

SUPPLEMENTI
S

La città di celluloide
tra vocazione turistica
ed esperienze creative

04

IL CAPITALE CULTURALE

Studies on the Value of Cultural Heritage

JOURNAL OF THE SECTION OF CULTURAL HERITAGE

Department of Education, Cultural Heritage and Tourism
University of Macerata

Il Capitale culturale

Studies on the Value of Cultural Heritage

Supplementi 4, 2016

ISSN 2039-2362 (online)

ISBN 978-88-6056-466-5

© 2016 eum edizioni università di macerata

Registrazione al Roc n. 735551 del 14/12/2010

Direttore

Massimo Montella

Coordinatore editoriale

Francesca Coltrinari

Coordinatore tecnico

Pierluigi Feliciati

Comitato editoriale

Giuseppe Capriotti, Alessio Cavicchi, Mara Cerquetti, Francesca Coltrinari, Patrizia Dragoni, Pierluigi Feliciati, Enrico Nicosia, Francesco Pirani, Mauro Saracco, Emanuela Stortoni

Comitato scientifico - Sezione di beni culturali

Giuseppe Capriotti, Mara Cerquetti, Francesca Coltrinari, Patrizia Dragoni, Pierluigi Feliciati, Maria Teresa Gigliozzi, Valeria Merola, Susanne Adina Meyer, Massimo Montella, Umberto Moscatelli, Sabina Pavone, Francesco Pirani, Mauro Saracco, Michela Scolaro, Emanuela Stortoni, Federico Valacchi, Carmen Vitale

Comitato scientifico

Michela Addis, Tommy D. Andersson, Alberto Mario Banti, Carla Barbati, Sergio Barile, Nadia Barrella, Marisa Borraccini, Rossella Caffo, Ileana Chirassi Colombo, Rosanna Cioffi, Caterina Cirelli, Alan Clarke, Claudine Cohen, Gian Luigi Corinto, Lucia Corrain, Giuseppe Cruciani, Girolamo Cusimano, Fiorella Dallari, Stefano Della Torre, Maria del Mar Gonzalez Chacon, Maurizio De Vita, Michela Di Macco, Fabio Donato, Rolando Dondarini, Andrea Emiliani, Gaetano Maria Golinelli, Xavier Greffe, Alberto Grohmann, Susan Hazan, Joel Heuillon, Emanuele Invernizzi, Lutz Klinkhammer, Federico

Marazzi, Fabio Mariano, Aldo M. Morace, Raffaella Morselli, Olena Motuzenko, Giuliano Pinto, Marco Pizzo, Edouard Pommier, Carlo Pongetti, Adriano Prosperi, Angelo R. Pupino, Bernardino Quattrociochi, Mauro Renna, Orietta Rossi Pinelli, Roberto Sani, Girolamo Sciallo, Mislav Simunic, Simonetta Stopponi, Michele Tamma, Frank Vermeulen, Stefano Vitali

Web

<http://riviste.unimc.it/index.php/cap-cult>

e-mail

icc@unimc.it

Editore

eum edizioni università di macerata, Centro direzionale, via Carducci 63/a - 62100 Macerata

tel (39) 733 258 6081

fax (39) 733 258 6086

<http://eum.unimc.it>

info.ceum@unimc.it

Layout editor

Cinzia De Santis

Progetto grafico

+crocevia / studio grafico



Rivista accreditata AIDEA

Rivista riconosciuta CUNSTA

Rivista riconosciuta SISMED

Rivista indicizzata WOS

Alla mia Maestra

La città di celluloidi tra vocazione turistica ed esperienze creative

Atti della giornata di studio (Macerata, 26
marzo 2015)*

a cura di Enrico Nicosia

* Tutti i contributi di questo volume sono stati sottoposti ad una revisione tra pari (Peer Review) basata su una iniziale selezione da parte del Comitato Scientifico della Giornata di studio e su una successiva valutazione da parte di due revisori anonimi.

III sessione

Urbanscapes e cineturismo

Il territorio delle Lipari tra ambiente, cinema e turismo*

Elena Di Blasi**,
Alessandro Arangio***

Abstract

Fino agli anni '50 le Lipari (dette anche Eolie), sfavorite dall'insularità e con un'economia di sussistenza, basata su attività tradizionali, erano dominate da povertà ed emigrazione. Tutto mutò nel 1949, quando una troupe cinematografica, guidata da Rossellini, girò Stromboli, interpretato da Ingrid Bergman: tra i due era nata una storia d'amore. Poco dopo,

* A Elena Di Blasi sono da attribuirsi i §§ 1 e 3 (*Introduzione e Gli ingredienti dello sviluppo eoliano: cinema e turismo*), ad Alessandro Arangio i §§ 2 e 4 (*Caratteri del territorio eoliano e Conclusioni*).

