazioni raccolte durante la fase di ricerca, inoltre, hanno permesso di arricchire il videogame con contenuti scientifico-divulgativi presentati in apposite schede tecniche di approfondimento relative ai luoghi, ai personaggi e ai reperti scelti.



Fonte: serious game “Missione Magna Grecia”.

Fig. 1 - “Missione Magna Grecia”: la ricostruzione e l'esposizione dei reperti archeologici

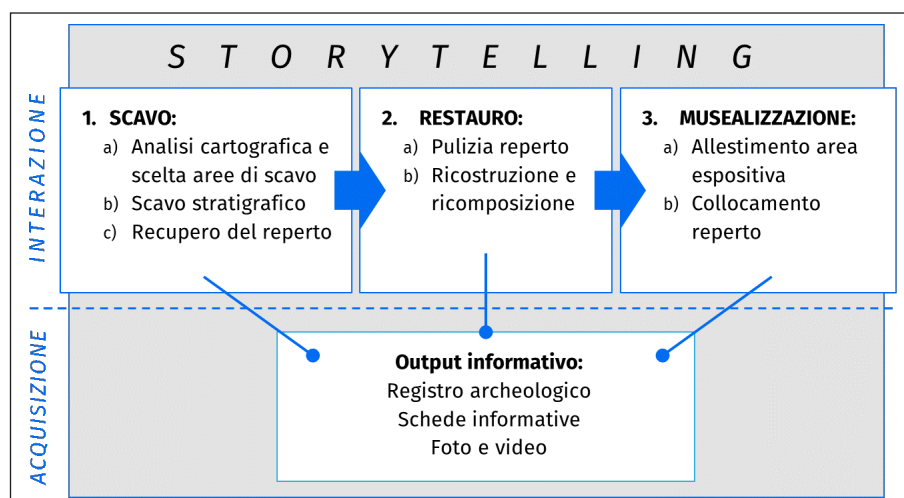
2.2 Il serious game “Missione Magna Grecia”. Appunti metodologici. – Nella definizione della trama narrativa dello *storytelling* si è partiti da un'analisi di dettaglio delle diverse attività che caratterizzano la ricerca archeologica: dallo studio delle fonti alla pianificazione dello scavo stratigrafico, dalla metodologia di scavo al restauro e fino alla valorizzazione delle scoperte archeologiche.

Al fine di creare uno *storytelling* emotivamente coinvolgente, l'utente è invitato a vestire i panni della giovane protagonista Giulia, archeologa al suo primo compito. Seguendo gli appunti di Dinu Adamesteanu viene incaricata di curare una mostra presso il Museo Archeologico di Potenza basata sulla produzione ceramica magnogreca e intraprende un viaggio alla ricerca delle tracce del celebre pittore lucano soprannominato “Pittore di Pisticci”<sup>10</sup>. L'itinerario permette a Giulia (e ai videogiocatori) di esplorare alcuni dei principali luoghi della Magna Grecia e di indagare i temi iconografici più antichi diffusi dalle botteghe ceramiche e dagli artisti attivi ad Atene e nel Mediterraneo.

Lo *storytelling* del gioco è stato strutturato lungo tre linee narrative distinte, progressive e tra loro intrecciate, indirizzate alla valorizzazione dei siti, della storia e delle attività archeologiche. Fondamentale, in questa fase è stata la scrittura di un documento di sceneggiatura, contenente tutti i testi dei dialoghi, delle schede informative e delle interfacce di gioco. L'integrazione tra meccaniche ludiche e elementi didattici è stata predisposta in un apposito *Game Design Document* che tenendo conto della dinamica delle *visual novel*, cioè delle modalità di gioco in cui i personaggi scambiano battute all'interno di scene riconoscibili, ha permesso

<sup>10</sup> I protagonisti del *game* sono sia personaggi storici realmente vissuti, come nel caso di Dinu Adamesteanu, Soprintendente archeologo della Basilicata dal 1964 al 1977 (conosciuto per essere stato il fondatore dell'aerofototeca italiana nel 1958); e sia personaggi di fantasia funzionali alla rappresentazione del gioco.

