

Questa pubblicazione, sviluppo del progetto *Strumenti innovativi per la promozione turistica: film-induced tourism*, è stata realizzata sui fondi di ricerca annuale del Dipartimento dei Beni Culturali: Archeologia, Storia dell'Arte, del Cinema e della Musica - dBC

Università degli Studi di Padova
Dipartimento dei Beni Culturali 
archeologia, storia dell'arte, del cinema e della musica

Volume soggetto a peer-review

Prima edizione 2016, Padova University Press

© 2016 Padova University Press

Università degli Studi di Padova

via 8 Febbraio 2, Padova

www.padovauniversitypress.it

In copertina: indicazione per la Ruta del Cine in Almería (Spagna). Fotografia: Francesco Fasulo

ISBN 978-88-6938-066-2

Stampato per conto della casa editrice dell'Università di Padova - Padova University Press
nel mese di aprile 2016 da CLEUP sc - Coop. Libreria Editrice Università di Padova

Tutti i diritti di traduzione, riproduzione e adattamento, totale o parziale, con qualsiasi mezzo (comprese le copie fotostatiche e i microfilm) sono riservati.

GIULIA LAVARONE

Cinema, media e turismo
Esperienze e prospettive teoriche
del *film-induced tourism*

con un'introduzione di Farah Polato

PADOVA
UP

INDICE

Introduzione	
À rebours: archeologia e traiettorie di un orizzonte di ricerca <i>di Farah Polato</i>	7
CAPITOLO PRIMO	
Un fenomeno dai mille nomi. La terminologia, lo stato dell'arte, le discipline coinvolte	13
<i>Film-induced tourism</i> , cos'è?	13
BOX: LE FILM COMMISSION E L'ATTRAZIONE DELLE PRODUZIONI CINEMATOGRAFICHE E TELEVISIVE	17
Lo sviluppo della ricerca internazionale	18
BOX: LA GEOGRAFIA DEGLI STUDI SUL FILM-INDUCED TOURISM	21
Fuori i nomi. Un po' di ordine nella terminologia	22
BOX: IN VIAGGIO VERSO GOTHAM CITY CON TURKISH AIRLINES	27
CAPITOLO SECONDO	
Il panorama degli studi in Italia. Il «cineturismo»	29
BOX: CINETURISMO O FILM-INDUCED TOURISM?	31

CAPITOLO TERZO	
...e i <i>film studies</i> ? Stato dell'arte, ambiti di interesse, possibili linee di ricerca	37
Viaggiare attraverso i film	38
La costruzione dello «sguardo del turista»	41
Cinema e turismo: storie parallele?	42
Il viaggio “reale”: <i>film-induced tourism</i> e <i>film studies</i>	43
Le prospettive di ricerca applicata	46
BOX: GUIDE, SITI E APP PER I TURISTI FILM-INDUCED: I RISULTATI DI UNA RICOGNIZIONE	49
Le mappe per i turisti <i>film-induced</i> : riflessioni critiche, proposte operative	54
CAPITOLO QUARTO	
<i>Film-induced tourism</i> , patrimonio culturale e autenticità	57
<i>Film-induced tourism</i> e patrimonio culturale	57
BOX: FILM-INDUCED TOURISM E PATRIMONIO URBANO. ESEMPI PADOVANI	58
BOX: QUESTIONI DI IDENTITÀ, HERITAGE E LEGACY. ESEMPI PADOVANI	65
La spinosa questione dell'«autenticità»	69
Le diverse letture del paesaggio e le diverse tipologie di turisti <i>film-induced</i>	72
BOX: LE MERAVIGLIE DEL MONTAGGIO E LA LETTURA «ESTHÉTISANTE». ESEMPI PADOVANI	75
In merito alla lettura « <i>esthétisante</i> »: le differenze tra luogo reale e configurazione filmica	80
APPENDICE	
Il progetto <i>Strumenti innovativi per la promozione turistica: film-induced tourism</i> di Farah Polato	85
BIBLIOGRAFIA SELEZIONATA	93

INTRODUZIONE

À rebours: archeologia e traiettorie di un orizzonte di ricerca

Più che la figura del percorso a progressione lineare e rigidamente consequenziale, a suggerire la traiettoria che conduce al presente volume è piuttosto la dimensione del viaggio, in cui la direzionalità originaria si flette aprendosi agli incontri inattesi, intraprende deviazioni sulla scia di puntoli che attraggono la nostra attenzione.

La pubblicazione di *Cinema, media e turismo. Esperienze e prospettive teoriche del film-induced tourism* offre l'occasione di uno sguardo retrospettivo volto a rintracciare l'alveo in cui la ricerca ha preso forma, in un'ottica situata della stessa.