** Elena Di Blasi, Professore associato di Geografia economica politica, Università di Messina, Dipartimento di Scienze Politiche e Giuridiche, piazza XX Settembre, 4, 98122 Messina, e-mail: edibiasi@unime.it.

*** Alessandro Arangio, Ricamatore di Geografia economica politica, Università di Messina, Dipartimento di Scienze Politiche e Giuridiche, piazza XX Settembre, 4, 98122 Messina, e-mail: aarangio@unime.it.

un'altra troupe utilizzò Vulcano come location dell'omonimo film, con Anna Magnani, ex fiamma di Rossellini. Questi *cult* passarono alla storia del cinema come la guerra dei vulcani. I due film, con gli *scoop* legati alle vicende sentimentali dei protagonisti, hanno innescato un nuovo percorso per le Eolie, fuori dall'atavico letargo, che ha determinato un vero e proprio "boom turistico". Indagando la variegata realtà delle Lipari, lo scopo del presente articolo è quello di dimostrare come, attraverso un'analisi storica del mercato turistico, l'arrivo del cinema nel territorio eoliano abbia innescato importanti processi di sviluppo economico e cambiamento sociale. Questa ricerca vuole, inoltre, evidenziare il rapporto privilegiato tra insularità e cineturismo.

Till the late 50s the Aeolian Islands, plagued by insularity and characterized by a subsistence economy based on traditional activities, had been dominated by poverty and emigration. All changed in 1949 when Rossellini shot Stromboli featuring Ingrid Bergman, his new love. Soon after a crew shot in Vulcano the homonymous film starring Anna Magnani, Rossellini's old flame. The two films, gone down in history as the war of volcanoes, and the scoops about the love scandal have drawn a new path for the Aeolian Islands that has taken them to a tourist boom. The present paper aims to show by means of a historical analysis of the local tourist market how the coming of the film industry have triggered processes of economic growth and social change in the Aeolian Islands. This paper also aims to point out the close relationship between insularity and film-induced tourism.

1. Introduzione

Pochi secoli hanno trasformato la vita di uomini e donne come il Novecento, *siècle des idéologies* ci ricorda Jean-Pierre Faye¹, ma anche dei totalitarismi, dei campi di sterminio, dello sviluppo scientifico e tecnologico, dell'emancipazione femminile, delle masse e altro ancora. Ripercorrendo a ritroso le lunghe trame della storia, ritroviamo le succitate caratterizzazioni nell'Ottocento (se non addirittura prima), ma è tuttavia vero che gli esiti più spettacolari e tremendi che questi fatti (o meglio processi) hanno prodotto si sono dipanati proprio nel corso di quello che Eric Hobsbawm definiva *Il Secolo breve*. Così, anche se i campi di concentramento, d'invenzione britannica, come dice Flores, nascono in Africa durante la guerra anglo-boera (1899-1902) a cavallo tra i secoli XIX e XX² e la data di nascita del cinema, rammenta Nicosia, è per convenzione fissata il 28 dicembre del 1895³, sarà il Novecento sia il secolo della *Endlösung* nazista attuata fra le tetre recinzioni di campi come Auschwitz, Buchenwald, Bergen-Belsen, Dachau, Mauthausen, sia l'era della grande rivoluzione mediatica

¹ Faye 1996.

² Flores 2005, p. 133.

³ Nicosia 2012, p. 17.

generata da una (apparentemente) piccola invenzione dei fratelli Auguste e Luis Lumière: il cinematografo.

Il Novecento, infatti, è anche (e forse soprattutto) il secolo delle riprese cinematografiche, poiché, dall'informazione alla propaganda politica, dalle pellicole di denuncia all'arte non ci sono aspetti della vita umana che non siano stati filmati, scandagliati, divulgati e condizionati dalla cinepresa. Le immagini delle pellicole osservano e creano, a un tempo, la storia e il mondo e fanno del Novecento il secolo in cui un nuovo modo di comunicare si impone prepotentemente nella civiltà dell'uomo, in tutti i suoi molteplici aspetti: dalla politica alla cultura, dall'economia all'arte.

