

LAURA BONATO

LUOGHI DI MEMORIA, CINEMA E LETTERATURA PER UN TURISMO DI EMOZIONE E DI CONSUMO

1. Memoria

I luoghi sono «molto di più che semplici setting con determinate caratteristiche fisiche: essi piuttosto vanno intesi in termini di fluidi, mutevoli, dinamici contesti di interazione sociale e di memoria» (Stokowski, 2002 in Arace, 2007, p. 101). L'uomo, infatti, a livello individuale ma anche di gruppo, «crea il luogo dotandolo di significato, in relazione non solo ai propri vissuti soggettivi, ma anche alle circostanze economiche, sociali e culturali in cui egli vive» (Arace, 2007, p. 101). I soggetti che vivono, che quotidianamente sperimentano un dato luogo, gli conferiscono automaticamente certi valori: lo pensano, lo includono nel proprio progetto di vita, ne traggono risorse materiali e simboliche; creano inoltre dei “luoghi di memoria” sui quali proiettano l'identità locale attraverso le immagini di un passato denso di significati (Nora, 1984). In questo senso «i luoghi di memoria sono... spazi fisici investiti di un significato “totale”, evocativo del senso di appartenenza degli individui ad un determinato gruppo» (Fabietti e Matera, 1999, p. 36). Ricordiamo con Nora (1984) che questi luoghi non esistono di per sé ma devono essere prodotti intenzionalmente e la loro funzione è quella di “luoghi di compensazione alla perdita della memoria”, dove il tempo viene artificialmente fermato al momento che si intende sottrarre all'oblio: in altre parole, per poter ricordare, è innanzitutto necessario che ci sia la volontà di ricordare.

I luoghi di memoria possono essere reali o immaginati, legati a memorie vissute, che vengono in qualche modo generalizzate per divenire attrattive per altri, oppure a memorie inventate, ma non per questo meno concrete e reali nella loro potenza immaginativa. Sono reali in quanto è effettivamente in quel punto preciso dello spazio che

si è prodotto un evento assunto come significativo (ad esempio una battaglia, il martirio di un eroe, un miracolo compiuto da un santo), ma può anche essere il prodotto di un'attività immaginativa, un'*invenzione* del pensiero collettivo. Un esempio significativo è dato dai luoghi santi cristiani in Palestina e Gerusalemme in particolare, che, meta dei pellegrinaggi, sono stati «*adattati*, dopo le crociate, per rispondere ad un'aspettativa che si era creata nei secoli precedenti la conquista di Gerusalemme» (Fabietti e Matera, 1999, p. 35).

Esistono poi luoghi che fungono da luoghi di costruzione della memoria, nel senso che al loro interno un potere politico può decidere di produrre una rappresentazione pubblica dell'identità. «La costruzione della memoria può venire a coincidere, in questo caso, con una manipolazione di oggetti, eventi e rappresentazioni mediante la quale si tenta di produrre un'identità che risulta essere "ufficiale" e che, come tale, chiede di essere ufficialmente accettata. Di tali luoghi sono sempre più frequenti i musei» (Fabietti e Matera, 1999, p. 37), importanti luoghi, dove la decisione di cosa ricordare – e cosa dimenticare – si prende consapevolmente, attuandone una vera e propria politica. E si decide anche il significato di quello che si ricorda.

Un luogo che può anche essere non-fisico, quindi semplicemente luogo di condensazione di memoria: scuola, arte, cinema ecc. Ma la definizione classica pone l'accento sulla loro fisicità (luogo-evento, legame spazio-temporale) e sul fatto che svolgono una funzione educativa, non soltanto scolastica ma di educazione civile permanente. In questi ultimi anni si è assistito, ovunque in Europa e anche in buona parte del mondo, al recupero e alla valorizzazione economica dei "luoghi di memoria", più precisamente di quei siti segnati dalla storia, e in particolare dalla storia dei conflitti bellici (soprattutto della seconda guerra mondiale), che ha inaugurato una nuova forma di turismo, il "turismo di memoria". Sono diversi gli operatori turistici, soprattutto nei paesi nord europei, specializzati su temi quali gli itinerari della memoria, ovvero viaggi verso i luoghi di battaglia, fortificazioni o cimiteri di guerra, visite ai musei e agli ossari o ai luoghi segnati dai bombardamenti, ai monumenti. Sono molte di più le istituzioni, le associazioni e i gruppi organizzati che si interessano di problematiche legate alla seconda guerra mondiale a fini storico-culturali o sociali e che organizzano viaggi e soggiorni. Vi è poi un grande "segmento di

domanda”, interessato agli aspetti didattici ed educativi, rappresentato dalle Università della Terza Età e dalle Scuole di ogni ordine e grado (Dall’Ara, 2009).

L’espressione “turismo di memoria” può apparire ossimorica: il turismo rimanda infatti allo svago, al tempo libero occupato in attività non impegnative; la memoria è una funzione legata all’apprendimento e alla riproduzione di esperienze passate ed evoca quindi immagini rigorose, serie. Com’è possibile coniugare turismo e memoria? I luoghi di memoria sono da considerarsi mediatori tra passato e presente, elementi di produzione della conoscenza: essi esprimono con straordinaria immediatezza i fatti che li hanno segnati per sempre e che li hanno caricati di nuovi significati. Attraverso una equilibrata azione di valorizzazione e di tutela che tenga conto delle radici culturali e dell’identità di cui questi luoghi sono portatori, territorio e memoria possono concorrere alla formazione di una coscienza storicizzata dei visitatori, creando e fornendo emozioni ed esperienze indimenticabili.

È diventata una pista ciclabile lunga 600 chilometri la parte più settentrionale del confine che fino al 1989 divideva le due Germanie, dal Mar Baltico ai rilievi dello Harz, fino a toccare il confine con la Repubblica Ceca, la cosiddetta “striscia di morte”, che ha visto morire più di 800 persone nel tentativo di passare all’Ovest.

Per percorrere l’intero tragitto – accompagnati da una guida ciclo-turistica – si impiegano dieci giorni. Una delle tappe del viaggio è la stazione di Marienborn, dove si passa per l’officina in cui le guardie della DDR perquisivano, sequestravano e smontavano i veicoli in transito, evitando che persone e merci sospette passassero il confine (www.berlin.de).