La tradizione a connotazione storico-critica, propria delle cattedre di cinema di Gian Piero Brunetta e Giorgio Tinazzi all'Università degli Studi di Padova, confluita successivamente nel corso di laurea triennale in Discipline dell'arte, della musica e dello spettacolo e nel corso magistrale in Scienza dello spettacolo e della produzione multimediale, ha visto dialogare la centralità attribuita all'analisi testuale e alla ricostruzione dei quadri storici con lo studio delle pratiche spettatoriali. Ha affiancato all'attenzione rivolta alla rappresentazione del territorio offerta dal cinema, l'indagine sui rapporti tra il sistema-cinema e il territorio, ivi comprese le strutture produttive, distributive, di esercizio¹.

L'istituzione di un corso di studio in Progettazione e gestione del turismo culturale e la riorganizzazione dell'Università che ha visto confluire parte del settore disciplinare di Cinema, fotografia, televisione nel Dipartimento dei Beni Culturali (Dipartimento dei Beni Culturali: archeologia, storia dell'arte, del cinema e della musica – dBC), hanno sollecitato nuovi ambiti di confronto e riattualizzato questioni che hanno inciso la storiografia del cinema. Riconosciuto quale espressione privilegiata dell'industria culturale, il cinema è stato segnato da una natura persistentemente ancipite di settima arte e prodotto di intrattenimento, forma di espressione autoriale e mezzo di comunicazione che ha contraddistinto l'era mass-mediale.

¹ In relazione al presente volume, a titolo indicativo, citiamo *Il viaggio dell'icononauta* di Gian Piero Brunetta, la serie *Luci sulla città*, curata, tra gli altri, da Alessandro Faccioli, i lavori sul paesaggio di Mirco Melanco, sino alla recente monografia su Carlo Mazzacurati, a cura di Antonio Costa, cui partecipano, tra gli altri, Denis Brotto, Giulia Lavarone, Denis Lotti, Manlio Piva, Farah Polato, Rosamaria Salvatore, Giorgio Tinazzi dell'Università di Padova.

Lo stesso statuto di bene culturale del cinema non sembra a tutt'oggi estraneo a una vissuta e irrisolta problematicità. Al riguardo, sintomatica è la formula descrittiva contenuta nell'assai scarna voce di Wikipedia (strumento informativo, per quanto discutibile, di amplissima e diversificata consultazione) dedicata al Nuovo Codice per i Beni Culturali (2004)², che ha ridefinito la concezione di bene culturale ampliandone significativamente le tipologie e i criteri di identificazione: «Il codice individua la necessità di preservare il patrimonio culturale italiano e *inserisce anche i film*, inclusi i negativi, in questo ambito» (corsivo nostro).

L'esperienza di un insegnamento di Storia e critica del cinema all'interno del corso di Progettazione e gestione del turismo culturale, attivato nel biennio 2006-2008 e affidato a chi scrive, pone le basi di una rimodulazione della proposta formativa e della didattica nel contesto dato.

Su un assetto parallelo, la nascita della prima film commission italiana è collocata alla metà degli anni Novanta (Emilia Romagna, 1997), cui segue a distanza di pochi anni (1999) l'incontro tra le film commission esistenti e quelle in fase progettuale, voluto dall'Agenzia per la Promozione del Cinema Italiano (Italia Cinema), il Ministero per i Beni e le attività Culturali, il Ministero del Commercio Estero, il Ministero degli Affari Esteri e l'Istituto per il Commercio Estero, cui si deve la stesura del protocollo di intesa del Coordinamento Nazionale delle Film Commission. Nello stesso periodo si avvia l'iter che condurrà nel 2000 alla fondazione della Veneto Film Commission, a partire dal censimento del 1999 delle società e dei professionisti del cinema, dell'audiovisivo e dei servizi collegati con sede nel territorio regionale, esposto al convegno *Archivi per la produzione audiovisiva: uno sguardo sul fenomeno delle Film Commission in Italia* alla 56ª Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia (cfr. Bocchiola, 2007).

Sebbene la funzione delle film commission non sia di stretta pertinenza del *film-induced tourism*, come si avrà modo di vedere, l'esistenza di queste realtà, destinate a diventare tra i principali attori delle attuali formule produttive, è indicativa di un'attenzione per le dinamiche istituibili tra territorio e cinema, nelle quali rientra il fenomeno del turismo *film-induced*. In questa cornice si collocano, ad esempio, le iniziative della Padova Film Commission, nata nel 2007 all'interno dell'Azienda Turismo Padova Terme Euganee allora ente speciale della Provincia di Padova, che informa attraverso il proprio sito sulle produzioni cinematografiche e televisive della provincia e predispose una brochure turistica sui rapporti fra il territorio padovano e il cinema.

