



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI PADOVA

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

DIPARTIMENTO DEI BENI CULTURALI:

ARCHEOLOGIA, STORIA DELL'ARTE, DEL CINEMA E DELLA MUSICA

Scienze dello Spettacolo e Produzione Multimediale

Corso di Laurea Magistrale

LE CAPITALI EUROPEE DI WOODY ALLEN

Relatore

Prof. Alessandro Faccioli

Laureando

Stefano Pietro Campanari

Matricola 2029211

Anno accademico

2022/2023

INDICE

INTRODUZIONE	pag. 1
CAPITOLO 1 – La rappresentazione della città al cinema	
1.1 La ricerca di una location	pag. 5
1.2 Analizzare il rapporto tra città e cinema	pag. 8
CAPITOLO 2 – Cinema e turismo	
2.1 Introduzione al fenomeno	pag. 24
2.2 La promozione del film-induced tourism	pag. 33
CAPITOLO 3 – Woody Allen in Europa	
3.1 Lo sguardo del regista fuori dagli Stati Uniti	pag. 46
3.2 Londra	pag. 56
3.3 Barcellona	pag. 62
3.4 Parigi	pag. 68
3.5 Roma	pag. 75
CONCLUSIONI	pag. 81
BIBLIOGRAFIA	pag. 84

INTRODUZIONE

L'idea di scegliere quattro film del regista americano Woody Allen ambientati in Europa nasce dalla suggestione di poter trovare un collegamento tra alcune delle tematiche principali affrontate dal regista nel corso della sua carriera e l'inaspettata e personale rappresentazione di quattro città diverse dal suo ideale luogo e spazio di azione, che è Manhattan.

Tralasciando una piccola eccezione – trattasi di *Tutti dicono I Love You* (*Everyone Says I Love You*, 1996), dove oltre alla consueta location di New York si aggiungono le prime incursioni europee tra alcune vie di Parigi e calli di Venezia, ma mai vere protagoniste della storia – il primo film di produzione europea di Allen segna un riscatto della sua carriera (come si vedrà nel capitolo dedicato) dimostrando un'attenzione particolare alla rappresentazione e riconoscibilità di una città a lui quasi estranea, Londra. Il lavoro svolto dal regista nel cercare di rendere lo spazio attivo a livello narrativo e quindi riconoscendo al luogo un ruolo fondamentale nello sviluppo delle relazioni tra i personaggi e della storia, fa sì che il film, oltre al plauso di pubblico e critica, diventi un prodotto territorialmente riconoscibile.

Da qui l'idea di approfondire un discorso sul turismo stimolato dalla visione del film, il cosiddetto cineturismo o *film-induced tourism*. Ma non si parlerà solo delle possibilità attrattive e turistiche legate all'immagine di una città; si cercherà di dare un'idea chiara di come la narrazione di una storia collegata alla rappresentazione scenica del film siano degli elementi complementari che possono contribuire alla valorizzazione di una città.

Nel primo capitolo si andrà ad analizzare il tema della città. «Da una parte la città è trattata come elemento formale-scenografico; dall'altra è considerata come contenitore sociale, quindi, in sostanza, come luogo rituale»¹. Pertanto, verrà esposto innanzitutto il processo di ricerca e scelta di un luogo durante la fase di pre-produzione, fase importante per adattare in modo convincente un racconto cinematografico; successivamente, si vedrà in specifico, attraverso delle chiavi di lettura, come il mezzo filmico può essere usato al meglio per offrire una rappresentazione originale e significativa dello spazio urbano, tenendo sempre a mente la sua complementarità con lo sviluppo narrativo del tipo di film che si vuole girare.

Nel secondo capitolo verrà dato spazio al fenomeno cineturistico per dare una panoramica dei benefici che esso può apportare a una città e affrontando alcuni esempi per contestualizzare al meglio

¹ Licata Antonella, Mariani Travi Elisa, *La città e il cinema*, Dedalo, Bari, 1985, p.5

come funziona la promozione del *film-induced tourism* in seguito all'uscita di un film e chi sono i soggetti promotori.