I luoghi di memoria collettiva dell’Italia, o almeno di quella parte del nostro paese che riconosce nella Resistenza un atto fondativo, sono quelli che ricordano la fuga degli ebrei italiani verso la Francia, le battaglie partigiane, i campi di prigionia, gli eccidi nazisti nelle comunità montane, anche se non mancano *trekking* per visitare le trincee della grande guerra. Assai noto è il “treno della memoria” che, cercando di coinvolgere soprattutto i giovani, in occasione del Giorno della Memoria (27 gennaio) propone un viaggio a Cracovia, in Polonia e la visita al campo di concentramento e sterminio di Auschwitz (www.trenodellamemoria.net). Le stazioni di partenza sono molte in

Italia: una di queste è Torino, dove il treno è attivo da 8 anni e, con il sostegno delle istituzioni, sia gli enti regionali e provinciali sia i comuni del territorio, l'associazione organizzatrice "Terra del fuoco"¹ riesce ancora mantenere la soglia di accesso molto bassa, con un costo per il partecipante ridotto (65 €) per la partecipazione all'intero progetto, che prevede laboratori, incontri, pernottamenti, visite guidate (www.terradelfuoco.org).

Il turismo di memoria include anche una particolare forma definita "turismo genealogico", un segmento di mercato consolidatosi in pochi anni: si tratta di viaggi con una forte componente emozionale alla scoperta dei propri antenati e dei loro discendenti. I principali territori interessati da questi nuovi flussi turistici sono i paesi che hanno originato le grandi migrazioni del Novecento, dall'Irlanda ai paesi europei dell'est, dalla Germania alle varie regioni italiane (Abruzzo, Campania ecc.). Esistono agenzie in tutto il mondo che propongono pacchetti con ricerca storica preventiva, guida personale e sistemazione nei luoghi degli antenati.

In Gran Bretagna "Ancestral Footsteps" dispone di una fitta rete internazionale di ricercatori, genealogisti ed esperti dei vari settori storici che seguono le tracce degli avi dei propri clienti in qualunque località del mondo; dopo la ricerca storica preventiva, che può durare dai 4 ai 6 mesi, l'agenzia organizza un *tour* per visitare i percorsi fatti e i luoghi abitati dai propri antenati con guida personale e sistemazione di lusso. È anche possibile chiedere che tutto il materiale reperito sia raccolto in una pubblicazione commemorativa, arricchita da un albero genealogico, da conservare e tramandare (www.ancestralfootsteps.com). Per chi ha ascendenze irlandesi c'è la "Lynott Tours": al costo di 80 Euro in un mese analizza i documenti presenti negli archivi e spedisce a casa del cliente una relazione dettagliata e una mappa dei luoghi da visitare; c'è inoltre la possibilità di organizzare una vacanza su misura nei luoghi degli antenati (www.lynotttours.com).

In Scozia "Ancestral Scotland" organizza tour genealogici alla ri-

¹ "Terra del fuoco" è un'organizzazione non governativa con sede a Torino nata nel 2001 dall'iniziativa di un gruppo di giovani con l'intento di sostenere il processo di integrazione europea basato sulla dignità e sui diritti delle persone.

(www.terradelfuoco.org)

cerca del proprio clan tra castelli, villaggi e musei etnografici² (www.ancestralscotland.com).

L'agenzia polacca "Ancestral Attic", con sede anche negli Stati Uniti, propone studi genealogici da 200 Euro per 6 ore di ricerca in Polonia o nell'Europa dell'est – Lituania, Romania, Ucraina, Russia, Slovenia, Lettonia ecc. – e tour guidati per singoli o gruppi familiari fino ad un massimo di 100 persone (www.ancestralattic.com).

Negli Stati Uniti il fenomeno del turismo genealogico è alimentato da programmi televisivi come *Who Do You Think You Are?*, durante il quale gli ospiti scoprono i segreti della propria famiglia, e da numerosi siti internet per detective del passato "fai da te": i più cliccati sono Ancestry, FamilySearch e Genes Reunited, anche se gli archivi della propria città o quelli nazionali sono un ottimo punto di partenza³. Ancestry contiene molti documenti, tra cui gli elenchi dei passeggeri sbarcati a Ellis Island e un manuale con le tecniche migliori per ricostruire la storia della propria famiglia. Inserendo tutte le informazioni che si hanno a disposizione su nonni e bisnonni, il database fornisce documenti collegati e parentele probabili: l'accesso ai dati costa 9,95 euro l'anno (www.ancestry.com). Family Search suggerisce ai genealogisti dilettanti il modo per risalire alle antiche varianti del proprio cognome, per consultare i documenti ottocenteschi e per contattare i parenti ritrovati o far loro visita. La maggior parte del materiale riguarda gli immigrati europei negli Stati Uniti ma esiste anche un database che riporta centinaia di migliaia di atti di nascita e morte e documenti di matrimonio italiani dal 1809 ai primi del Novecento (<https://familysearch.org>).

In Italia il turismo genealogico è ancora poco praticato e solo da chi ha origini calabresi o siciliane. A Catanzaro il "Cedro Bed and Breakfast" propone un servizio di ricerca genealogica per i clienti – italiani

² In Scozia il turismo genealogico è diventato un *business*: ogni anno ospita un milione di visitatori che fruttano 730 milioni di sterline.

(www.ancestralscotland.com).

³ Negli ultimi anni ha preso piede una nuova professione, quella di investigatore genealogico: numerose sono le agenzie che propongono un assistente personale al proprio caso che organizza un *tour* nella vita degli antenati, completo di autista e filmato ricordo.

e stranieri – interessati a riscoprire i propri avi calabresi: programma un’escursione sui luoghi di famiglia e organizza un incontro con le autorità locali o contatta i parenti più prossimi. Il costo del servizio è di 500 Euro e comprende due notti con colazione e un pranzo (<http://ilcedro.com/back-to-the-beginning-ancestral-tour>). “Best Sicily Guide” offre studi sulle proprie origini e l’opportunità di visitare i luoghi da cui proviene la propria famiglia, di incontrare i parenti rimasti in Italia e le autorità locali (www.bestsicilyguides.com). Questo nuovo segmento del mercato dei viaggi, che offre al contempo un’esperienza emotiva e culturale, nel nostro paese, come nel resto del mondo, può contribuire a valorizzare piccole e sconosciute località e le loro risorse, con ricadute positive anche sulle piccole imprese (strutture ricettive ecc.) come pure a livello sociale, rendendo più attive e dinamiche le comunità stesse.