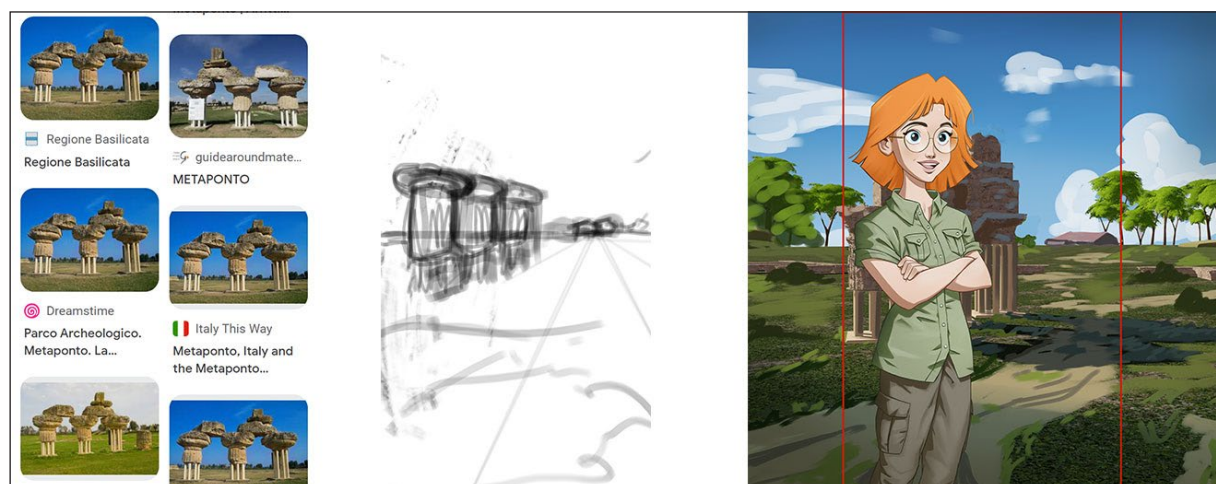
di fornire indicazioni precise al team di sviluppatori del videogame (programmatore, art director e illustratori) con l'obiettivo di rendere la *user experience* del giocatore significativa sotto il profilo emozionale e culturale.



Fonte: a cura di Adriano Bizzoco.

Fig. 2 - Schema del processo di storytelling del serious game "Missione Magna Grecia"

Il tema della digitalizzazione dei luoghi è stato affrontato attraverso la valutazione delle inquadrature seguendo le angolature più rappresentative dei siti e procedendo con rielaborazione in chiave artistica utilizzando uno stile pittorico digitale. Elemento fondamentale per la realizzazione del *serious game* è stato il lavoro di sviluppo vero e proprio, ossia la programmazione e l'implementazione di tutte le meccaniche di gioco e di tutti gli *asset* grafici, audio e video, all'interno di un cosiddetto *engine* (motore grafico), un software in grado di processare tutte le istruzioni e restituire un'applicazione vera e propria, eseguibile da parte dell'utente<sup>11</sup>.



Fonte: serious game "Missione Magna Grecia".

Fig. 3 - "Missione Magna Grecia": la digitalizzazione del Parco Archeologico di Metaponto

3. CONCLUSIONI. – La creazione di contenuti videoludici in ambito culturale sta rivoluzionando le modalità con le quali si struttura (più o meno intenzionalmente) l'offerta turistica dei territori (Ma e Oikonomou,

<sup>11</sup> Nel caso di MagNet: Missione Magna Grecia si è optato per "Unreal Engine". Una scelta che ha consentito di garantire compatibilità multiplatforma (Android e iOS) e al tempo stesso alte prestazioni nelle scene di gioco 3D (mini-giochi), e in particolare in presenza delle sequenze di manipolazione dei reperti digitalizzati.

2017). In tal senso, i *serious game* possono costituire un fattore attrattivo per luoghi e/o siti grazie alle meccaniche di gioco che mescolano e integrano funzionalità videoludiche con scopi educativi e didattici, contribuendo ad aggregare risorse territorialmente diffuse promosse sul filo di una narrazione emotivamente coinvolgente.

In termini geografici possiamo affermare che il processo di gamification si connota come una delle letture postmoderna delle tracce, dei segni e dei simboli del mondo, utile a favorirne riusi e riconversioni virtuali (Turri, 2003, p. 977). La creazione di meta-mondi si rivela, infatti, un esercizio di restituzione di innumerevoli immaginari del mondo che risultano spazialmente contratti, se pensiamo alla lettura complessiva del paesaggio culturale e delle relazioni tra i luoghi, ma con effetti diretti che possono avere un'ampia portata sul mondo reale e sulle destinazioni. Veicoli di immagini emozionalmente potenti si connotano quali elementi preponderanti della cultura umanistica postmoderna, ibridazione tra reale e virtuale, capaci di abbattere le barriere architettoniche democratizzando l'accesso al patrimonio. Luoghi non-luoghi, spazi virtuali dalle quali dipartono riflessioni più squisitamente geo-filosofiche, capaci di indagare il paesaggio come "una sorta di memoria in cui si registra e sintetizza la storia dei disegni territoriali degli uomini" (Quaini, 1998, p. 191). In tal senso, l'essenza del museo valica i confini tradizionali fino a comprendere, in un'accezione più vasta, l'archeologia e il paesaggio, e trovando nella gamification, e in particolare nello sviluppo dei *serious game*, uno strumento di sperimentazione dialogica a servizio dei territori e dei sistemi territoriali.