La figura del regista americano verrà trattata nel terzo capitolo, cercando di tralasciare già noti fatti biografici e concentrando il fulcro del discorso sulle ragioni delle scelte artistiche del regista, sia in fatto di narrazione che di direzione, ma, soprattutto, si affronteranno le sue influenze culturali essendo queste caratterizzanti del suo modo di approcciare una storia anche lontana dal suo ambiente abituale. Nel corso della fase artistica del regista che interessa questa tesi, ovvero quella che raggruppa i film prodotti nelle capitali d'Europa – e che comprende la iniziale trilogia londinese con *Match Point* (2005), *Sogni e delitti* (*Cassandra's Dream*, 2006), *Scoop* (2007), a cui segue il film di ambientazione spagnola *Vicky Cristina Barcelona* (2008), il fugace ritorno a New York per *Basta che funzioni* (*Whatever Works*, 2009), il nuovo approdo nella capitale britannica per *Incontrerai l'uomo dei tuoi sogni* (*You Will Meet a Tall Dark Stranger*, 2010), il successo di *Midnight in Paris* (2011), e la trasferta in Italia per *To Rome With Love* (2012) – si cercherà di far emergere come Allen abbia valorizzato tematiche come la paura per la morte, la ricerca di affermazione, la nostalgia, l'amore come simbolo di salvezza, per esprimere una visione del mondo e soprattutto delle persone, che anche se vivono in città differenti e sono debitori di culture diverse, presentano sempre nell'immaginario del regista delle riflessioni in comune sulla vita.

Negli ultimi quattro paragrafi si parlerà delle ambientazioni europee dei film, partendo dalla scelta delle location e del loro ruolo all'interno della storia. Per capire come sia stato possibile renderle così attraenti agli occhi degli spettatori si analizzeranno le tecniche di rappresentazione di alcune scene, in modo da poter chiarire quali siano gli elementi che danno significato allo spazio e che possono fungere da suggestione per la rappresentazione di qualsiasi film. Inoltre, in alcuni casi, verranno forniti esempi degli strumenti utilizzati dalle DMO delle città europee per valorizzare il turismo indotto dalla visione dei film di Allen, presentando così un possibile *modus operandi* che si colleghi alla post-produzione di un film quando la città ricopre un ruolo di spicco nella narrazione.

«I personaggi alleniani non sono solo proiezioni delle ansie e delle paure del suo autore, ma si muovono in un mondo che è reale e rispecchia appieno ciò che qualsiasi spettatore potrebbe vivere»². Perciò, si cercherà di dimostrare quanto sia importante creare una connessione tra la storia dei personaggi e l'ambiente urbano, e che se questo rapporto risulta efficace, si può creare quasi in automatico una certa fascinazione per il luogo di ambientazione della storia, che porterebbe molte

² Iannace Nicola, *Woody Allen: un sadico commediografo*, Pubblicato indipendentemente, 2021, p.113

persone a volerlo visitare e vivere personalmente per dare un seguito all'illusione raccontata al cinema.

1. LA RAPPRESENTAZIONE DELLA CITTÀ AL CINEMA

1.1 LA RICERCA DI UNA LOCATION

Decidere di mobilitare una produzione cinematografica o televisiva all'interno di una città o territorio risulta sempre una combinazione di due elementi che possono essere definiti come fattori di spinta e di attrazione. I primi si riferiscono alle motivazioni di una produzione di cercare un luogo di riprese al di fuori della sua usuale sede di lavoro, mentre i secondi si riferiscono alle strategie adottate da enti locali per attrarre queste produzioni. Si vedranno nel capitolo successivo i fattori di attrazione e promozione verso il territorio, di solito competenza di una film commission, mentre in questo paragrafo si affronterà piuttosto il processo di creazione di un immaginario di un luogo all'interno del film.

All'interno dei fattori di spinta si possono individuare tre diverse motivazioni:

nella prima rientrano le *scelte artistico-creative* del regista, il quale opta per una determinata location perché ritiene che questa possa aggiungere un particolare valore al prodotto, oppure perché trova appropriato l'uso di un ambiente connotato dal punto di vista simbolico che può caricare il prodotto di ulteriori significati e di una maggiore forza visiva.