Le idee, i sogni, le paure, i desideri (anche i più reconditi) sono stati non solo riprodotti, ma creati e veicolati dalla cinepresa; con un effetto speculare, infatti, lo schermo ha riflesso le immagini, condizionando le azioni umane. Dapprima il cinema e poi la televisione hanno trasformato il modo di vedere il mondo, di imparare ciò che ci circonda e hanno spianato la strada alla rivoluzione virtuale, che oggi condiziona fortemente i rapporti umani e i processi d'apprendimento, anche se i giudizi sullo schermo, piccolo o grande che sia, non sono sempre positivi.

È iniziata nel Novecento, come rileva Sartori, l'era delle "video-immagini", dove l'apparato cognitivo dell'*homo sapiens* viene irrimediabilmente modificato e impoverito e dove la parola è spodestata dall'immagine⁴. Indubbiamente, lo schermo, sia quello del cinema, della televisione o del computer, influenza profondamente il comportamento umano. Una finestra aperta sul mondo che divulga, informa, favorisce le interrelazioni virtuali tra gli utenti, eppure isola, decontestualizza, allontana l'uomo dall'altro e lo priva della sua corporeità. Gli adolescenti affiancano ai tradizionali modelli d'emulazione quelli creati dalla cinepresa e tentano goffamente di riprodurli, non solo fuori coi coetanei, ma anche isolati nelle proprie stanze, dentro le "camere arredate" dei social network attraverso la tastiera di un computer. Così facendo finiscono per accrescere il loro disagio e indebolire un'identità già fragile a causa dell'età.

Habermas sottolinea come la televisione sia culturalmente regressiva: il cinema, i telefilm, i cartoni animati possono stimolare comportamenti violenti⁵. Altri autori evidenziano, invece, l'ambivalenza della produzione filmica, sottolineando come Hollywood sia stata al tempo stesso sia uno strumento di propaganda e controllo sociale (si pensi ad alcune produzioni cinematografiche negli anni della guerra fredda o a una certa filmografia *post 9-11*), sia anche un importantissimo agente di *social change*⁶.

Anche la Beeton mette in guardia dall'ambivalente azione dello schermo, da un lato, ribadendo che cinema e televisione possono stimolare comportamenti

⁴ Sartori 1999, p. XVI.

⁵ Habermas 1991, pp. 159-196.

⁶ Chomsky, Herman 1988; Chomsky 1989; Slocum 2000, p. 649.

aggressivi e favorire, soprattutto nei bambini, assuefazione alla violenza, dall'altro, asserendo che i film possono agire positivamente sulle società umane, rafforzando le identità locali e le tradizioni culturali⁷. La pellicola, infatti, può essere uno straordinario strumento di marketing, incentivando quel fenomeno che la studiosa australiana definisce *film-induced tourism*, tradotto in italiano con "cineturismo". Sia ben chiaro, non si ritiene, dunque, che l'immagine possa sostituire la parola nella sua funzione comunicativa ed educativa, ma talvolta essa è arte e in quanto arte può incoraggiare sentimenti e comportamenti profondamente positivi e costruttivi, individuali e collettivi. È stato, infatti, dimostrato che buone pratiche collettive possono essere stimolate da quei film che divengono vetrina di un territorio e che sono in grado di attrarre l'interesse del viaggiatore.

Questo filone di studi sul cineturismo, inaugurato agli inizi del XXI secolo proprio dalla Beeton, gode oggi di notevole importanza tra le scienze geografiche e del territorio. La cinepresa può diventare un utile strumento di promozione territoriale, in grado di creare, attraverso le immagini, un ponte tra il luogo, set delle riprese cinematografiche, e il mondo. Dell'efficacia delle immagini cinematografiche ne sono consapevoli, oggi, gli operatori turistici e culturali, come conferma, anche in Italia, la nascita delle tante *film commissions* e associazioni locali. Ciò vuol dire che il territorio, inteso come comunità spazializzata, non è oggetto passivo di questa promozione veicolata dal cinema e dalla televisione, ma interagisce positivamente con l'esterno, attraverso l'associazionismo, l'organizzazione di eventi e le politiche meritorie che rafforzano la coesione sociale, il senso civico degli abitanti, stimolando ulteriormente, come in un circolo virtuoso, *good practices* e la "creatività" del luogo⁸. È proprio su questa influenza positiva che cinema e televisione esercitano sul territorio (non solo in termini economici, ma anche sociali e culturali) che la ricerca vuole indagare, intendendo presentare uno dei casi – a nostro avviso – più rilevanti di *film-induced tourism* nel panorama nazionale: quello dell'arcipelago eoliano, un tempo sistema insulare economicamente marginale, oggi uno dei principali elementi di forza dell'offerta turistica siciliana.