La storia della propria famiglia è ricostruibile – in maniera meno sentimentale ma decisamente più veloce – con il supporto della scienza: la società svizzera “Igenea” propone, a partire da 80 Euro, un test genetico che permette di risalire ai parenti prossimi sparsi nel mondo fino a cinque generazioni di distanza; l’inglese “Genetic Genealogy” per 119 Euro analizza la linea genetica paterna o quella materna. Entrambe le società, su richiesta del cliente, possono confrontare il suo profilo con quello di grandi personalità storiche di cui è stato conservato e analizzato il DNA, da Petrarca a Maria Antonietta all’ultimo zar di Russia (www.viaggi24.ilsole24ore.com).

Alcuni studiosi includono il turismo di memoria nel turismo macabro – o horror turismo, *thanatourism*, o *dark tourism* – perché i luoghi che lo interessano sono connessi ad un’immagine di morte e/o sofferenza. Il turismo macabro è quello praticato nei luoghi dei disastri: la gente parte per visitare luoghi di morte, di catastrofe o depravazione. Tra le mete turistiche popolari molte potrebbero essere definite macabre: per esempio i cimiteri, come il Père Lachaise, una delle maggiori attrazioni di Parigi, dove sono sepolti Chopin, Balzac, Wilde, Proust, Modigliani e la Piaf, anche se è soprattutto l’icona del rock Jim Morrison ad attirare le folle. Altre mete di questo tipo sono i *murales* cattolici e protestanti delle case di Belfast; il centro di documentazione “Topografia del terrore” nell’ex sede della Gestapo, a Berlino; Robben Island, al largo della costa di Città del Capo, che per venticinque anni è

stata la prigione di Nelson Mandela; Ground zero.

Il turismo macabro si intreccia spesso con il cattivo gusto. Ne è un esempio l'offerta dell'Ufficio del Turismo di Babil alle coppie in luna di miele: prime notti di nozze nelle stanze private di uno tra i più sanguinari dittatori del Novecento, Saddam Hussein, nella reggia di Al-Hillah, con vista su quel che resta di Babilonia, dove ogni mattone ha inciso il nome di Saddam (www.trendhunter.com). E cosa dire del "Jack the Ripper Tour"? Dal 1985 parte ogni sera alle 19.30 dalla stazione metropolitana Temple del quartiere di East End, a Londra, in un'ora e 45 minuti ripercorre – in pullman – i luoghi in cui Jack lo Squartatore uccise le sue vittime (www.thejacktherippertour.com).

Il turismo macabro non è un fenomeno nuovo. Ricordiamo che i Romani al Colosseo assistevano – divertiti – a lotte tra uomini e animali selvatici; nel Medioevo i pellegrini viaggiavano verso tombe e luoghi di martirio religioso; per non dimenticare quanti accorrevano per presenziare alle esecuzioni pubbliche, o ai roghi delle presunte streghe. E quanti hanno visto la ghigliottina in azione durante la rivoluzione francese? La battaglia di Waterloo nel 1815 è stata osservata dalla nobiltà da una distanza di sicurezza e uno dei primi campi di battaglia della guerra civile americana (Manassas) è stato venduto il giorno successivo come attrazione.

Il turismo di memoria e quello macabro si traducono entrambi nella capacità del mercato di alimentarsi delle emozioni, di commercializzare ricordi e memorie di generazioni, di genti, popoli e luoghi. Ciononostante non possono a mio parere essere intesi come sinonimi: il turismo macabro si pone su un piano di lettura diverso rispetto a quello di memoria, perché non ci sono memorie incarnate da riattivare ma grandi emozioni legate ad eventi tragici che sono osservati e vissuti come forme spettacolari.

Il turismo di memoria e quello macabro si fondano sulla memoria intesa come recupero di un passato vissuto, o meglio, di luoghi che hanno un passato vissuto: questa operazione, nella costruzione morale degli individui, come pure delle collettività, può essere dolorosa. E allora viene spontaneo domandarsi: ci sono cose, eventi che abbiamo il dovere di ricordare? Può davvero la memoria condivisa valere a fondare o a rafforzare il sentimento identitario di una comunità? Esiste insomma un'etica della memoria? Margalit, in un interessante lavoro

del 2007, *L'etica della memoria*, afferma che un'etica della memoria è un'etica tanto del ricordo quanto dell'oblio; dunque l'interrogativo relativo al fatto se ci siano cose che dobbiamo ricordare ne comporta uno parallelo, ovvero se ci siano cose che dobbiamo invece dimenticare.

2. Letteratura

È compresa nell'elenco delle mete turistiche di memoria – ma anche macabre, secondo alcuni – la casa di Anna Frank, nel centro di Amsterdam, all'indirizzo Prinsengracht 263-267: qui la giovane scrisse il suo diario durante la seconda guerra mondiale, nei due anni trascorsi in un nascondiglio segreto, scoperto nell'agosto del 1944. Tutti furono arrestati e deportati: Anna venne condotta nel campo di concentramento di Bergen-Belsen, dove morì nel marzo del 1945. Il diario originale è in mostra nell'esposizione permanente allestita nella casa-museo di Anna Frank, la cui visita rappresenta un'esperienza particolarmente forte dal punto di vista emotivo per le migliaia di persone provenienti da tutto il mondo che la compiono (www.annefrank.org).