La formazione dell'autrice di *Cinema, media e turismo*, Giulia Lavarone, è attraversata dalle direttrici qui sopra sommariamente riportate. Il conseguimento del dottorato con una tesi dedicata alla rappresentazione cinematografica della città di Parigi (*Paris vu par... Lo sguardo sulla città in mutamento negli anni della Nouvelle*

² <https://it.wikipedia.org/wiki/Codice_dei_beni_culturali_e_del_paesaggio> (28 febbraio 2016)

Vague, discussa nel 2010), attesta la solida padronanza degli strumenti dell'analisi testuale e storico-critica, della ricerca d'archivio, confermati dalle pubblicazioni successive. Contestualmente prendono avvio le collaborazioni con istituzioni e organizzazioni attive nell'ambito della promozione culturale e territoriale, tra cui Padova Film Commission e l'ente di ricerca Risposte Turismo. A queste esperienze si deve la partecipazione al report *Attrazione delle produzioni e Film Induced Tourism: il ruolo e la governance delle Film Commission. Presente e prospettive in Veneto* (2013) a cura di Francesco di Cesare.

Luogo di confluenza dei percorsi di formazione indicati, configuranti linee e modalità di ricerca, è stato il progetto interdisciplinare *Strumenti innovativi per la promozione turistica: film-induced tourism*, cofinanziato dal Fondo Sociale Europeo nell'ambito del Programma Operativo 2007-2013 della Regione Veneto (POR 2007-2013), svolto tra aprile 2014 e marzo 2015, di cui il presente lavoro rappresenta uno sviluppo³. Improntato alla prospettiva dell'*action research*, assunta come strutturante dal bando, il progetto doveva rispondere di un'analisi di campo finalizzata a «generare cambiamenti migliorativi», in un'ottica di trasferimento di conoscenze e competenze tra le Università e i centri di ricerca e il sistema socio-economico locale. Di qui la costituzione per *Strumenti innovativi per la promozione turistica: film-induced tourism* di un team di ricercatori afferenti al Dipartimento dei Beni Culturali dell'Università di Padova in partnership con enti territoriali, di formazione e realtà produttive⁴.

Come ricorda Giulia Lavarone in apertura del volume, l'espressione *film-induced tourism* indica, secondo la formulazione di Sue Beeton nella prima monografia interna ai *tourist studies*, il fenomeno contraddistinto da flussi turistici «connessi ai film, alle serie televisive e ad altri prodotti mediali, indirizzati verso luoghi di ripresa, di ambientazione o in vario modo collegati all'universo cinematografico quali parchi a tema, case delle celebrità, sedi di festival».

L'obiettivo principale del progetto è stato identificato nell'ideazione di un sistema documentale contenente dati (testi, immagini e sequenze) relativi agli audiovisivi girati e/o ambientati nella provincia di Padova in una mappatura georeferenziata. La sua modellizzazione richiedeva, evidentemente, la messa a fuoco delle articolazioni del *film-induced tourism*, una presa di posizione sulle implicazioni derivanti dall'architettura del sistema, della definizione dei suoi contenuti, delle logiche di utilizzo. Lunghi dal definirsi su un piano meramente meccanico o funzionale, ogni sistematizzazione, catalogazione, organizzazione di documenti è espressione, a monte, di una visione preordinante, a valle, veicola e orienta concezioni, prassi, attitudini, forme

³ Per una descrizione dettagliata del progetto si rinvia all'appendice *Il progetto Strumenti innovativi per la promozione turistica: film-induced tourism (Fondo Sociale Europeo - Programma Operativo Regionale FSE 2007 - 2013, Regione Veneto)*.

⁴ Cfr. Direttiva per la presentazione di progetti, Allegato B del Dgr n. 1148 del 05/07/2013, pp. 5-6.

culturali.⁵ Non ultimo, quale ruolo sia assegnato al cinema rispetto alla promozione del bene culturale in una prospettiva turistica, o il modo in cui può essere declinata la nozione di “produttività”: in termini esclusivamente contabili intesi come rapporto spese-introiti legati a uno specifico evento nella durata della sua realizzazione, oppure in forma integrata e diacronica. La questione del cosiddetto “ritorno di immagine”⁶, cui sono sensibili i territori interessati dal *film-induced tourism* ma sempre più avvertita anche dalle imprese che investono nel *tax credit*, ne è un esempio. Entra di peso nella cornice delineata anche la figurativizzazione dell’utenza, in prima istanza quella relativa al turista *film-induced*, profilata – e concepita – non come categoria astratta-singolare bensì plurale e incarnata.