In altre circostanze, invece, la location viene scelta per necessità di copione. È il caso, ad esempio, dei film tratti da eventi realmente accaduti o da celebri romanzi, dove il fatto o la storia alla base del soggetto impongono il ricorso a una determinata location. In questi casi la scelta rientra nella categoria del cosiddetto *realismo geografico* e il produttore decide di effettuare le riprese nell'ambientazione prevista dal soggetto per conferire al prodotto finale una maggiore autenticità e credibilità.

Il produttore, in accordo con il regista, può anche decidere di effettuare le riprese all'interno di studi di registrazione dove viene ricreata l'ambientazione originale, oppure in una località che poi sullo schermo viene attribuita a un'altra area geografica. Una decisione del genere è riconducibile alla terza categoria in esame, ovvero quella delle *motivazioni economiche*.³

Si tenga presente che l'ultima categoria può influire anche nelle prime due, a meno che non ci si trovi ad avere a disposizione un budget da grande produzione come i noti *blockbuster* americani. Possono inoltre influenzare la scelta il costo della manodopera locale, la disponibilità dei servizi e competenze professionali, le spese di trasferta e di soggiorno della troupe, gli incentivi economici e gli sgravi fiscali a cui è possibile accedere.

Per quanto concerne il rilascio dei permessi e delle autorizzazioni appaiono cruciali per le produzioni i contatti con i soggetti pubblici locali, e vantaggiosa, se non irrinunciabile, è l'intermediazione garantita da una valida

³ Cucco Marco, Richeri Giuseppe, *Il mercato delle location cinematografiche*, Marsilio, Venezia, 2013, p.59

film commission. Quest'ultima può essere promotrice di azioni volte alla riduzione o alla totale eliminazione di alcune forme di tassazione (in particolare la tassa di occupazione del suolo pubblico), o di accordi legati ad una semplificazione e standardizzazione dei passaggi burocratici necessari per ottenere i permessi di realizzazione delle riprese. Tra gli altri servizi offerti spiccano le condizioni vantaggiose per la fornitura di prestazioni, beni e servizi in base a convenzioni stipulate con gli operatori del territorio (albergatori, ristoratori, vettori e fornitori di trasporti, società di catering, supporto tecnico e altri servizi).⁴

Una gamma completa di servizi e incentivi volta a far risparmiare tempo ed energie può sicuramente permettere alla produzione di lavorare con una maggiore tranquillità realizzativa ed economica. Ma vi è un'ultima considerazione da fare, ovvero che la scelta di una location potrebbe aumentare il successo della pellicola, quindi, non viene valutato quanto risparmio può apportare, bensì quanto può far guadagnare. «L'utilizzo di location particolarmente spettacolari, esotiche o inedite consente infatti di conferire ai prodotti un valore aggiunto, di differenziarsi dalla concorrenza, di intercettare la curiosità del pubblico e dunque di catalizzare un maggior numero di spettatori in sala»⁵.

Un'esperta film commission intuisce la domanda attuale delle produzioni e del mercato cinematografico e quindi può fondare la promozione della sua città o territorio mettendo in evidenza la possibile compatibilità con diverse epoche storiche e paesaggi. In questo modo, la produzione può analizzare meglio la possibile realizzazione del progetto e valutare future collaborazioni in base alla multifunzionalità del paesaggio.

Per verificare le alternative proposte da una città e capire se sono adatte alla storia che si vuole raccontare, viene incaricato un *location scout* che effettua i sopralluoghi nelle possibili location da impiegare. Solitamente, il location scout può essere dipendente della film commission o della produzione, e molte volte coincide anche con la figura di *location manager*, che si occupa successivamente di procurarsi i permessi necessari, risolvere i problemi logistici e vigilare sulla sicurezza dell'ambiente di lavoro durante le riprese.

Un aspetto fondamentale è capire fin da subito le indicazioni e richieste del regista e del produttore, in modo da orientare subito la ricerca verso qualcosa di specifico e che non porti via tempo prezioso alla pre-produzione; per cui, è importante fornire foto chiare e dettagliate e un video da inviare alla produzione in modo da effettuare i confronti con la sceneggiatura e stimolare il lavoro dello scenografo. «Gli aspetti decisivi sono tre: quello creativo (quindi il sapore della location: stile, tipo etc.); quello logistico (ad esempio se le scene sono ambientate in notturna avremo bisogno di una location facilmente capannabile, quindi con logistica comoda) ed infine quello economico (che

⁴ Di Cesare Francesco, Rech Gloria, *Le produzioni cinematografiche, il turismo, il territorio*, Carrocci, Roma, 2007, p.106

⁵ *Il mercato delle location cinematografiche*, cit. p.60

include anche il raggio d'azione della zona di ricerca)»⁶. Una storia ambientata in città avrà bisogno di molte location in un raggio d'azione limitato in modo da facilitare gli spostamenti e la fattibilità di effettuare qualche volta delle riprese in due posti diversi nella stessa giornata.