A mio parere, però, questa visita rientra anche in quello che viene definito turismo letterario, che porta alla scoperta dei luoghi e dei suggestivi percorsi narrati dagli scrittori. Si tratta di un modo diverso di reinterpretare il territorio e di dare nuovo significato alle destinazioni: in quest'ottica rientrano i Parchi Culturali, che promuovono il recupero ambientale e la valorizzazione della cultura materiale e letteraria di determinati territori. In Italia c'è il Parco Culturale di Dante, nella Lunigiana, dove è possibile percorrere la via Francigena e respirare atmosfere medievali; sul litorale laziale, a Ostia, è possibile ricordare Pier Paolo Pasolini e le difficoltà della periferia, tema centrale di numerosi suoi romanzi; in Sicilia, nella zona dell'Etna, tra Vizzini, Catania e Acitrezza, i panorami rimandano alle opere di Giovanni Verga. Le opere di Cesare Pavese, Beppe Fenoglio, Davide Lajolo, Giovanni Arpino e Gina Lagorio – insieme a quelle di Guido Gozzano, Augusto Monti e tanti altri – celebrano vari angoli del Piemonte e, più in particolare, una vasta area che comprende le Langhe, il Roero e il Monferrato: questi territori rientrano nel progetto di recupero am-

bientale e di valorizzazione della cultura materiale e letteraria del Parco Culturale Piemonte Paesaggio Umano. Stando ai promotori di tale iniziativa la realizzazione di un parco culturale si fonda su tre considerazioni, secondo le quali la propensione ecologico-ambientale risulta in armonia con quella letterario-culturale: 1) l'urgenza di intervento, di recupero e di tutela dell'ambiente da un punto di vista architettonico, paesaggistico e antropologico; 2) la necessità di stabilire un più stretto rapporto tra la visione della cultura e la visione del territorio; 3) la rivalutazione culturale dei "luoghi letterari", che in Italia sarebbero circa quattromila tra ville, parchi e giardini.

Il lavoro di costituzione del Parco presenta due aspetti: uno iniziale di ricerca e di inventario e una seconda fase di interventi operativi. Per quanto riguarda il primo, sono da segnalare: l'individuazione degli scrittori legati alla geografia del territorio; l'attenzione al patrimonio letterario locale, alle espressioni della cultura orale (leggende, proverbi, detti ecc.) e alle realtà dialettali; il recupero delle tradizioni e della cultura materiale; la ricerca delle feste e dei riti locali; lo studio degli antichi mestieri; lo studio delle origini delle trasformazioni culturali degli abitanti del Parco (emigrazione e immigrazione); le ricerche e la registrazione dei ricordi degli emigrati all'estero. La fase operativa prevede invece alcuni interventi di schedatura e di riordino del materiale raccolto, con l'obiettivo di creare una banca dati che permetta di utilizzare e visitare il Parco Culturale. Considerato che l'obiettivo è di dar vita ad una "rete" culturale di relazioni sul territorio, il Parco Culturale sembra essere un'idea di grande respiro⁴, un investimento culturale piuttosto complesso che necessita di alcune cautele. Innanzitutto bisogna prestare attenzione nella raccolta degli oggetti, del lavoro o della vita quotidiana, per non ammassarne un'acozzaglia al solo scopo di esibirla al turista. La scelta degli oggetti da conservare, che devono essere corredati da informazioni sulla loro

⁴ Il primo esperimento di Parco Culturale è stato realizzato in Piemonte nel 1994; attualmente ha diverse sedi dislocate nella regione per l'organizzazione e la promozione delle nuove iniziative e per il sostegno delle attività culturali: il palazzo della Fondazione Bottari-Lattes di Monforte (CN); il castello di Costigliole d'Asti (AT); le cattedrali sotterranee del vino a Canelli (AT); il castello di Barolo (CN); il castello di Grinzane Cavour (CN) (www.fondazioneibro.it).

provenienza e sui contesti d'uso, non è mai per l'antropologo un operare privo di dubbi⁵.

Infine occorre tenere conto dell'utenza. Il progetto del Parco sembra legato essenzialmente alla tecnologia informatica e a quella visiva che, però, devono fornire facili strumenti di comunicazione, capaci di stimolare l'attenzione degli informatori, dei membri della comunità studiata e dei visitatori medi.

Gli appassionati di turismo letterario, che negli Stati Uniti si ritrovano, sempre più numerosi, sul sito www.literarytraveler.com, amano visitare i luoghi in cui i loro autori preferiti hanno vissuto e scritto. Ad esempio per i nostalgici di Miss Marple e Monsieur Poirot esiste il tour nella English Riviera, la costa sud del Devon, che parte da Torquay, luogo natale di Agatha Christie, fa tappa alla Greenway House, la sua residenza estiva, al cui interno si possono ammirare arredi in stile georgiano e molti oggetti personali della scrittrice, come abiti, bauli da viaggio, servizi da toeletta, ma anche foto e le prime preziose edizioni dei suoi racconti. Sempre in Inghilterra è possibile visitare i luoghi in cui Tolkien ha vissuto e ha scritto, come Birmingham e la campagna circostante, Oxford, dove egli insegnò e dove si riuniva il gruppo di letterati che si era denominato *Inklings*⁶.

Città quali Edimburgo, Melbourne, Iowa e Dublino sono state riconosciute dall'Unesco come città della letteratura. In particolare Dublino è stata la città natale di autori quali, ad esempio, William Butler Yeats, Bram Stoker, Oscar Wilde, George Bernard Shaw, James Joyce; numerose sono le manifestazioni e le attrazioni letterarie/culturali che vi si organizzano. Inoltre vi si può visitare il Trinity College, la

⁵ Per quanto riguarda invece la raccolta di beni «volatili: canti o fiabe, feste o spettacoli, cerimonie o riti, che... per essere fruiti più volte, devono essere rieseguiti o rifatti» (Cirese, 1996, p. 251), si deve ricorrere all'uso di registratori e videocamere. Ciò implica che i ricercatori delegati al rilevamento dei beni volatili possiedano anche competenze tecniche. Non bisogna inoltre dimenticare che il luogo preposto alla ricerca è l'università, che assicura «trattamento scientifico dei dati, documentazione delle ipotesi, generalizzazioni non arbitrarie e proposte culturali non appiattite sugli standards dei consumi correnti e degli stereotipi collettivi» (Clemente, 1996, p. 111).