2. Caratteri del territorio eoliano

L'arcipelago eoliano, di origine vulcanica, situato nel basso Tirreno a nord della Sicilia e più esattamente del Golfo di Patti, è costituito da sette isole e numerosi isolotti. In ordine di estensione le isole sono: Lipari, Salina, Vulcano (la più vicina alla costa siciliana, solo 20 km da Capo Calavà), Stromboli,

⁷ Beeton 2005, pp. 6-8.

⁸ Di Blasi, Arangio 2015, pp. 219-222.

Filicudi, Alicudi e Panarea. L'arcipelago ha la forma di una Y, con asta centrale allungata verso occidente. La natura "forgia" profondamente il paesaggio, essendo il vulcanismo uno dei caratteri dominanti. Vulcano e, soprattutto, Stromboli sono tuttora attivi, a Lipari e Panarea sono presenti sorgenti termali e fumarole, a Salina, Alicudi e Filicudi, invece, l'attività vulcanica è ormai completamente assente. Per tale motivo, queste ultime tre isole, e particolarmente Salina, mostrano un paesaggio decisamente più verdeggiante rispetto alle altre. La macchia mediterranea è tipica dell'ecosistema eoliano e piante come la vite, l'ulivo, il capperò, il mirto sono ricorrenti e fortemente rappresentative, anche sul piano simbolico, del paesaggio⁹. Nel 2000, proprio per «i peculiari aspetti vulcanici delle isole» che «rappresentano in maniera esemplare l'oggetto degli studi della vulcanologia moderna», l'arcipelago eoliano è stato inserito nella World Heritage List dell'Unesco¹⁰.

Il paesaggio antropico è tipicamente mediterraneo-insulare. La tipologia architettonica più ricorrente è la cosiddetta "casa eoliana": una struttura modulare cubica di colore bianco, costruita con blocchi litici e calce e caratterizzata dalla presenza di alcuni elementi, come il forno esterno, tradizionalmente utilizzato per la cottura del pane, e il terrazzo (*'u bagghiu* nella cultura locale). L'impianto urbano è costituito da un reticolato di viuzze che digradano dolcemente verso il mare, assecondando le movenze collinari, e che intersecano le strade principali, che seguono, invece, la linea di costa. Il territorio eoliano è anche ricco di monumenti e luoghi di grande interesse storico e culturale, come l'impianto termale di San Calogero o la cittadella fortificata di Lipari, posta sull'acropoli, che racchiude la Cattedrale di San Bartolomeo e il Museo Archeologico Regionale Eoliano, ricco di reperti di età preistorica e antica.

Amministrativamente le Eolie ricadono nel territorio provinciale di Messina, mentre sono quattro i comuni che fanno parte dell'arcipelago: Lipari, Leni, Malfa e Santa Marina Salina. Questi ultimi tre, di scarsa rilevanza demografica, si trovano nell'isola di Salina e hanno un territorio molto limitato, mentre il comune di Lipari, situato nell'omonima isola, amministra tutto l'arcipelago, eccezion fatta, ovviamente, per Salina. Nel complesso, gli abitanti dell'arcipelago sono 15.230 e la densità demografica è di quasi 133 abitanti per Km²¹¹. L'isola più popolata è Lipari, circa 900 abitanti; le meno antropizzate, anche per l'assenza di un turismo di massa, sono invece Alicudi e Filicudi.

⁹ Bottari 2005, pp. 806-813.

¹⁰ L'ottavo criterio della *Justification for inscription* recita quanto segue: «The islands' volcanic landforms represent classic features in the continuing study of volcanology world-wide. With their scientific study from at least the 18th Century, the islands have provided two of the types of eruptions (Vulcanian and Strombolian) to vulcanology and geology textbooks and so have featured prominently in the education of all geoscientists for over 200 years. They continue to provide a rich field for volcanological studies of on-going geological processes in the development of landforms» (Unesco, 30 novembre 2000, <<http://whc.unesco.org/en/list/908>>, 15.06.2015).

¹¹ Dati aggiornati al 1 gennaio 2015 (<<http://www.demo.istat.it>>, 15.06.2015).