Individuate le location più interessanti, si organizza una seconda fase dei sopralluoghi a cui solitamente partecipano il regista, il produttore e lo scenografo. «Anche se i luoghi da vedere sono meno rispetto alla prima fase, il tempo impiegato è di solito più lungo, poiché spesso ci si ferma a pensare sulle possibilità di ripresa offerte dal posto e su come fa muovere gli attori e la macchina da presa per assecondare quello che c'è scritto in sceneggiatura»⁷. A questo punto, dopo la decisione definitiva delle location, il regista insieme al direttore della fotografia e allo scenografo cercheranno di individuare le atmosfere e il tono che il film dovrà avere dal punto di vista visivo, provando inoltre a definire visivamente il carattere dei personaggi in modo da costruire intorno ad essi gli ambienti adatti e il giusto arredamento. In questo caso risulterà molto importante il ruolo dello scenografo, che dovrà documentarsi con documenti storici, di cronaca, di costume, con giornali, monografie e con tutti gli strumenti disponibili per precisare e ampliare l'idea che il pubblico si farà dell'opera. Un ultimo giro di sopralluoghi viene spesso effettuato dallo scenografo insieme al direttore della fotografia e al capo elettricista, in genere un paio di settimane prima dell'inizio delle riprese, per valutare i tempi di preparazione del set e decidere il tipo di inquadrature da fare.

Il rapporto dello scenografo con il direttore della fotografia è di fondamentale importanza per il risultato estetico del film. Quello che viene impressionato dalla pellicola è la luce riflessa dalle cose, e quindi il lavoro del reparto scenografia, per arrivare al pubblico, deve passare attraverso le mani, o meglio le luci, del direttore della fotografia. Se di un grande ambiente costruito e arredato viene illuminata solo una minima parte, soltanto quella si vedrà nell'inquadratura, il resto del lavoro sarà stato inutile. D'altra parte, una fotografia in cui tutto è troppo illuminato e in modo uniforme, farà perdere qualunque atmosfera e carattere alla scena. Una brutta fotografia può anche vanificare totalmente il lavoro dello scenografo. È per questo che, durante la preparazione, con il direttore della fotografia vanno concordati i colori e le atmosfere del film e si decide se nell'arco della storia dovrà esserci una evoluzione di queste componenti.⁸

In seguito a questi passaggi, il regista potrebbe notare che l'idea della città potrebbe apparire diversa da come l'aveva pensata alle prime letture della sceneggiatura; in questo caso potrebbe rendersi necessario effettuare delle modifiche al copione in base alle disponibilità che le location scelte possono offrire. Woody Allen sembra sia uno dei pochi registi a cui viene riconosciuta la disponibilità immediata di rilavorare qualche scena in modo da poter venire incontro al lavoro del reparto

⁶ <https://www.locationscouting.it/location-scouting-come-si-fa/>

⁷ Lori Renato, *Il lavoro dello scenografo. Cinema, teatro, televisione*, Gremese Editore, Roma, 2000, p.144

⁸ Ivi, p.159

scenografia, come testimoniato dalla *location scout* Christie Mullen, collaboratrice da lungo tempo del regista:

Vede la storia di finzione nella realtà del mondo, e questo è davvero ottimo per il mio lavoro. Woody può essere molto deciso quando si tratta di location. Sa che cosa vuole e cosa no, ma sa anche cambiare idea. Se qualcosa non è disponibile, o è troppo difficile da ottenere, lui dice, “Okay, lasciatemi lavorare”. Molti registi non hanno quella fiducia in se stessi, o quell’esperienza: allora tu continui a girare a vuoto: “Possiamo vedere altri dieci ristoranti italiani?”. “No, non ce ne sono altri dieci. Usa l’immaginazione per piacere.” Woody [...] guarda con attenzione una fotografia e mi chiede, “Cosa posso fare qui e qui?”. Mi riempie di domande sulla “realtà” dei posti che visitiamo e delle persone che li abitano.⁹