⁶ Di questo gruppo faceva parte un altro noto autore del genere *fantasy*, C.S. Lewis di *Le Cronache di Narnia*.

casa di Bram Stoker, dove presero forma le idee delle ombre di Dracula, il museo Dublin Writers Museum, la torre martello di Sandycove e il museo di James Joyce, allestito proprio dove lo scrittore iniziò l'*Ulysses*. Molte località in tutto il mondo stanno focalizzando la loro offerta su un originale mix di turismi "di nicchia" tra cui quello letterario, e in particolare sulle case memoriali degli scrittori, le Writers' Memorial Houses⁷.

Negli Stati Uniti, a Concord, nel Massachusetts, c'è la casa della famiglia Alcott e il luogo in cui Louisa May Alcott ha scritto *Piccole donne*. La visita di Orchard House introduce gli ospiti sia agli oggetti appartenuti alla famiglia sia ai membri stessi della famiglia (www.louisamayalcott.org). La casa in cui è nato nel 1899 Ernest Hemingway, a Oak Park, Illinois, è diventata un museo che espone alcune rare fotografie dello scrittore, il suo diario d'infanzia, lettere, i suoi primi scritti ed altri oggetti (www.hemingwayhome.com).

A Parigi l'unica casa delle molte in cui visse Balzac e che è rimasta intatta è oggi sede del museo di Honoré de Balzac (ww.paris.fr).

Le vite e le opere delle tre sorelle Brontë sono associate allo Yorkshire, contea dell'Inghilterra dove sono nate, più precisamente a Thornton: qui Emily ha scritto il suo capolavoro, *Cime tempestose* (www.brontehouse.com).

A Londra, in Doughty Street, Charles Dickens ha vissuto dall'aprile 1837 al dicembre 1839, un periodo breve ma importante, perché è qui che ha completato *Pickwick Papers* e *Oliver Twist*, ha scritto *Nicholas Nickleby* e ha iniziato *Barnaby Rudge*. I visitatori della casa possono vedere alcuni manoscritti di Dickens, le lettere, i bozzetti dei suoi illustratori, le prime edizioni dei suoi libri, lo scrittorio che ha utilizzato per le letture pubbliche dei suoi lavori e poi mobilio, immagini, libri e memorabilia (www.dickensmuseum.com).

In Toscana le Case della Memoria sono diffuse su tutto il territorio: si va dall'area fiorentina, dove si concentrano soprattutto le abitazioni dei grandi artisti del Medioevo e del Rinascimento, alla casa di Mazzini a Pisa, a quella di Petrarca ad Arezzo, passando per molte altre tra cui villa Puccini a Torre del Lago. A Castelvecchio Pascoli, in provin-

⁷ Questo fenomeno riguarda anche un paese come la Nuova Zelanda, interessata da un crescente flusso turistico.

cia di Lucca, la villa di campagna dei Cardosi-Carrara è stata la sistemazione scelta da Giovanni Pascoli come residenza nel 1895 e dove visse fino al 1912, anno della morte. Qui il poeta ha composto *Myrica*, *Primi Poemetti*, *Canti di Castelvecchio*, *Poemi Conviviali*. La casa, che ha conservato la struttura, gli arredi, la disposizione degli spazi che aveva al momento della morte di Pascoli, è monumento nazionale; l'archivio conserva circa 76.000 carte e la biblioteca quasi 12.000 volumi (www.fondazionepascoli.it).

In Italia grande affluenza di visitatori si registra al “Vittoriale degli Italiani”, la Cittadella monumentale⁸ che d'Annunzio ha allestito a Gardone Riviera, sulla riva bresciana del Lago di Garda, a memoria delle imprese italiane nella prima guerra mondiale (www.vittoriale.it); a Palazzo Leopardi a Recanati (MC), casa natale di Giacomo Leopardi, che oltre alla biblioteca storica ospita periodicamente mostre dedicate ad aspetti meno conosciuti della vita e dell'opera del poeta che qui ebbe i natali (www.giacomoleopardi.it); alla Keats-Shelley House di Roma: la casa, che si trova accanto alla scalinata di piazza di Spagna, è stata l'ultima dimora di John Keats, che vi morì nel 1821; è stata aperta al pubblico nel 1909 e contiene una ricca collezione di quadri, sculture, manoscritti, oggetti e prime edizioni che ricordano la vita di Keats, Percy Bysshe Shelley e Lord Byron⁹ (www.keats-shelley-house.org).

Attraverso il turismo letterario è possibile cogliere in un percorso specializzato il logico prolungamento dell'esperienza di lettura: i fruitori di opere letterarie possono quindi “leggere” il territorio tramite una strategia denominata *cross selling*¹⁰.

⁸ Si tratta di un insieme di edifici, vie, piazze, teatri, giardini, parchi e corsi d'acqua.

⁹ Altri pezzi importanti della collezione sono un reliquiario contenente una ciocca di capelli di John Milton e di Elizabeth Barrett Browning, una maschera di Carnevale in cera di Lord Byron e manoscritti di Oscar Wilde, Mary Shelley, William Wordsworth, Robert Browning, e Joseph Severn, l'amico e compagno di viaggio di Keats. La Keats-Shelley House contiene una ricca biblioteca specializzata in letteratura romantica che attualmente conta più di ottomila volumi a cui vengono sempre aggiunti nuovi titoli (www.keats-shelley-house.org).

¹⁰ Il *cross-selling* consiste nell'aumentare il valore dello scambio mettendo a disposizione prodotti o servizi in qualche modo collegati con la scelta d'acquisto iniziale rendendola quindi più completa.

La letteratura è dunque in grado di condizionare l'immaginario collettivo nei confronti di alcune località nonché di delineare i contorni di molte città; i luoghi letterari, però, possono essere anche immaginari ma accendere talmente la fantasia da essere ricreati nella realtà. A Londra 221B Baker Street è l'indirizzo della residenza londinese di Sherlock Holmes: Arthur Conan Doyle scelse il numero 221B per ambientarvi il quartier generale del suo personaggio più conosciuto sapendo che in quell'epoca i numeri civici della via arrivavano solo fino al 100. Quando negli anni Trenta del secolo scorso avvenne il riordino dei numeri civici, il 221B fu assegnato ad un edificio in stile *art deco* in cui, fino al 2002, ebbe sede la Abbey Road Building Society, che cominciò così a ricevere da tutto il mondo lettere indirizzate a Sherlock Holmes. La società decise di approfittarne e istituì una segreteria di Sherlock Holmes, apponendo una targa di bronzo in corrispondenza del famoso numero civico; nel 1999 sponsorizzò poi la sistemazione di una statua del celebre detective nella stazione metropolitana di Baker Street. Il Museo di Sherlock Holmes, situato in Baker Street, in un edificio del 1815 simile all'appartamento letterario di Holmes, riporta attualmente nel suo ingresso il numero 221B, sebbene in realtà il suo numero civico sia il 234 (www.sherlock-holmes.co.uk).