Sotto il profilo economico l'arcipelago si è profondamente trasformato a partire dagli anni '50. Attività tradizionali come l'agricoltura, la pesca, l'estrazione della pietra pomice, importantissima a Lipari, hanno ceduto il posto al turismo. Solo la pesca continua a mantenere una certa importanza, con circa 800 addetti. Le imbarcazioni che costituiscono la flotta peschereccia eoliana sono circa 150. L'agricoltura mantiene, invece, rilevanza economica nell'isola di Salina, dove rinomata è la produzione del vino malvasia e del capperi, per il quale l'isola è presidio *Slow Food*.

L'avvento del turismo, in effetti, ha determinato una vera rivoluzione: l'economia e l'immagine stessa di gran parte del territorio eoliano sono state profondamente trasformate. Una rivoluzione che ha posto fine a lunghi secoli di marginalità economica e geografica, iniziati dopo il periodo protostorico, in cui le Eolie – come testimoniano i tanti reperti archeologici – erano al centro di un sistema commerciale che aveva in materiali come l'ossidiana (a partire dal IV millennio) e lo stagno (dal XVI secolo a.C.) i principali elementi di scambio. Nel suo *Diletto di chi è appassionato per le peregrinazioni attraverso il mondo*, il geografo arabo del XII secolo Idrisi tramanda che tra le isole dell'arcipelago eoliano solo Lipari, avendo una fortezza, era saltuariamente abitata. Ad eccezione di Alicudi, che dotata di un porto angusto «offre buon rifugio alle imbarcazioni», le altre isole vengono ricordate solo per il carattere selvaggio e anecumenico della natura¹². Anche Guy de Maupassant, in tempi molto più recenti, fa menzione, nella sua *Vie errante*, delle Lipari. L'asperità di Vulcano, la malvasia di Salina, le casette di Stromboli, «accrochée comme des coquilles marines au dos d'un rocher», sono immagini dipinte nelle pagine del suo resoconto. Ma ciò che emerge con forza, ancora alla fine dell'Ottocento riguardo alle Eolie è la loro insularità estrema, «isole di un'isola». Di Lipari, centro dell'arcipelago, Maupassant, oltre a ricordarci che da lì «on tire la pierre ponce pour le monde entier», annota solo «quelques maisons blanches au pied d'une grande côte verte. Rien de plus, pas d'auberge, aucun étranger n'abordant sur cette île»¹³.

Questa lunga storia di marginalità e isolamento viene interrotta nel 1949, allorquando irrompono nell'arcipelago le cineprese di Roberto Rossellini e William Dieterle. Il primo girò *Stromboli, terra di Dio*, interpretato dall'attrice svedese Ingrid Bergman, che iniziava quell'anno una storia d'amore proprio col regista romano; Dieterle, tedesco naturalizzato statunitense, realizzò, invece, *Vulcano*, interpretato dall'attrice Anna Magnani, che di Rossellini era stata la compagna dal 1945, anno di *Roma città aperta*. Ben presto questa «guerra d'amore» che avvince e scandalizza le due sponde dell'Atlantico diventa una guerra cinematografica, combattuta a colpi di scenografie mozzafiato

¹² Idrisi 1966, pp. 24-25.

¹³ Maupassant 1890, pp. 93-99.

e ardite riprese subacquee realizzate dalla Panaria Film¹⁴. La stampa segue spasmodicamente e documenta questo intrigante intreccio sentimentale. Tutto ciò diviene una formidabile cassa di risonanza mediatica per l'arcipelago eoliano, che si accinge a diventare una località turistica di prim'ordine, paragonabile in Sicilia solo a Taormina.

3. *Gli ingredienti dello sviluppo eoliano: cinepresa e turismo*

Fino agli inizi degli anni '50 le Lipari erano, dunque, un territorio caratterizzato da grande marginalità: l'emigrazione era una necessità economica, lo spopolamento e il decadimento architettonico una conseguenza geografica. Lungi dall'essere meta di vacanzieri, le Eolie erano state terra di confino durante gli anni del fascismo e quindi di reclusione forzata; nell'immaginario collettivo, esse erano luoghi di espiazione, selvaggi e periferici, una Cayenna italiana a poche decine di chilometri dalle coste siciliane e calabresi. Le pellicole di Rossellini e Dieterle esaltavano il carattere vulcanico e insulare dell'arcipelago, in un'ottica perfettamente neorealista, dove la natura feroce e spietata domina l'uomo e regge le umane vicende. Così la prima tipologia di turismo che si manifesta dal 1950 è quella scientifico-culturale e le prime isole ad attirare l'attenzione di turisti, naturalisti e vulcanologi sono, ovviamente, Stromboli e Vulcano, protagoniste delle riprese del '49.

