

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 Sciuillo, 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

Introduzione alla III Sessione. Le trasformazioni del paesaggio urbano. *Urbanscapes* e cineturismo

Fabio Amato*

La relazione tra città e cinema pone in connessione la più importante forma di organizzazione sociale e una delle più importanti forme di espressione culturale dell'ultimo secolo. Tale interconnessione pertanto rappresenta uno degli *atout* di ricerca che possono favorire la comprensione dei rapidi processi di trasformazione socioculturali della contemporaneità. Non è, tuttavia, certo una novità della nostra attualità: la connessione e l'interazione tra questi due elementi si è giocata, nel corso del XX secolo, su piani storici e geografici molto ampi in termini di luoghi di produzione e soprattutto in termini di città narrate. In realtà, sin dalla fine dell'Ottocento, le fortune del cinema e della città sono state correlate cominciando dalla Lione dei fratelli Lumière per arrivare al degrado e al disagio della Napoli odierna tratteggiata in *Gomorra* (opera di Matteo Garrone del 2008). In questo dialogo si inserisce il sapere geografico: l'uso sempre più diffuso di una grammatica spaziale attraverso l'inflazione di una serie di lemmi (mappa, territorio, atlante, spazio) si è accelerato in maniera decisa dal *cultural turn* in poi, generando non pochi sospetti nella categoria

* Fabio Amato, Professore associato di Geografia, Università degli studi di Napoli "L'Orientale", largo S. Giovanni Maggiore, 30, Napoli 80143, e-mail: famato@unior.it. Coordinatore del gruppo Agei Geografia e Media.

disciplinare sul modo a volte improprio e disinvolto che se ne fa. È una polemica che ci condurrebbe fuori strada verso un non ben precisato processo di rivendicazione abbastanza sterile, quel che è possibile aggiungere è che mai come nel caso delle opere visive, in termini di spazio, territorio e senso del luogo, appare un saccheggio utile e pertinente come dimostrano alcuni saggi di questo volume.

La complessità spaziale e le articolazioni socio-economiche di tanti centri urbani sono state messe in scena in un gioco di mimesi ma, se si guarda al film come un testo da analizzare, si registra, sempre più spesso, un processo di ricostruzione mitologica che ha spinto fino alla costruzione artificiale di identità civiche ed ambientali¹. I viaggi nel tessuto urbano che ci vengono proposti dalle pellicole cinematografiche restano impressi nella memoria, al punto che i *city users* possono essere condizionati dal misto di temporalità, di realtà e immaginazione che hanno visto raccontato, finendo con il ricercarlo nella città di pietra, in uno iato tra il luogo materiale e la sua rappresentazione². Il cineturismo diventa una pratica di vera e propria autenticazione della finzione: il caso della Nuova Zelanda per la saga di *The Lord of Rings* è forse il più noto a livello internazionale. Esempi simili si possono registrare in altri contesti che sebbene dotati di un ricco patrimonio culturale finiscono con l'essere soppiantati nell'interesse del turismo massificato dalle location delle produzioni più gettonate. È il caso di Dubrovnik e degli ksour tunisini centri celebri per i loro pregi artistici e architettonici, che sono diventate poli di attrazione di un turismo di massa in quanto scenari rispettivamente della serie televisiva *Game of Thrones* e del sequel della saga *Star Wars* (infra Violante).

La sponda dell'industria turistica diventa sempre più esplicita e apre sempre nuove opportunità di riflessione. Il tentativo di misurare questi processi di attrattività turistica funzionali alla visita delle location e delle atmosfere evocate dai prodotti cinematografici viene proposto nel caso pugliese attraverso il *Sentiment Analysis*, un'ipotesi metodologica fondata sul vaglio dei commenti leggibili sui portali turistici (infra Albanese).

Nella magia creativa del racconto filimico, allo spettatore viene assicurato un accesso privilegiato e preventivo agli spazi urbani che spinge alla ricerca di luoghi e momenti visti nelle rappresentazioni anche di contesti già noti, spingendoci a volte a modificare il nostro sguardo oltre la consueta immagine da cartolina. Questo ha riguardato a lungo le città e i quartieri più famosi e facilmente riconoscibili per il turista, ma da alcuni decenni lo sguardo dei cineasti sempre di frequente esce dai confini dei centri storici e si indirizza verso storie di periferia, di *edge cities*, di contesti suburbani dove le differenze tra città e campagna sfumano progressivamente.

È forse il caso di ribadire che l'industria cinematografica ha anche assunto,

¹ Shiel, Fitzmaurice 2001; Mennel 2008.

² Joussé, Paquot 2005.

nel corso dei decenni, un ruolo sempre più importante nell'economia culturale delle città di ogni angolo del mondo, facendo leva proprio sulle immagini memorizzate, ricostruendo paesaggi immaginati ad uso turistico. Non è più solo il caso delle grandi metropoli come la Parigi di Godard, la New York di Woody Allen o la Roma di Federico Fellini: sono sempre di più i luoghi, passati per grandi e piccoli schermi (la fruizione di film e serie tv è ormai esplosa in mille rivoli tecnologici..), che si cerca di valorizzare fornendo al visitatore la possibilità di esplorare elementi del paesaggio urbano protagonisti dei film.

Si tratta di un prospettiva della relazione cinema/città che ha guadagnato maggior forza negli ultimi decenni, nella piena affermazione della dimensione imprenditoriale che sostituisce la funzione manageriale come tratteggiato per tempo da David Harvey: nuove politiche di governo che hanno introdotto processi di privatizzazione ad ampia scala e investimenti su dimensioni immateriali quali il marketing³. Si stabilisce un rapporto biunivoco per cui le produzioni più che accontentare le richieste dei registi e degli sceneggiatori, si lasciano sempre di più indirizzare dalle offerte di location delle film commission.