Nonostante la flessibilità di alcuni registi, lo scenografo deve sempre operare delle scelte che siano logiche e consequenziali con il tono della storia e le psicologie dei protagonisti, dovendo valutare anche la possibilità, e la fattibilità, di operare delle modifiche all’ambiente in modo da esprimere al meglio la scena: si può andare dalla ristrutturazione di un piccolo edificio abbandonato alla semplice aggiunta di un particolare significativo, come la panchina davanti al ponte in *Manhattan* (1979)¹⁰. Dunque, potrebbe essere nella capacità di manipolare luoghi e spazi una delle basi del fascino dell’immagine cinematografica, una configurazione di ambienti virtuali che rimane impresso nella memoria emotiva del pubblico poiché lo spazio ripreso prende forma nel corso del film.

Il cinema avrebbe in molti casi e secondo determinate condizioni il potere di influenzare sia le trasformazioni dello spazio fisico che la sua percezione – non soltanto contribuendo a produrre delle differenze territoriali attraverso la frequenza con la quale gli ambienti geografici e urbani sono presentati e quindi attraverso la creazione e la familiarizzazione di scenari emblematici, ma anche segnando fisicamente il territorio con la formazione di cluster produttivi specializzati oppure con la riqualificazione o l’introduzione ex novo di parti di città e di elementi che presentano contenuti e tematismi evocativi del mondo cinematografico -.¹¹

1.2 ANALIZZARE IL RAPPORTO TRA CITTÀ E CINEMA

Nella consapevolezza che l’impatto di un film su un pubblico può influenzare le esperienze sociali, culturali e ambientali, la rappresentazione cinematografica può essere riconosciuta come una parte determinante nello studio dello sviluppo urbano e geografico, e, viceversa, il contesto urbano può risultare influente nella definizione del racconto cinematografico: «in relazione al contesto storico-culturale in cui il film è prodotto e recepito, si sono moltiplicati i lavori che del cinema cercano di cogliere il portato discorsivo, per indagare la sua capacità di produrre immaginari geografici, nella

⁹ Lax Eric, *Woody Allen. Dall’inizio alla fine*, Utet, Milano, 2017, p.95

¹⁰ Cfr. Grueso Natalio, *Woody Allen, l’ultimo genio*, Salani Editore, Milano, 2016, p.13

¹¹ *La città e il cinema*, cit. p.206

consapevolezza che la camera non rispecchia la realtà, ma la crea, dotandola di un significato, di un discorso, di una ideologia»¹². L'immagine della città all'interno di un film può ricoprire diverse funzioni, riassunte in queste categorie proposte da Bertozzi:

In primo luogo, la città può essere presente nella forma di una “rappresentazione/veduta”, e costituire quindi lo sfondo dell'azione – e magari il suo contrappunto, la sua “punteggiatura” – in un film di fiction, oppure l'oggetto dello sguardo in un documentario. È, questo, il modo più antico di intendere la città, un modo che nasce con il cinema stesso, e che rimanda ad una pratica cinematografica considerata prevalentemente nella sua dimensione “mostrativa”. [...] In secondo luogo, l'immagine della città può assolvere un ruolo più direttamente narrativo e attestarsi come un vero e proprio “attante”. Si tratta di una funzione ben esemplificata dal cinema classico, nel quale la città è spesso un operatore decisivo dello sviluppo del plot, ad esempio come oppositore del detective in cerca dell'assassino in un gangster film, o come aiutante dell'azione d'amore in un musical, ecc. Infine, vi è una valenza più metaforica della quale la città filmica è spesso caricata, e che ne manifesta allora la qualità di “simbolo”. In questo terzo caso, è alla funzione semiotica – o, più semplicemente, evocativa – del cinema che la rappresentazione della città fa appello, allo “stare per qualcos'altro” dell'immagine.¹³

Come si può intuire, la rappresentazione della città può coprire più di una di queste funzioni, le quali possono coesistere in modo da poter esprimere più sfumature di una storia; si prenda come esempio alcuni film del Neorealismo, dove l'ambientazione poteva allo stesso tempo fungere da coordinata geografica e temporale rivelando lo stato della città durante il secondo dopoguerra, rivelarsi un ostacolo al raggiungimento dell'obiettivo del protagonista per la mancanza di lavoro o l'alta percentuale di furti, e simbolizzare la situazione difficile di una determinata classe sociale (si pensi a *Ladri di Biciclette*, 1948).