L'arcipelago non era attrezzato ad accogliere i viaggiatori, infatti, nel 1950 erano presenti solo quattro locande: 3 a Lipari e 1 a Salina, per un totale di 35 posti letto. Nel 1954 gli esercizi alberghieri erano 17 e il numero complessivo di posti letto 150. Proprio nel '54 Vittorio De Seta realizzava un documentario dal titolo *Isole di fuoco*, premiato l'anno seguente a Cannes, che rafforzava ulteriormente l'immagine delle Lipari quali mete di turismo naturalistico. Sei anni più tardi Michelangelo Antonioni, con la sua troupe girava nell'isolotto disabitato di Lisca Bianca, accanto a Panarea, parte de *L'avventura*, premiato anch'esso a Cannes.

Anno	Alberghieri		Extralberghieri		Totale		Percentuale italiani	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
1963	-	-	-	-	9.073	38.845	-	-
1973	18.572	105.237	9.711	165.282	28.283	270.519	81%	85%
1983	33.358	170.535	12.244	144.382	45.602	314.917	74%	80%
1993	51.578	202.725	22.315	195.767	73.893	398.492	75%	79%
2003	75.382	309.699	16.190	80.793	91.572	390.492	64%	71%

¹⁴ Anile, Giannice 2010.

2009	96.079	363.356	13.434	61.313	109.513	424.669	65%	70%
2010	91.318	345.827	12.425	55.041	103.743	400.868	63%	70%
2011	100.620	371.537	17.644	78.648	118.264	450.185	61%	68%
2012	98.791	362.721	23.518	89.786	122.309	452.507	59%	65%
2013	112.603	384.090	22.502	86.939	135.105	471.029	55%	61%

Tab.1. Arrivi e presenze turistiche alle Eolie per tipologia ricettiva, serie storica 1963-2013 (Fonte: STR Is. Eolie, ns. elab.)

A partire dagli anni '60 il turismo eoliano diventa un fatto economico importante e le isole maggiormente interessate dai flussi sono Lipari e Vulcano, che, purtroppo, subiranno anche gli effetti meno positivi del turismo di massa. Spesso, le trasformazioni territoriali non hanno, infatti, rispettato né il paesaggio naturale, né quello architettonico tradizionale, deturpato dalla nuova presenza di tante villette – seconde case di forestieri – e di ingombranti strutture ricettive. A Stromboli e Salina l'impatto del turismo è stato invece più sostenibile e rispettoso, anche perché la presenza di un ampio patrimonio edilizio abbandonato ha indirizzato a opere di riqualificazione delle strutture esistenti piuttosto che di espansione del tessuto abitativo. Alicudi e Filicudi sono le isole meno toccate dalla cementificazione, anche perché poco interessate dal fenomeno turistico¹⁵.

Anno	Alberghieri		Extralberghieri		Totale	
	N. esercizi	Posti letto	N. esercizi	Posti letto	N. esercizi	Posti letto
1973	55	-	4	-	59	-
1983	59	-	4	-	63	-
1993	56	2.502	57	1.443	113	3.945
2003	70	3.142	97	1.656	167	4.798
2013	100	4.653	168	2.183	268	6.836

Tab.2. Evoluzione dell'offerta ricettiva eoliana per tipologia (Fonte: STR Is. Eolie, ns. elab.)

Dagli anni '60, quindi, i flussi turistici verso le Lipari sono costantemente cresciuti. Certo, congiunture negative, come quella dei primi anni '70 o la più recente recessione economica internazionale iniziata nel 2008, e crisi geopolitiche, come la prima guerra del Golfo o quella conseguente agli attacchi terroristici dell'11 settembre 2001, hanno inciso negativamente sui trend di domanda, ma superate le fasi più critiche, i flussi sono sempre cresciuti (tab. 1). L'offerta ricettiva dell'arcipelago, nonostante le gravi alterazioni paesaggistiche di cui si è parlato, nel complesso è cresciuta quantitativamente e qualitativamente, con 268 esercizi e 6836 posti letto nel 2013 (tab. 2).