Nel caso italiano sempre più angoli di comuni di tutte le taglie vengono ricostruiti come un set, pubblicizzato come un patrimonio da valorizzare, inseguendo l'occasione con la O maiuscola. Si è così costituito un filone di studi interdisciplinare che è stato definito come "geografia del cinema italiano" (invero poco popolato da geografi..), tanto in termini di spazi immaginari e raccontanti, quanto in termini di radicamenti commerciali e industriali del settore⁴. Benché non siano tante le realtà che hanno saputo effettivamente sfruttare il successo ottenuto in seguito all'uscita di una pellicola, con risultati positivi sia in termini turistici che di notorietà (infra Pellicano), la geografia della produzione cinematografica ormai interessa tutte le regioni della Penisola.

Il viaggio che si affronta seguendo i testi di questa sezione si limita a pochi contesti, certificando però questa diffusione anche in luoghi come Matera che, pur registrando un passato da set in opere di grande qualità, ha nel corso degli anni cambiato completamente la sua immagine: da vergogna nazionale a capitale della cultura, potendo vantare anche location per *The Passion*, una produzione hollywoodiana del 2004 (Bencivenga *et al.*). Il setting sembra sempre lo stesso pur transitando da una funzione metaforica del paesaggio (Pasolini) ad una mimetica e di ricostruzione di autenticità (Gibson), cambia la città reale che ha guadagnato nel corso dei decenni condizioni di agio e trasformato in un business della ricezione turistica i tanto vituperati Sassi. La città lucana è riproposta nell'analisi delle potenzialità e del ruolo svolto dalla film production «Club di Prodotto» confermando come il brand dei «Sassi» sia ben lontano dalle denunce di Carlo Levi e come la dimensione dell'industria turistica funga ormai da locomotiva per l'industria cinematografica (infra Citarella e

³ Harvey 1989.

⁴ Canova, Farinotti 2011.

Sorrentini). Si tratta di una mercificazione che rischia tuttavia di appiattire la rappresentazione delle complesse contraddizioni del paesaggio italiano: quasi mai la produzione contemporanea che ha registrato i maggiori incassi è uscita dai binari di una narrazione stereotipata di “Bel paese” attraverso il racconto del benessere e del colore locale, dando spazio ad una retorica bucolica della campagna oppure a spaccati di vita urbana di una media borghesia benestante (infra Mastropietro). Eppure la lettura e l’interpretazione dell’evoluzione del paesaggio culturale nei film, non solo in funzione didattica, rende la produzione cinematografica un prezioso strumento di archivio.

Sempre in un contesto meridionale storicamente poco sviluppato come l’arcipelago delle Eolie, il rapporto della produzione cinematografica come volano dell’industria turistica sembra ancora più esplicito: la guerra dei vulcani, come veniva raccontata allora, contrappose Stromboli e Vulcano entrambi set di due produzioni che fondavano parte della propria attrattività sul nome delle protagoniste (rispettivamente Anna Magnani e Ingrid Bergman) in conflitto per amore del regista Roberto Rossellini. Al di là delle cronache rosa, quel che bisogna sottolineare è la crescita che, a partire dagli anni Sessanta, ha interessato queste isole, generando un afflusso di massa che, pur producendo degli impatti e squilibri ambientali non indifferenti, costituisce ancora oggi un elemento prioritario dell’economia eoliana. L’identità di un luogo si può nutrire di altre rappresentazioni immaginarie che fanno da asse portante per una diffusa produzione cinematografica: è il caso di Verona e dei luoghi shakespeariani della tragedia di Romeo e Giulietta. Nondimeno, anche la città scaligera sembra ormai svincolarsi progressivamente da questa pesante eredità divenendo sempre più spesso set per produzioni di ogni genere (infra Pappalardo e Migliaccio).

Il cinetursimo dunque appare come un prezioso valore aggiunto nelle economie dematerializzate che caratterizzano i contesti urbani, tuttavia, come sottolineato in alcuni dei contributi che seguono, il rischio inflattivo è dietro l’angolo, il pericolo di un processo di omogeneizzazione per cui si paventano due scenari pericolosi: la massificazione turistica alla ricerca autoptica di luoghi di finzione da vedere e consumare in una dimensione “pornografica” per dirla con le parole del filosofo tedesco Byung-Chul Han⁵ e, dall’altra parte, i registi, considerati come architetti dell’immaginario, che mettendo la creatività al servizio della promozione turistica, anestetizzano la dimensione critica e immaginifica, trasformandosi in meri appaltatori dell’esecuzione di lavori altrui.

⁵ Han 2014.

Riferimenti bibliografici / References

- Canova G., Farinotti T., a cura di (2011), *Atlante del cinema italiano, Corpi, paesaggi, figure del contemporaneo*, Milano: Garzanti.
- Joussé T., Paquot T., a cura di (2005), *La ville au cinéma*, Paris: Cahiers du cinéma.
- Han B-C. (2012), *Transparenzgesellschaft*, Berlin: Matthes & Seitz; trad. it *La società della trasparenza*, Roma: nottetempo, 2014.
- Harvey D. (1989), *From Managerialism to Entrepreneurialism: The Transformation in Urban Governance in Late Capitalism*, «Geografiska Annaler. Series B, Human Geography», 71, n. 1, pp. 3-17.
- Mennel B. (2008), *Cities and Cinema*, London: Routledge.
- Shiel M., Fitzmaurice T., a cura di (2001), *Cinema and the City Film and Urban Societies in a Global Context*, Oxford: Blackwell.

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