Si propongono tre chiavi di lettura per cercare di approfondire come i registi possano creare dei collegamenti tra la natura della città e la storia, in modo da far diventare l'ambiente che circonda i personaggi una parte influente nello sviluppo della narrazione.

Per presentare la prima chiave di lettura, si prenda come spunto questo intervento che esplicita l'importanza per una città di stimolare la produzione di immagini urbane che ritraggono le sue caratteristiche:

Dalla metà degli anni '80 in poi, le attività culturali urbane iniziarono ad esser viste come potenziali volani di rilancio economico, in una contingenza di irreversibile deindustrializzazione. Il nuovo ruolo assunto dalla cultura come vettore economico puntava a rilanciare la città in maniera duplice: tramite il ritorno economico immediato dato dal potenziamento dell'attività di turismo culturale e tramite l'aumento della capacità attrattiva della città dovuta al miglioramento della sua immagine. In quest'ottica, la produzione di specifiche immagini urbane è uno

¹² Dell'Agnesse Elena, Rondinone Antonella (a cura di), *Cinema, ambiente, territorio*, UNICOPLI, Milano, 2011, p.16

¹³ Bertozzi Marco, *Il cinema, l'architettura, la città*, Librerie Dedalo, Roma, 2001, p.64

strumento chiave per assolvere due funzioni: combattere la crisi d'identità delle città e competere sul mercato dei capitali.¹⁴

Risulta quindi importante ai fini di ottenere un riconoscimento positivo del film, che la storia incarni un'identità precisa di quel luogo in cui viene ambientata una storia. Non deve necessariamente riproporre lo stesso schema narrativo per esaltare solo una concezione data per assodata del luogo (come, ad esempio, la bellezza di una città per le commedie romantiche¹⁵), ma dovrebbe saper esaltare anche quelle particolarità nascoste per dimostrarne l'ambivalenza e dunque la versatilità della sua identità nell'immaginario collettivo del pubblico.

Dunque, una definizione del genere dell'opera (che nel procedere della narrazione può anche essere sottoposto a capovolgimenti di aspettative per rivitalizzarne l'identità) serve come punto di partenza per caratterizzare l'aspetto della città e fornire delle coordinate artistiche al pubblico su cosa dovrebbe aspettarsi da quello che sta per vedere. Ad esempio, una commedia inizierà spesso con una scena in cui si entra con uno stile leggero nel mondo narrativo del personaggio, dove l'illuminazione viene diffusa in tutto il luogo in modo che non risultino ombre troppo espressive e che gli attori siano ben riconoscibili; mentre un horror o un thriller inizieranno spesso con una scena che ne definisca il tono teso e angosciante, quindi con un'illuminazione più elaborata che magari favorisca il chiaroscuro e colori freddi, mettendo in risalto solo alcune parti del luogo in relazione con l'azione che svolgono i personaggi, ripresi con un certo tipo di inquadrature e movimenti di macchina da presa che potrebbero all'inizio rendere difficile la localizzazione del luogo. Molte volte, come succede spesso nei film di spionaggio o di avventura a causa di frequenti cambi di location, il nome della città può apparire in sovraimpressione per favorire un riconoscimento immediato:

Proprio per il fatto che nella stragrande maggioranza dei casi non vi sia necessità di ambientazione urbana specifica prova peraltro che quando il nome di una città viene precisato lo si fa per inequivocabili ragioni, magari talvolta anche banali, ma comunque fondate proprio sull'immagine e/o sul "mito" di quella specifica città, ovvero, su ciò che si potrebbe chiamare il "sapere epistemico" che ogni città porta nella sua identità, nella sua architettura urbana e nella sua "fotogenia".¹⁶

Questo strumento, oltre ad aiutare a orientare lo spettatore all'interno della storia e rafforzare la presenza della città nel suo immaginario, legato alle aspettative che si formano a seconda del genere