Un altro luogo letterario di fantasia ricreato nella realtà e molto visitato è il binario 9¾, alla stazione di King's Cross di Londra, dal quale parte l'espresso per Hogwarts, la scuola di magia e stregoneria frequentata da Harry Potter. Nell'agosto 2011, trovandomi a Londra ed essendo una estimatrice dei romanzi di J.K. Rowling, ho voluto vedere la famosa *platform* 9¾: purtroppo però, a causa di lavori in corso, non si trovava tra il binario 9 e il binario 10 ma all'esterno della stazione, in uno stanzino con la porta blu ma, comunque, con il carrello portabagagli "piantato" nel muro. Ad Harry Potter è stato dedicato un intero parco tematico, "The Wizarding World of Harry Potter", inaugurato il 18 giugno 2010 ad Orlando, in Florida. La struttura, che si trova all'interno di "Islands of Adventure", si estende su una ventina circa di acri del parco e riproduce fedelmente i luoghi dei romanzi (www.harrypotterworldorlando.com). Al di là dell'aspetto commerciale da cui è indubbiamente scaturito il progetto, il parco rappresenta un magistrale esempio di intersezione tra mondo fantastico e realtà che rende possibile vivere fisicamente la storia e vedere i luoghi nati dalla

immaginazione di J.K. Rowling: è la prova tangibile del potere performativo delle parole e della forza creatrice del pensiero umano (Lévi-Strauss, 1949). Nel “Wizarding World” il mondo *altro* si materializza in quello che viviamo quotidianamente: è possibile entrare nel castello di Hogwarts, salire sull’espresso per Hogwarts, vedere, con la prospettiva di Harry, i negozi di Diagon Alley e il piccolo borgo di Hogsmeade, perfettamente ambientato e riprodotto (www.wizardingworldharrypotter.com). È come entrare fisicamente nella propria immaginazione.

3. Cinema

La saga di Harry Potter ha avuto un’evoluzione e una diffusione tale da mettere in atto un meccanismo creativo che è andato oltre la carta stampata, ispirando sceneggiatori, produttori e scenografi, che hanno dato vita alla storia attraverso i film. Questo non è un caso isolato: spesso il grande schermo e la TV propongono i romanzi che preferiamo o che abbiamo amato, amplificando di conseguenza l’attrattiva turistica dei luoghi in cui sono ambientati. Ad esempio le avventure di Robin Hood, narrate da Alexandre Dumas e proposte al cinema – nella versione più recente¹¹ – da Ridley Scott (2010), sono ambientate nella foresta di Sherwood, nel Nottinghamshire, in Gran Bretagna, oggi riserva nazionale. Sebbene gli storici lo indichino come proveniente dallo Yorkshire e parte del film sia stata girata nel Surrey, il vero regno di Robin Hood sono le Midlands Orientali. Punto di partenza per il “Robin Hood tour” è il capoluogo Nottingham, cittadina medievale nota per la sua produzione tessile, dove si possono ammirare locande antiche, mercati tradizionali, i tunnel scavati ai tempi dei Sassoni e dove è d’obbligo poi consumare una birra nella locanda più antica di Inghilterra, Ye Olde Tripto Jerusalem, che risale al 1189 e che sembra abbia ospitato nelle sue cantine i fuorilegge di Sherwood. L’attrattiva maggiore è il castello del XVIII secolo, costruito sui resti di quello medievale, nel film sede del malvagio sceriffo, dove è possibile visita-

¹¹ Altre note produzioni cinematografiche sono *Robin e Marian* (1976), *Robin Hood – La leggenda* (1991), *Robin Hood principe dei ladri* (1991).

re il museo e percorrere cunicoli segreti; ogni anno in autunno vi si svolge il “Robin Hood Pageant”, un festival che ricrea le ambientazioni del film (<http://robinhoodtours.co>).

In Italia c'è un grande afflusso di visitatori a Modica e nel ragusano, nei luoghi dove è stata girata la serie televisiva del commissario Montalbano, il personaggio letterario creato da Andrea Camilleri. Adirittura nel 2003 a Porto Empedocle, paese natale dello scrittore, l'amministrazione comunale aveva aggiunto nei cartelli di benvenuto in paese la dicitura “Vigàta”, nome della località immaginaria dove sono ambientate le storie di Montalbano, cancellata poi nel 2009.

Harry Potter, Robin Hood, il commissario Montalbano sono esempi in cui il turismo letterario si fonde e si confonde con il cineturismo, il turismo praticato da chi visita le *location* cinematografiche e televisive, cioè i luoghi in cui sono state effettuate le riprese di un film o di una serie televisiva. Il cineturismo è un fenomeno affermatosi di recente ma che ha significativi antecedenti storici: ricordiamo che film quali *Vacanze Romane* con Audrey Hepburn e Gregory Peck oppure *La dolce vita* con Marcello Mastroianni hanno contribuito a lanciare l'immagine di Roma nel mondo¹². Grazie al cinema il nostro patrimonio culturale è tra i più ammirati e riconoscibili: nell'immaginario collettivo mondiale il nostro territorio è indissolubilmente legato a vacanze, cucina, musica, artigianato.