## BIBLIOGRAFIA

- Baglioni I. (2010). La maschera di Medusa. Considerazioni sull'iconografia arcaica di Gorgo. In: Baglioni I., a cura di, *Storia delle religioni e archeologia. Discipline a confronto*. Roma: Alpes.
- Betti S. (2011). Approcci e applicazioni per la geografia culturale. In: Mercatanti L., a cura di, *Percorsi di geografia tra cultura, società e turismo*. Bologna: Pàtron.
- Buck R.J. (1975). *The Ancient Roads of Southeastern Lucania*. Papers of the British School at Rome, Vol. 43.
- Capone A. (2018). Dai videogiochi al turismo videoludico. In: Bagnoli L., a cura di, *Manuale di geografia del turismo. Dal Grand Tour al Piano Strategico*. Milano: UTET Università.
- Castells M. (1991). *The Informational City*. Oxford: Blackwell.
- Cigaina L., Barsanti S. (2015). Il frontone dell'Artemision di Corcira (Palaiopolis): contenuto religioso e possibili riferimenti politici alla tirannide dei Cipselidi. *Hesperia*, 32.
- Cozza M., Isabella S., Di Cuia P. et al. (2021). Dive in the past: A serious game to promote the underwater cultural heritage of the Mediterranean Sea. *Heritage*, 4. (<https://doi.org/10.3390/heritage4040220>)
- Denoyelle M. (1997). Attic or non-attic? The case of the Pisticci painter. In: Oakley J.H. et al., *Athenian Potters and Painters*, The Conference Proceedings. Oxford: Oxbow Books.
- European Council (2023). *Council Conclusions on Enhancing the Cultural and Creative Dimension of the European Video Games Sector, as Approved by the Council (Education, Youth, Culture and Sport) at its Meeting on 24 November 2023*. Testo disponibile al sito: <https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2023/11/24/video-games-sector-council-to-protect-its-cultural-and-creative-dimension> (consultato il 2/04/2025).
- European Parliament (2022). *European Parliament Resolution of 10 November 2022 on Esports and Video Games, 2022/2027 (INI)*. Testo disponibile al sito: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/ALL/?uri=CELEX%3A52022IP0388> (consultato il 3/04/2025).
- Fazio G., Malfitana D., Fricano S., Mazzaglia A., Bonacini E., a cura di (2022). *Il digital cultural heritage e i serious game: l'esperienza del progetto Augustus*. Palermo: Palermo University Press.
- Giambersio A.M. (1989). *Il pittore di Pisticci. Il mondo e l'opera di un ceramografo della seconda metà del V secolo a.C.* Lecce: Congedo Editore.
- Kim J.J., Tussyadiah I.P. (2013). Social networking and social support in tourism experience: The moderating role of online self-presentation strategies. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(1-2): 78-92. <https://doi.org/10.1080/10548408.2013.751220>
- Lemos I.S., Katsonas A. (2020). *The Archeology of Early Greece and the Mediterranean*. Hoboken: Wiley Blackwell.
- Ma M., Oikonomou A., a cura di (2017). *Serious Games and Edutainment Applications*. UK: Springer.
- Osanna M. (2013). Un palazzo come un tempio: l'anakton di Torre di Satriano. In: Osanna M., Vullo M., a cura di, *I segni del potere. Oggetti di lusso dal Mediterraneo nell'Appennino lucano di età arcaica*, Catalogo della Mostra. Potenza, Museo Archeologico Nazionale. Bari: Edipuglia.
- Osanna M. (2019). *Terra incognita. The rediscovery of an Italian people with no name*, Studia Archeologica, 230. Roma: L'Erma di Bretschneider.
- Osanna M. (2024). *Mondo Nuovo. Viaggio alle origini della Magna Grecia*. Milano: Rizzoli.
- Osanna M. et al. (2008). *Progetti di Archeologia in Basilicata. Banzi e Tito. Siris*, Suppl. II. Bari: Concedo Editore.
- Osanna M. et al. (2009). Torre di Satriano. Morfologia e struttura di un insediamento della Lucania nord-occidentale dall'età del ferro alla conquista romana. In: Russo A., Di Giuseppe E, a cura di, *Felicitas Temporum. Dalla terra alle genti: la Basilicata settentrionale tra archeologia e storia*. Lavello: Edizione Finiguerra.
- Pescarin S., a cura di (2020). *Videogames, ricerca, patrimonio culturale*. Milano: FrancoAngeli.