¹⁴ Fagiani Maria Luisa, *Città, cinema, società: immaginari urbani negli USA e in Italia*, Angeli, Milano, 2008, p.42

¹⁵ «Nel 1977 la commedia d'impronta *bright lights, big city* ritorna in grande stile con *Io e Annie* (1977) di Woody Allen. Il film di Allen esce in periodo ancora difficilissimo per New York: *Taxi Driver* è uscito solo un anno prima e mancano ancora le distopie di *I guerrieri della notte* e *1997: Fuga da New York* a completare l'affresco di degrado urbano del decennio. Ma Allen esce dal coro e rivendica il carattere "storico" della città, la bellezza, oltre che l'importanza, dei suoi landmarks, dando il via a una serie assai vasta di commedie che rappresentano New York con gli stessi toni.» Cfr. *ivi*, p.126

¹⁶ Provenzano C. Roberto (a cura di), *Al cinema con la valigia: i film di viaggio e il cineturismo*, Franco Angeli, Milano, 2007, p.152

del film (ad esempio per un genere *action* ci si può aspettare una visita in un palazzo governativo o distretto di polizia, per un *thriller* la presenza di luoghi lugubri, ecc.), può essere necessario perché la scena non mostra subito un elemento rappresentativo di quella città, perché si è deciso di mostrare direttamente i personaggi mentre svolgono un'azione e quindi mostrare un'inquadratura che espliciti il luogo nella sua interezza, in alcuni casi, potrebbe risultare superfluo.

«Una presenza architettonica “forte” in una sequenza di cinema narrativo può funzionare sempre secondo due differenti regimi: quello della costituzione di un universo diegetico e quello della citazione. Il primo procede in direzione eminentemente centripeta: definire, circoscrivere lo spazio dell'azione. Il secondo in direzione centrifuga: attivare significati simbolici, collegare il senso dell'azione a un significato “secondo”»¹⁷.

Un emblema architettonico può richiamare subito alla mente un'associazione inconscia che contraddistingue l'identità della città, come ad esempio, se si pensa che di solito Parigi può essere rappresentata dalla Tour Eiffel, Roma dal Colosseo, New York dal suo vasto skyline, Londra dal Big Ben, la storia può vertere su queste associazioni per immedesimare subito lo spettatore nello stesso ambiente in cui si trova il protagonista ed enfatizzare un certo fascino che dovrebbe “propagarsi” per il resto delle scene in cui compare la città. In più, oltre a queste associazioni identitarie, un emblema architettonico può creare un'associazione implicita legata al tema della storia o alla psicologia di un personaggio, come ad esempio l'imponenza di un grattacielo per una figura di potere, la varietà di un quartiere vecchio o dei palazzi antichi per una persona nostalgica, l'onnipresenza di monumenti famosi per una personalità artistica, ecc.

«Il rapporto tra cinema e città, come è ovvio, varia di volta in volta per ogni film. Talora è la città stessa che genera il film e non solo da un punto di vista architettonico, ma sociologico, geografico, storico oppure pittorico. [...] A volte, invece, il film nasce a prescindere dalla città in cui viene girato: il contesto urbano finisce col fare da sfondo a una tematica di ordine psicologico o narrativo»¹⁸. Può risultare come utile esempio il caso del rapporto del regista Woody Allen con la città che ha fatto da sfondo alla maggior parte dei suoi film, New York: se nei primi film fino a *Interiors* (1978) la presenza della città serviva da cornice per il racconto di alcune relazioni complicate seguendo uno stile umoristico e poi più serio, è con *Manhattan* (1979) che il rapporto con la città si fa più esplicito, come espresso dal protagonista nel soliloquio iniziale mentre cerca di scrivere l'inizio adatto per un romanzo ambientato nella città americana:

[...] in tutto l'incipit il tentativo di definire la città si sovrappone all'incerto rapportarsi del narratore ad essa e alla difficile scelta del modo adatto di esprimere questo rapporto: romantico, di idolatria, di mitizzazione, ognuno