Il fenomeno dei flussi turistici legati alla visione di film ha stimolato la nascita di agenzie turistiche specializzate nel proporre *tour* guidati ai luoghi set di scene cinematografiche; ecco dunque che la produzione filmica e televisiva diventa un mezzo utile per la promozione e lo sviluppo del territorio: il cineturismo a livello mondiale ha un fatturato di oltre 80 miliardi di Euro (Todaro, 2011). Secondo recenti studi ogni anno oltre 100 milioni di turisti, in particolare americani ed inglesi, visitano *location* utilizzate dal cinema durante le vacanze. Negli Stati Uniti vengono organizzati viaggi nella Monument Valley e nei

¹² Alcuni studiosi ipotizzano che le radici del fenomeno risiedano nella letteratura: infatti, secondo Cecil Clough, studioso di letteratura rinascimentale all'università di Liverpool, i luoghi resi celebri a Verona dall'amore di Giulietta e Romeo sono in realtà una sorta di percorso creato per i viaggiatori ottocenteschi del *Grand tour* (D'Amico, 2007).

set di *Sex and the city* e di *Spider-Man*; in Gran Bretagna nelle oltre cento diverse *location* della serie di Harry Potter e nei luoghi di *Full Monty*; in Scozia nelle Highlands di *Braveheart*. Nel nostro paese esistono circa 1700 set cinematografici: tra i più visitati ci sono il castello di Agliè (TO), dove è stata girata la serie televisiva *Elisa di Rivombrosa*¹³; il mulino di Chiusdino (SI), set degli spot pubblicitari del Mulino Bianco; la riviera ligure di ponente, in provincia di Savona, dove è stato ambientato e girato il kolossal fantastico *Inkheart - La leggenda di cuore d'inchiostro* (2009), nei cui dialoghi comparivano i nomi delle diverse località (Todaro, 2011).

Tra i casi noti di cineturismo che hanno dato grande impulso ad un territorio è da ricordare quello che ha determinato la crescita turistica negli ultimi anni della Nuova Zelanda, determinata dalle visite alle *location* della trilogia de *Il signore degli anelli*. In Italia *La Passione* di Mel Gibson sembrava aver rilanciato Matera, la città dei “sassi”, antichi rioni rocciosi unici al mondo: un *tour operator* di Los Angeles e un operatore turistico locale hanno trasformato le *location* del film in pacchetti turistici a tema, ideando i “tour della passione”.

In realtà Matera, dal 1993 città patrimonio mondiale dell'umanità dell'UNESCO, non ha interessato i turisti per le sue bellezze ma solo per la presenza di Mel Gibson; quindi non siamo di fronte ad un caso di successo cineturistico dato che in città non si sono registrati effettivi cambiamenti: si può parlare di cineturismo solo quando i pacchetti turistici sono correlati ad un calcolo dell'incremento turistico, dell'indotto diretto e di quello indiretto. Lo scopo, come già accennato, è quello di essere un veicolo per la diversificazione di una destinazione, e non fare ombra su di essa attraverso un film; una località può essere promossa in maniera efficace dal cineturismo solo se possiede interessanti elementi paesaggistici e culturali concreti da offrire ai visitatori (Giansanti, 2007).

Alcuni film vengono anche pensati come strumento di promozione

¹³ Nel 2003, anno di messa in onda della *fiction*, i visitatori del castello di Agliè sono stati 8.549, mentre l'anno successivo sono saliti a 92.091. I vantaggi non si sono limitati al castello e ai suoi dintorni ma si sono diffusi sul territorio, generando tutta una serie di iniziative di *marketing* che hanno avuto ricadute positive notevoli (D'Amico, 2007).

turistica ma non sempre il progetto funziona: ad esempio *Australia* (2008), interpretato da Nicole Kidman, guadagnò solo 50 milioni di dollari e non ebbe le ricadute positive sperate (Todaro, 2011).

Spesso i film sono ambientati in un paese ma le riprese vengono fatte in altri per motivi economici, politici o precauzionali: è il caso de *Il cacciatore di aquiloni* (2007), ambientato in Afghanistan ma girato in Cina; *Oliver Twist* (2005) di Roman Polanski, situato a Londra ma girato a Praga; *Il Dottor Zivago* (1965), le cui riprese furono realizzate in massima parte nei pressi di Madrid perché l'Unione Sovietica in quegli anni non concesse l'autorizzazione (Todaro, 2011).

Del rapporto tra cinema e turismo esistono diverse definizioni generate dalla natura di tale relazione e che possono essere così sintetizzate:

- *movie induced tourism* (letteralmente il turismo indotto da film): analizza l'ascendente delle produzioni cinematografiche sulla scelta, l'acquisto e il consumo di prodotti turistici (Beeton, 2005);

- *film tourism* (Hudson and Ritchie, 2006): inserisce il processo di influenza del film nella fase motivazionale;

- *cinema sightseeing* (Jones, 2004): mette in relazione cinema e turismo al momento della fruizione del prodotto turistico, per cui non necessariamente chi visita un luogo che è stato un set è stato stimolato dalla visione del film;

- *set-jettors* (Hogg, 2005): si riferisce a coloro che si recano sui luoghi del cinema per ripercorrere le *location* dove le star del cinema hanno recitato¹⁴;

- *cinematic tourist* (Tzanelli, 2004): fa riferimento all'influenza sul comportamenti del turista esercitato da uno o più film girati in un determinato luogo.

Il cineturista è colui che, stimolato e affascinato dalla visione dei luoghi del film, si reca in quei luoghi, per diverse motivazioni e, pertanto, può essere classificato in diversi filoni. Per questa ragione Macionis (2004) giunge a distinguere tre differenti tipologie di cineturisti:

¹⁴ Questo concetto si inserisce nel contesto prettamente anglosassone di *celebrity culture*,

- *specific*: è il cineturista vero e proprio, colui che si reca in un luogo perché è stato *location* di un certo film;
- *general*: è il cineturista generico che decide di visitare un territorio indipendentemente della visione del film che è stato girato lì ma che, nonostante ciò, partecipa attivamente alle attività legate alla sua realizzazione, come le visite guidate dei luoghi in cui è stato girato il film;
- *serendipitous*: è il turista che, pur se contento di trovarsi in un luogo set cinematografico, non partecipa attivamente alle attività connesse alla sua realizzazione.

La definizione italiana di cineturismo si basa esclusivamente sulla relazione tra il prodotto cinematografico e quello turistico: ne consegue che il desiderio di visitare i luoghi del cinema può manifestarsi durante la visione del film come pure nel momento della scelta della località del viaggio. Fino a qualche anno fa era considerato un flusso occasionale – e anche di nicchia –, ora il cineturismo è un settore turistico concreto, in grado di evidenziare la valenza culturale dei luoghi che lo interessano¹⁵: il turista, infatti, oltre a visitare i set delle riprese e rivivere quindi certe emozioni, può – e desidera – scoprire le realtà locali, le bellezze artistiche, i prodotti tipici, le tradizioni. È opportuno però segnalare che il cineturismo può generare anche complicazioni al territorio e alla comunità che lo abita quali, ad esempio, la perdita della privacy, l'aumento del traffico, l'incremento dei prezzi.