L’accento ad alcuni dei nodi posti dal progetto *Strumenti innovativi per la promozione turistica: film-induced tourism* è indicativo del raggio di estensione del fenomeno, delle molteplicità delle prospettive disciplinari richieste per la sua analisi o interessate ai suoi risvolti: un panorama che non può essere eluso in un’ottica di ricerca, seppur strutturata prioritariamente su uno specifico asse disciplinare. È questa del resto, un’esigenza acquisita nella fase avanzata degli studi riguardanti il *film-induced tourism*, debitamente riportata da Giulia Lavarone nel volume.

La prima parte del percorso tracciato dall’autrice, dedicato allo stato dell’arte, assume pienamente l’appello a un orizzonte di sguardo pluridisciplinare, declinato a livello e internazionale e italiano. Si tratta di una sistematizzazione comparata quanto mai opportuna anche in considerazione di un panorama nazionale che, al di là di singoli episodi, si è confrontato con modalità strutturata con il fenomeno del *film-induced tourism* in un momento successivo ad altre realtà, in particolare all’area anglosassone. Coerente con tale assunto, l’attenzione rivolta alle dinamiche terminologiche non mira a rinviare agli ambiti disciplinari proponenti quanto piuttosto a suggerire il reticolo delle interconnessioni e l’articolazione del campo.

L’opzione per l’espressione *film-induced tourism* rispetto al più familiare *cineturismo* intende sollecitare l’interlocuzione su un piano internazionale, dove a partire dall’autorità impressa dalla citata monografia di Sue Beeton, mantiene al momento una certa priorità.

⁵ Al riguardo si veda il numero monografico *Archivio* di «Fata Morgana» (Dottorini *et al.*, 2007). Dopo aver ricordato come il concetto di archivio inteso «come luogo fisico [e] insieme/relazione “astratta” di enti (documenti)» sia una nozione centrale nel dibattito contemporaneo, configurandosi «come forma dinamica/organica e non semplice contenitore ordinato e stratificato di documenti», l’editoriale sottolinea la stringente rilevanza con le «problematiche riguardanti il cinema e l’audiovisivo, l’immagine e il suono intesi come strumenti di elaborazione, conservazione e trasformazione della memoria, del passato e del presente».

⁶ Centrale, ad esempio, negli interventi di Paola Mazzaglia (agenzia Camelot), di Carlo Buzio (Banca Popolare di Vicenza) e di Fabrizio Prevarin (Banca Friuladria Credit Agricole) nell’incontro *Investire nel cinema. Opportunità per le imprese* promosso da Confindustria (Padova, 24 novembre 2015), dedicato ai temi del *tax credit*, del *product placement* e dell’attrazione di produzioni cinematografiche.

Alla progressiva espansione del fenomeno, segnalata con una formula oramai quasi rituale, fa fronte una persistente resistenza ad affrancarlo dall'essere recepito come «attività di nicchia». Questo collocarsi del *film-induced tourism* nell'ordine di una presenza visibile, dotata di una propria consistenza, e insieme soggetta a contenimento, ben si presta a tratteggiarne anche la configurazione inizialmente assunta quale oggetto e ambito di ricerca. Capace di risvegliare l'interesse di operatori e di studiosi del settore del turismo e del marketing, di promuovere azioni e interventi, la possibilità del cinema di incidere significativamente sulle dinamiche turistiche non ha mancato di sollevare dubbi sulla sua aleatorietà su scala diffusa, perplessità sulle valutazioni d'impatto e sul carattere di durata dello stesso, al di là, evidentemente, della rilevanza di alcuni centri ed esperienze consolidate, da taluni considerati d'eccezione e difficilmente esportabili. Tra questi, i grandi parchi a tema, il poderoso allestimento messo in essere da Visit Britain a partire dalla saga di *Harry Potter*, o il caso della Nuova Zelanda con *Il signore degli anelli*, oppure, su un altro versante, i sorprendenti flussi semispontanei ricondotti alla serie del *Commissario Montalbano*, variamente interconnessa con l'antecedente letterario⁷.

D'altro canto, il fenomeno del *film-induced tourism* rilancia lo statuto privilegiato del cinema – e, a seguire, della costellata galassia audiovisiva – quale generatore di immaginario, e, con esso, luogo di confluenza dell'immagine e dell'immaginazione (Edgar Morin), catalizzatore di istanze proiettive e identificative. Al contempo, il *film-induced tourism* pone le proprie fondamenta su quel terreno scosceso nel quale si celebra l'incontro, di propulsiva conflittualità sebbene non necessariamente oppositivo, tra l'immagine e il suo, supposto, referente attraverso il sembiante della *location*.