Lo sviluppo del turismo eoliano è stato, quindi, fortemente sostenuto dalla cinepresa, che ha realizzato film importanti che hanno goduto di grande

¹⁵ Cavallaro 1976, pp. 219-237; Cavallaro, Pipino 1991.

popolarità, come i già citati *Vulcano*, *Stromboli, terra di Dio* e *L'avventura o Caro diario* (1993) di Nanni Moretti e *Il postino* (1994) di Micheal Redford, ultimo film di Massimo Troisi. L'improvvisa morte di Troisi ha poi trasformato il viaggio a Salina in una sorta di "pellegrinaggio" che molti fan dell'attore napoletano compiono, visitando i luoghi dell'ultimo set¹⁶. Altre pellicole, tra documentari, film e telefilm, sono state girate nell'arcipelago eoliano: i documentari della Panaria Film, *Senza buccia* (1979) di Marcello Aliprandi, *SPQR, 2000 e ½ anni fa* (1994) di Vanzina, *Panarea* (1996) di Pipolo, *Liberò burro* (1999) di Castellitto, *La meglio gioventù* (2003) di Giordana, *Tutte le donne della mia vita* (2007) di Simona Izzo, *Rino Gaetano – Ma il cielo è sempre più blu* (2007) di Turco, *Edda Ciano e il comunista* (2010) di Diana¹⁷.

Bisogna, infine, sottolineare che non sempre i luoghi narrati nei film coincidono con le location effettive dove questi vengono girati. Molto spesso sono frutto della fantasia del regista, altre volte le location rappresentano luoghi differenti dove, per ragioni tecniche, economiche, geopolitiche o più semplicemente per scelte artistiche del regista, non è opportuno effettuare le riprese. Ma questo poco importa nella società delle immagini: il turista contemporaneo, amante del cinema, è ben informato e conosce perfettamente le location delle riprese cinematografiche, ed esse, al pari degli attori, sono vere protagoniste delle pellicole¹⁸.

4. Conclusioni

Cinema e televisione sono dei potentissimi strumenti di marketing turistico e territoriale. Questa azione promozionale che la letteratura filmica – in special modo – opera, diventa particolarmente incisiva per una specifica categoria geografica: quella delle piccole isole. Queste, come il cinema, per natura intrinseca, soddisfano quel bisogno di evasione e rottura della routine quotidiana che la società contemporanea e post-moderna avverte come primario e irrinunciabile.

Il rapporto tra la letteratura, sia scritta che orale, e le piccole isole è intimo e strettissimo: la seconda opera che la cultura letteraria dell'Occidente ha prodotto, l'Odissea di Omero, è un poema di "isole". Tra le isole narrate dal grande poeta greco vi è anche quella di Eolo (dal quale le Eolie prendono il nome). Da allora, l'insularità non ha mai smesso di popolare l'immaginario europeo. Da Omero a Salgari le isole sono l'essenza del viaggio, luoghi catartici e di rigenerazione¹⁹, così come la letteratura è la prima essenza del turismo.

¹⁶ Baffi 2001; Mastropietro 2003, pp. 96-99; Genovese 2010, pp. 16-76; Nicosia 2012, p. 153.

¹⁷ Nicosia 2012, pp. 152 e ss.

¹⁸ Ivi, p. 154.

¹⁹ Manzi 2013, pp. 54-65.

La compresenza di cinema e turismo in un dato territorio diventa, inoltre, un fattore di recupero, potenziamento e sviluppo dell'identità locale. Nel contesto eoliano questo fenomeno è attestato dalla capacità dimostrata dagli attori territoriali di fare sistema e creare progettualità. Dagli ultimi anni del XX secolo le Lipari hanno beneficiato di patti territoriali, accordi di programma quadro, contratti d'area, contratti di programma, progetti integrati territoriali e programmi di iniziativa comunitaria che hanno dato vita alla costituzione di gruppi d'azione locale (GAL Leader II Eolie e GAL Isole di Sicilia) e gruppi d'azione costiera (GAC Isole di Sicilia). È da sottolineare, infine, come nel Piano territoriale paesistico delle isole Eolie del 1999, nato dall'esigenza di tutelare e trasformare in modo compatibile il paesaggio naturale, scientifico e culturale dell'intero arcipelago, si faccia esplicito riferimento anche a quel paesaggio "perceptivo" veicolato dallo schermo e dall'arte in senso lato. Ciò conferma la consapevolezza che gli attori locali hanno dell'importanza delle immagini, non solo come strumento di promozione turistica e territoriale, ma anche identitaria e culturale.