- Porreca R., Geropanta V., Abril K., Giordanelli D. (2020). Gaming as a disembodied experience of the city: From Assassin's Creed to "Smart learner". *SCIENTIFIC RESEARCH AND INFORMATION TECHNOLOGY*, 10(2): 117-130.
- Riccioni G. (1955). Origine e sviluppo del Gorgoneion e del mito della Gorgone-Medusa nell'arte greca. *Rivista dell'Istituto Nazionale di Archeologia e Storia dell'Arte*, 18(9). Roma: L'Erma di Bretschneider.
- Silvestrelli F. (2019). La Polis di Metaponto e il suo territorio dalle prime esperienze alla metà del IV sec. a.C. In: *Atti del 55° convegno di studi sulla Magna Grecia*, Taranto, 2015. Taranto 2019.
- Turri E. (2003). Geografia e postmodernità. La rappresentazione del paesaggio. *Bollettino della Società Geografica Italiana*, XII(VII): 973-980.
- Vallega A. (2003). *Geografia culturale. Luoghi, spazi, simboli*. Milano: UTET Università.
- Van Eck R. (2006). Digital game-based learning: It's not just the digital natives who are restless. *Educ. Rev.*, 41(16).
- Xu F., Buhalis D., Weber J. (2017). Serious games and the gamification of tourism. *Tourism Management*, 60: 244-256.
- Xu F., Tian, F., Buhalis D., Weber J., Zhang H. (2015). Tourists as mobile gamers: Gamification for tourism marketing. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33(8): 1124-1142.
- Yin S., Cai T., Tang C. (2024). The impact of tourism destination factors in video games on players' intention to visit. *Journal of Resources and Ecology*, 15(2): 474-483.

**RIASSUNTO:** Negli ultimi decenni, la popolarità dei videogiochi è aumentata grazie alla loro capacità di coinvolgere il pubblico e creare empatia, leve necessarie non solamente ai fini ludici ma anche per stimolare nuove forme di apprendimento. In tal senso sono numerose le esperienze di *serious game* prodotti in Italia che hanno incentivato lo sviluppo di nuove forme di turismo videoludico, divenendo veri e propri brand capaci di mettere a sistema il patrimonio diffuso e di imporsi sul mercato dell'offerta turistica. A partire da queste premesse, l'articolo si propone indagare il legame tra patrimonio culturale e gamification attraverso il racconto dell'esperienza progettuale di "MagNet – La Rete dei Musei della Magna Grecia" con un focus particolare sulla fase di sviluppo del *serious game* "Missione Magna Grecia". Il contributo si propone di analizzare l'efficacia della gamification come pratica di sperimentazione sensibile e dialogica che, frutto della contaminazione tra arte, paesaggio e tecnologia e della multidimensionalità degli approcci (Digital Heritage), diviene strumento per la valorizzazione dei giacimenti culturali.

**SUMMARY:** *Gamification as a tool for promoting diffuse archaeological heritage: the serious game "Missione Magna Grecia"*. In recent decades, the popularity of video games has grown thanks to their ability to engage audiences and foster empathy key elements not only for entertainment purposes but also for stimulating new forms of learning. In this regard, numerous serious game projects have been developed in Italy, encouraging the emergence of new forms of video game tourism. These projects have evolved into true brands capable of systematizing widespread heritage and establishing themselves within the tourism market. Based on these premises, this article aims to explore the connection between cultural heritage and gamification through the case study of the project "MagNet – The Network of Magna Graecia Museums", with a particular focus on the development phase of the serious game "Mission Magna Graecia". The contribution seeks to analyse the effectiveness of gamification as a sensitive and dialogic practice of experimentation – one that, born from the intersection of art, landscape, and technology and shaped by the multidimensionality of Digital Heritage approaches, becomes a tool for enhancing cultural assets.

*Parole chiave:* gamification, patrimonio archeologico diffuso, *serious game*, edutainment

*Keywords:* gamification, diffuse archaeological heritage, serious game, edutainment

\*Centro di Geomorfologia Integrata per l'Area del Mediterraneo – CGIAM; [l.varasano@cgiam.org](mailto:l.varasano@cgiam.org); [a.bizzoco@cgiam.org](mailto:a.bizzoco@cgiam.org)

\*\*Ricercatrice archeologa indipendente; [arheoluciacolangelo@gmail.com](mailto:arheoluciacolangelo@gmail.com)