

## Il mondo digitale e i cimiteri

di Daniele Fogli e Renata Santoro (\*)

Ormai ci è quasi indispensabile utilizzare *Google* per effettuare una qualsiasi ricerca d'informazioni o per ottenere indicazioni stradali per raggiungere le nostre mete.

Condividiamo le nostre fotografie ed esperienze, commentando quelle degli altri, attraverso i *social network* e talvolta con gli stessi mezzi scopriamo importanti realtà che non conosceamo della nostra città e ci soffermiamo nella lettura degli approfondimenti.

Oggi non rimaniamo più stupiti nel ricevere dettagli e comunicazioni molto aderenti ai nostri gusti direttamente sullo smartphone e senza averli neppure richiesti.

Sappiamo che questo è "il mondo digitale", all'interno del quale restiamo sempre più connessi.

Siamo così pervasi da tutto ciò, che non facciamo caso a come, proprio grazie alla tecnologia digitale e ai suoi algoritmi, con il nostro operato da "*prosumer*", con la doppia identità di produttore ma anche di consumatore di contenuti, contribuiamo a dare sempre maggiore evidenza ai luoghi a noi cari, che frequentiamo o che ricerchiamo più frequentemente sul web.

I nostri *likes* diventano contemporaneamente informazioni che potrebbero interessare chi, per alcune caratteristiche, ci somiglia.

Accade così che alcuni cimiteri, più di altri, salgano di gradimento nelle preferenze di ricerca e che si attestino tra i "*top*" per chiarezza di informazioni pubblicate, per il decoro dei luoghi, per la cura nello svolgere le operazioni o per il grande patrimonio storico-culturale che racchiudono, solo perché più utenti hanno dimostrato in qualche forma il loro interesse.

Tutto ciò innesca una circolarità di notizie, un volano di attività collaterali di discussione nei blog, di condivisione esperienziale e commenti nelle chat, di richieste di spiegazioni o raggugli operativi attraverso le pagine dei vari portali istituzionali dei comuni, dei gestori di cimiteri o anche di siti specializzati come [www.funerali.org](http://www.funerali.org).

Da queste poche considerazioni è facile intuire che il digitale è un'arma a doppio taglio e che la condizione essenziale è di avere il più possibile il coltello dalla parte del manico!

Necessario e fondamentale per chi gestisce servizi cimiteriali è lasciare spazi di attività mediale al pubblico attraverso i propri canali, individuando un sistema di richiesta di *feedback*, prevedendo la compilazione di semplici e veloci questionari di soddisfazione del cliente/visitatore, ma anche mettendo in evidenza i propri recapiti, affinché sia maggiormente facile, per chiunque, prendere contatti e fare le richieste direttamente a chi può dare una risposta concreta e ufficiale.

Discreti riscontri si possono ottenere anche dall'inserimento del cimitero, che si vuole promuovere, come forma di *attività*, nei siti di ricerca e recensioni turistiche, come ad esempio *Tripadvisor* o anche *Google*.

A seguito del monitoraggio automatico sugli utenti che visualizzano il profilo, si ha la restituzione di dettagli utili a comprendere cosa interessa la gente, quali sono le informazioni richieste e quindi l'importanza di aggiornare sovente il proprio profilo.

L'andamento delle visualizzazioni è rappresentato oltre che numericamente anche con delle forme grafiche che rappresentano il gradimento a livelli crescenti per raggiungere dei riconoscimenti formali.

La lettura delle recensioni è una buona pratica, ma lo è ancor di più scrivere risposte concrete e coerenti con quanto richiesto, affinché si comprenda l'attenzione sul percepito della gente.

Per dare visibilità e promuovere le attività di valorizzazione del patrimonio culturale presente nei cimiteri, è vincente la strategia di permettere gli scatti fotografici ai visitatori, che ne fanno richiesta, attraverso facili e veloci moduli di *Google*, compilabili online, in cui il sottoscrittore ha modo di leggere le norme e gli accorgimenti per la privacy.

---

(\*) Responsabile Ufficio Eventi Cimitero Monumentale AFC Torino SpA, Coordinatrice del Tavolo Tecnico di Valorizzazione dei cimiteri italiani di Utilitalia Sefit e delegata per i rapporti con ASCE

Tutte le foto così realizzate, elaborate o meno da professionisti, vanno ad arricchire un grande archivio digitale on-line e i numeri sono davvero interessanti (alla data di scrittura di questo articolo):

90.943 post relativi al raggruppamento tematico *#cimiteri\_monumentali\_* e ancora 16.210 post per *#cimiteri\_monumentali*.

Molti altri ancora sono gli *hashtag* italiani consultabili, ma i numeri diventano esponenziali per le ricerche in lingua inglese.

Un unico esempio: sono ben 2.838.512 i post per la parola chiave *#cemetery*.

Le città sono sempre più *smart* e i cimiteri ne sono parte integrante e non devono perdere il passo. La volontà di mettere in evidenza la ricchezza culturale, storico-artistica e turistica dei cimiteri passa inevitabilmente dai nuovi applicativi, che ripropongono percorsi visita a tappe georeferenziate ma anche “parlanti”, cioè multimediali per permettere un’esperienza immersiva.

È possibile, infatti, attraverso la scansione di un QR code generare un effetto sonoro, oppure ottenere la visione di un’immagine collegata alla sepoltura del tale personaggio famoso.

Ma può anche essere interessante consentire di registrare allo stesso link una testimonianza raccolta durante il passaggio del gruppo visita in quella tappa e rendere così l’esplorazione dei cimiteri pienamente partecipata digitalmente.

Pur trovandoci in un momento storico e in un contesto psico-sociale d’emergenza, connesso agli effetti pandemici e alle restrizioni di movimento che ne sono scaturite, i gestori di alcuni cimiteri monumentali italiani non hanno desistito dall’obiettivo di promuoverli dal punto di vista turistico-culturale. Anche coi cimiteri difficilmente frequentabili e ovviamente con la precedenza alle cerimonie funebri e di sepoltura, alcune città italiane hanno promosso l’esperienza di creare e pubblicare dei tour virtuali cimiteriali, permettendo a chiunque di fruirne illimitatamente.

Il successo di questi tour virtuali ha stimolato il Tavolo Tecnico Utilitalia-Sefit per la valorizzazione storico-artistica dei cimiteri monumentali italiani, alla pubblicazione e diffusione, di un mosaico italiano di video promozionali, che ha raccolto sui canali social, siti web e sul portale [www.funerali.org/video](http://www.funerali.org/video), storie e memorie di alcuni dei più visitati cimiteri italiani: la Certosa di Bologna, lo Staglieno di Genova, il Verano di Roma, il Monumentale di Milano, il Monumentale di Torino, il Cimitero della Villetta di Parma, il Monumentale di Mantova, la Certosa di Ferrara, il Cimitero di Trento e i Cimiteri di Bolzano.

Conclusioni? Anche per il cimitero occorrono forme nuove di diffusione della sua presenza e l’ampliamento del percepito: da solo luogo di ricordo e sepoltura dei defunti a luogo di fruizione, anche digitale, di memorie passate e di elementi artistici che devono perdersi.