Riferimenti bibliografici / References

- Anile A., Giannice M.G. (2010), *La guerra dei vulcani. Rossellini, Magnani, Bergman. Storia di cinema e d'amore*, Recco: Le Mani Microart's.
- Baffi G., a cura di (2001), *La favola del Postino*, Lipari: Edizioni del Centro Studi.
- Beeton S. (2005), *Film-Induced Tourism*, Clevedon: Channel View Publications.
- Bottari G. (2005), *Le isole Eolie*, in *Sicilia, Guide Rosse*, Milano: Touring Club Italiano.
- Cavallaro C. (1976), *Evoluzione e prospettive della regione turistica delle Isole Eolie*, «Rassegna di Studi Turistici», 11, n. 1-2, pp. 219-237.
- Cavallaro C., Pipino A. (1991), *Geografia del turismo*, Torino: Giappichelli.
- Chomsky N., Herman E.S. (1988), *Manufacturing Consent*, New York: Pantheon Books; trad. it. *La fabbrica del consenso*, Milano: Il Saggiatore, 1998.
- Chomsky N. (1989), *Necessary Illusions: Thought Control in Democratic Societies*, New York – London: South End Press – Pluto Press.
- Di Blasi E., Arangio A. (2015), *Marzamemi, an interesting case study of film-induced tourism*, «Almatourism, Journal of Tourism, Culture and Territorial Development», 6, n. 4, pp. 213-228.
- Faye J.P. (1996), *Le siècle des idéologies*, Paris: Armand Colin.
- Flores M. (2005), *Tutta la violenza di un secolo*, Milano: Feltrinelli.
- Genovese N. (2010), *Cineolie. Le Isole Eolie e il cinema*, Lipari: Edizioni del Centro Studi.

- Habermas J. (1991), *The Structural Transformation of the Public Sphere*, Cambridge (Massachusetts): The MIT Press.
- Idrisi (1966), *Il diletto di chi è appassionato per le peregrinazioni attraverso il mondo*, trad. di U. Rizzitano, *Il libro di Ruggero*, Palermo: Flaccovio, pp. 24-25.
- Manzi E. (2013), *Geografie salgariane. Ripartire da Mompracen*, Torino: Andrea Viglongo & C.
- Mastropietro E. (2003), *Il Postino e Pane e Tulipani: Paestum, Venezia, Pescara*, in *Paesaggi geografici nella cinematografia contemporanea*, a cura di G. Corna Pellegrini, Milano: CUEM, pp. 96-99.
- Maupassant G. (1890), *La Vie Errante*, Paris: Paul Ollendorf Éditeur, trad. di P. Thomas, *Viaggio in Sicilia*, Palermo: Sigma.
- Nicosia E. (2012), *Cineturismo e territorio. Un percorso attraverso i luoghi cinematografici*, Bologna: Pàtron.
- Riley R., Baker D., van Doren C.S. (1998), *Movie Induced Tourism*, «Annals of Tourism Research», 25, n. 4, pp. 919-935.
- Sartori G. (1999), *Homo videns. Televisione e post-pensiero*, Roma-Bari: Laterza.
- Slocum J. (2000), *Film Violence and the Institutionalization of the Cinema*, «Social Research», 67, n. 3, pp. 649-681.

JOURNAL OF THE SECTION OF CULTURAL HERITAGE
Department of Education, Cultural Heritage and Tourism
University of Macerata

Direttore / Editor
Massimo Montella

Texts by

Valentina Albanese, Fabio Amato, Rocío Liáñez Andrades,
Alessandro Arangio, Tiziana Banini, Angelo Bencivenga,
Mara Cerquetti, Livio Chairullo, Caterina Cirelli, Francesco Citarella,
Delio Colangelo, Gian Luigi Corinto, Angela Cresta, Marco Cucco,
Elena Di Blasi, Francesco di Cesare, Claudio Gambino, Sonia Gambino,
Valentina Garavaglia, Katia Giusepponi, Teresa Graziano, Ilaria Greco,
Anthony La Salandra, Giulia Lavarone, Marisa Malvasi, Stefan Marchioro,
Eleonora Mastropietro, Leonardo Mercatanti, Franca Miani,
Enrico Migliaccio, Giuseppe Muti, Enrico Nicosia, Maria Laura Pappalardo,
Astrid Pellicano, Lidia Piccioni, Carmelo Maria Porto, Donatella Privitera,
María del Carmen Puche Ruiz, Sandro Savino, Massimo Scaglioni,
Rosy Scarlata, Francesca Sorrentini, Monica Storini, Michele Vigilante,
Antonio Violante, Alessandro Vitale

<http://riviste.unimc.it/index.php/cap-cult/index>

eum edizioni università di macerata

ISSN 2039-2362
ISBN 978-88-6056-466-5