In questa prospettiva il *film induced tourism* si appresta a modificare, se non a invertire, l'esperienza dei «navigatori delle immagini». Se gli icononauti e i cinenauti (secondo la mutazione utilizzata da Roberto Provenzano) affrontano viaggi virtuali prevalentemente contrassegnati dalla marca dell'altrove, dell'esotico, della “distanza”, il turista *film-induced* è modellato dalla cifra di una distanza raggiungibile, intraprende spostamenti concreti, disponendosi a quello che – fuori dall'oscurità del cinema, o della luce variabile del salotto di casa – potremmo comunque configurare come un “appuntamento al buio”.

A essere chiamata in causa infatti è la relazione irrisolta e fluttuante del rapporto tra immagine e mondo in cui, come constata Paolo Bertetto in *Lo Specchio e il simulacro. Il cinema nel mondo diventato favola* (2007, p. 12)⁸, il «prestigio indubbio

⁷ «Sicuramente quando nel 1998 il produttore Carlo Degli Esposti [decise] di trasferire in fiction i romanzi di Andrea Camilleri, non [avrebbe] mai pensato che la loro iniziativa avrebbe avuto una tale ricaduta sul territorio»: Provenzano, 2007, p. 264, cui si rinvia anche per l'analisi del caso e la sua problematizzazione.

⁸ Si veda nel volume anche il capitolo 4, *La Monument Valley e l'immagine mediatica*, pp. 112-130.

e sicuramente eccessivo» di cui ha goduto nella cultura cinematografica contemporanea la tesi del realismo ontologico dell'immagine fotografica e filmica, scaturita da un fondamento metafisico e da un presupposto idealistico, è stato progressivamente eroso a favore di un'intima e plurivoca «ambiguità strutturale» che combina variamente peculiarità «visive, immaginarie e simboliche», approdando e consolidandosi nella stratificata nozione di immagine-simulacro.

L'esito dell'incontro al buio cui si espone il turista *film-induced* dipende in buona sostanza dal proprio modo di abitare il terreno sdruciolevole che ospita tale, complessa, relazione, ma dipende anche dal modo in cui è interpretata da parte di coloro che sono deputati a gestirla per propiziare un felice e fruttuoso sviluppo. Né, infine, la collocazione in tale spazio risulta indifferente per coloro che si accingono ad analizzare le ricadute e le implicazioni del fenomeno in termini culturali.

Il reticolo che connette esperienze, pratiche operative e prospettive teoriche è al cuore dell'architettura, ambiziosa, di questo volume e, insieme, il suo punto di approdo. Attraversando nodi sintomatici del dibattito contemporaneo e delle loro ripercussioni nell'ambito dei *film* e *media studies*, Giulia Lavarone tesse la sua tela a maglie fitte. Insegue negli sguardi dei turisti *film-induced* il riflesso della figura catalizzante proposta, tra gli altri, da Edgar Morin e Zygmunt Bauman, nei *movie tours* e nei parchi a tema il sostrato del dibattito sul postmoderno, a constatarne persistenze ma anche sollecitazioni a una riattualizzazione. Interroga il ruolo dell'immagine quale atto cognitivo ed esperienziale nella costruzione identitaria, individuale e collettiva, accogliendo posizionamenti critici di matrice postcoloniale (si veda al riguardo, il riferimento a Les Roberts per le *movie maps* realizzata per il Galles del Nord, *Movie Map North Wales*, e al dibattito sul caso di studio della Nuova Zelanda in relazione alla saga del *Signore degli anelli*).

Nel suo procedere l'autrice non cessa di sollecitare un dialogo tra la riflessione teorica, la disamina e l'analisi di esperienze operative: non certo per saggiare la tenuta dell'una nel confronto con la materia "dura" del cosiddetto esame di realtà, quanto per evidenziare la fertilità del rapporto di scambio, le ricadute concrete aperte dagli orizzonti di visione stimolati dalla teoria. In questa cornice rientrano i box dedicati agli strumenti operativi del *film-induced tourism* (*Guide, siti e app per turisti film-induced: i risultati di una ricognizione*) e quelli dedicati alle proposte sviluppate nella corso della ricerca applicata su Padova e provincia nel menzionato progetto *Strumenti innovativi per la promozione turistica: film-induced tourism*, tappa fondamentale del viaggio che ha condotto alla realizzazione del presente volume.

Farah Polato