La promozione di una destinazione turistica tramite i media visivi è una pratica usata da tempo e che si è modificata e sviluppata in sinergia con il progresso tecnologico: dai quadri e disegni quali *souvenir* di chi aveva compiuto il *Grand Tour* (XVII-XIX secolo) ai poster e alle illustrazioni attraverso i quali le compagnie ferroviarie e di navigazione mostravano le attrazioni dei luoghi che intendevano promuovere, fino ai film e ai programmi televisivi (Butler, 1990). I libri, che esprimono narrativamente lo spirito e le caratteristiche di un luogo e che possiedono incredibili implicazioni in termini di capacità evocativa e

¹⁵ L'interesse verso l'argomento è altresì testimoniato dalla realizzazione di una Borsa dedicata al Turismo Cinematografico all'interno dell'Ischia Film Festival, l'unico concorso cinematografico internazionale che premia le produzioni audiovisive per le *location* utilizzate.

il cinema, attraverso le immagini dei luoghi in cui la storia è ambientata, sostengono e alimentano il desiderio di emozione dei lettori e degli spettatori, che viaggiano in quei luoghi per coglierne l'atmosfera, ma anche per verificarne l'autenticità.

Bibliografia

Arace A., *I legami personali con i luoghi. Processi identitari e dinamiche affettive* in Giani Gallino T. (a cura di), *Luoghi di attaccamento. Identità ambientale, processi affettivi e memoria*, Cortina, Milano, 2007.

Beeton S., *Film Induced Tourism*, Channel View Publications, Clevedon, 2005.

Bonato L., *Fonti letterarie come fonti etnografiche* in Bravo G.L. (a cura di), *Tradizioni nel presente. Musei feste fonti*, Omega, Torino, 2001.

Bruno G., *Atlante delle emozioni. In viaggio tra arte, architettura e cinema*, Bruno Mondadori, Milano, 2006.

D'Amico A., *Ciak si viaggia: location e flussi turistici*, Università di Messina, 2007.

Dall'Ara G., *Le nuove frontiere del marketing nel turismo*, Franco Angeli, Milano, 2009.

Di Cesare F. e Rech G., *Le produzioni cinematografiche, il turismo, il territorio*, Carocci, Roma, 2007.

Fabietti U., Matera V., *Memorie e identità*, Meltemi, Roma, 1999.

Fagiani M.L., *L'immagine dei territori. Cineturismo e altri percorsi*, Centro Editoriale e Librario, Cosenza, 2009.

Giani Gallino T. (a cura di), *Luoghi di attaccamento. Identità ambientale, processi affettivi e memoria*, Cortina, Milano, 2007.

Giansanti L., *Cineturismo: la location cinematografica come geografia emozionale. La diversificazione del prodotto vacanza attraverso il film e l'audiovisivo*, "Annali Italiani del Turismo Internazionale", n.8, 2007, pp. 157-242.

Hogg R., *Joint the set-jet and see the real world*, Yorkshire Post, 2005.

Hudson S. and Brent Ritchie J.R., *Promoting Destinations via Film Tourism: An Empirical Identification of Supporting Marketing Initiatives*, "Journal of Travel Research", vol. 44, n.4, 2006, pp. 387-396.

Lévi-Strauss C., *L'efficacité symbolique*, "Revue de l'histoire des religions", 135, 1949, (trad. it. *L'efficacia simbolica* in *Antropologia strutturale*, Milano, Il Saggiatore, 1966).

MacCannell D., *The Ethics of Sightseeing*, University of California Press, Berkeley, 2011.

Margalit A., *L'etica della memoria*, il Mulino, Bologna, 2007.

Martini G. (a cura di), *I luoghi del cinema*, Touring Club, Milano, 2005.

Nora P., *Entre Mémoire et Histoire*, in Nora P. (a cura di), *Les Lieux de Mémoire*, vol.1, Gallimard, Paris, 1984.

Pizzardi I., *La destinazione cineturistica: il luogo dove ci si vuole recare*, Ischia Film Festival, Ischia, Napoli, 2005.

Provenzano R.C. (a cura di), *Al cinema con la valigia. I film di viaggio e il cineturismo*, Franco Angeli, Milano, 2007.

Rocco A., *Da location a destination, ecco i casi di successo*, "Rivista del Turismo", n.1, 2006.

Savelli A., *Turismo, territorio, identità*, Franco Angeli, Milano, 2004.

Todaro G., *I magnifici set – I luoghi del grande cinema per organizzare un viaggio senza confini*, Polaris, Vicchio di Mugello (FI), 2011.

Tzanelli R., *Constructing the cinematic tourist. The sign industry of the lord of the Rings*, Tourist Studies, 2004.

Tzanelli R., *The Cinematic Tourist. Explorations in globalization, culture and resistance*, Routledge, London, 2007.

Sitografia

<http://familysearch.org>
<http://ilcedro.com/back-to-the-beginning-ancestral-tour>
<http://robinhoodtours.co>
www.ancestralattic.com
www.ancestralfootsteps.com
www.ancestralscotland.com
www.ancestry.com
www.annefrank.org
www.berlin.de
www.bestsicilyguides.com
www.bronte-house.com
www.dickensmuseum.com
www.fondazione-libro.it
www.fondazione-pascoli.it
www.giacomoleopardi.it
www.harrypotterworldorlando.com
www.hemingwayhome.com
www.keats-shelley-house.org
www.literarytraveler.com
www.louisamayalcott.org
www.lynotttours.com
www.onesicilia.it
www.paris.fr
www.sherlock-holmes.co.uk
www.terradelfuoco.org
www.thejacktherippertour.com
www.trendhunter.com
www.trenodella-memoria.net
www.viaggi24.ilsole24ore.com
www.vittoriale.it
www.wizadingworldharrypotter.com