

Dal "Domo Roma" al "Made in Roma"

di Simone Pastor

Il segno, il marchio, il simbolo sono sistemi di riproduzione di valori e di esperienze che risalgono all'origine dell'uomo. Dai pittogrammi ai segni divinatori, apotropaici e iniziatici, fino a marchi di produzione e di possesso, queste forme di rappresentazione sono legate alla storia dell'uomo costituendo ancora oggi presupposti della comunicazione in numerose etnie. A metà strada fra parola e disegno, alla frontiera fra marchio e simbolo, questi segni rappresentano il più delle volte la necessità dell'uomo di uscire dalla dimensione individuale rivestendo, nella storia, grande importanza come forme di auto-rappresentazione.

Il mondo romano non è esente da questo sistema di simboli. Una società "pre-industriale" quale quella romana, che occupava nel cd. "terzo settore" gran parte della forza lavoro e delle risorse e il cui sviluppo fu favorito dalla *pax romana* garante della sicurezza delle linee di traffico permise il moltiplicarsi di botteghe, di aziende produttive e commerciali all'ingrosso e al dettaglio, di depositi, di magazzini, di corporazioni, di artigiani e trasportatori in tutto l'impero. La congerie di oggetti arrivati fino a noi è il risultato di questo sforzo economico; una vasta gamma di testimonianze a documentazione delle numerose produzioni seriali delle officine romane. Ma tali reperti non sono l'unica testimonianza materiale di questo complesso sistema: su ciascun prodotto, su ciascun oggetto, compare la traccia distintiva della loro storia, un marchio - il protagonista di questa mostra - un segno, composto da una sequenza di lettere o da uno o più simboli di riconoscimento delle officine dove erano stati prodotti o del commerciante che li aveva distribuiti. Simboli di una "società pre-industriale" il cui compito era quello di comunicare e codificare la propria identità.

Una mostra di oggetti e di concetti quella ospitata presso i Mercati di Traiano. Con "Made in Roma" infatti non vogliamo solamente descrivere il mondo produttivo e commerciale dei romani. Con "Made in Roma" con questo termine - a prima vista troppo moderno per una mostra archeologica - non solo abbiamo voluto enfatizzare il costante rapporto tra antico e contemporaneo che si evince dalle sezioni della mostra ma abbiamo voluto porre l'accento, attraverso l'analisi della cultura materiale, a tutto quel processo di trasformazione di singole identità provinciali in un comune sistema produttivo e culturale dovuto, da un lato alla mercantizzazione dell'economia attivata dall'esistenza di un organismo politico unitario come l'impero, dall'altro a un processo di acculturazione reciproca tra centro e periferia, tra "romani" e "romanizzati".

Essere "Made in Roma" per i cittadini dell'impero significava infatti aver saputo amalgamare le tradizioni e la storia dei territori eterogenei dell'impero romano e dei numerosi contesti locali con quello "romano" a sua volta sempre meno definibile, poiché anch'esso sempre più alimentato da nuovi cittadini. Il risultato è una cultura materiale "meticciasca" negli stili, nelle tecniche, nei valori. Queste produzioni materiali, su cui si costruisce soprattutto la romanizzazione delle élites, non restituiscono un significato univoco, ma sono legate alle singole procedure di identità culturale. Per fare un esempio, una coppa di terra sigillata rappresenta un processo di acculturazione completato, in cui un gruppo non necessariamente elitario dimostra di aver accolto il gusto romano: tuttavia, in particolari contesti culturali come le Gallie quella coppa può essere usata per bere birra, e non vino. Allo stesso modo, in numerosi casi è evidente un vero *cultural change* in senso sincretistico: la produzione di terra sigillata aretina trova una nuova patria produttiva in Gallia ma acquisisce originalità di decoro, dimostrandosi veicolo di nuove idee su natura, mito, divertimento. Questa reciprocità dei fenomeni di acculturazione generò una società gradualmente sempre più complessa. Dal *Domo Roma* (nato a Roma), orgogliosamente espresso sugli epitaffi ritrovati in tutto il mondo romano, di coloro che erano nati nell'*Urbs*, si passò ben

presto a un impulso più ecumenico che potremmo sintetizzare con il termine moderno "Made in Roma" in cui per "romano" non si intende uno *status* legale ma un insieme di comportamenti che definiscono un singolo parte di una comunità organizzata secondo usi e costumi romani. Questa esigenza, questa determinazione fu la base del processo chiamato "romanizzazione" che trasformò differenti popoli e territori in una *communis patria*, sancita universalmente con la *Constitutio Antoniniana* del 212 d.C. Una patria comune nei confini, nella lingua, negli usi e nei costumi, nel commercio.