¹⁷ *Il cinema, l'architettura, la città*, cit. p.25

¹⁸ *La città e il cinema*, cit. p.57

dei quali sembra al narratore come smisurato, eccessivo, in ogni caso non adeguato all'oggetto. Questa citazione di Manhattan potrebbe essere interpretata come una manifestazione di resa delle forme espressive di rappresentazione – in questo caso del cinema – di fronte alla complessità della città, alle sue molte anime, ai suoi strati superficiali e anche a quelli nascosti, alla sua natura eccessiva con la quale si sono sempre comunque misurate. Ma può essere letta anche, secondo una prospettiva meno radicale, come segno di debolezza del racconto della città quando rischia di esserne una rappresentazione semplificata, parziale, eccessivamente banale o ideologica, quando smarrisce il senso della sua quotidianità vissuta o la riduce a sfondo indistinto dell'azione dei personaggi.¹⁹

Se l'incipit di questo film si chiude con dei fuochi d'artificio sulla silhouette dei palazzi della città a simboleggiarne la maestosità, in *Io e Annie* (*Annie Hall*, 1977) Allen aveva dimostrato una conoscenza più intima dei particolari della città, come dimostrato dalla descrizione di New York come un vero posto in cui si può apprezzare l'alternarsi delle stagioni, a differenza della sempre assoluta Los Angeles in cui vuole trasferirsi Annie (Diane Keaton), e il posto ideale è Central Park, altro emblema della città che si distingue per i suoi vasti spazi verdi all'interno del conglomerato urbano e architettonico, quindi unico punto in cui si possono vedere gli alberi fiorire e poi appassire, insieme ovviamente a un flusso diverso di persone a seconda della stagione. Queste e altre decisioni scenografiche, come la ricerca di punti panoramici da cui poter ammirare i vari ponti newyorkesi dal basso durante i momenti più alti di una relazione all'interno dei film di Allen, seguono appunto un discorso simbiotico con lo sviluppo degli eventi, in modo da caricare ancor più di significato la location scelta e renderla quindi più memorabile.

Il rapporto tra architettura e cinema non è solo un problema di “progettazione” o “adattamento” dello spazio pro-filmico, non è quindi un problema esclusivamente “scenografico”. Forma e materia, espressione e contenuto della significazione architettonica vengono assunti all'interno della significazione filmica, secondo i processi che la semiotica del cinema ha formalizzato a partire dal modello linguistico. Si può, però, ipotizzare che lo spazio architettonico mantenga una sua (relativa) autonomia. Autonomia che va ricondotta alla “riconoscibilità”, storica e stilistica, dell'architettura e alla complessità delle sue determinazioni che solo in parte verrebbero investite e controllate dalla significazione filmica e, quindi, permarrebbero come “eccedenza”, come “residuo”. [...] l'architettura diventa un oggetto filmico propriamente detto quando la sua presenza corrisponde a una certa intenzionalità.²⁰

I film che propongono un approccio così meditato all'impiego della scenografia hanno più possibilità di sfuggire al rischio di proporre un'ambientazione piatta o ingombrante per il tipo di scena che si vuole proporre, e possono riuscire anche a definire dei modi rappresentativi di tendenza per un certo tipo di genere come è riuscito a fare Allen²¹, dotando di una nuova identità la città americana; in

¹⁹ Bisciglia Sergio, *L'immagine della città nel cinema*, Progedit, Bari, 2013, p.86

²⁰ *Il cinema, l'architettura, la città*, cit. p.22

²¹ *Cinema, ambiente e territorio*, cit. p.182

questo caso, si pensi a film come *Stregata dalla luna* (*Moonstruck*, 1987), *Harry ti presento Sally* (*When Harry Met Sally...*, 1989), *La leggenda del re pescatore* (*The Fisher King*, 1991), *C'è posta per te* (*You've Got Mail*, 1998) i quali fanno vedere New York con occhi diversi per le loro caratteristiche che la celebrano e la valorizzano, anche nei luoghi meno attrattivi.

Com'è noto, la distinzione dei prodotti cinematografici in generi narrativi definiti può risultare fuorviante, a causa della scelta di molti cineasti di distaccarsi da un certo riconoscimento di aspettative e cliché per favorire un discorso narrativo unico e originale, favorito anche dalle tecniche moderne di ripresa digitale e post-produzione²² - si pensi in questo caso a film come *Sin City* (2005) o *Avatar* (2009) nei quali le ambientazioni vengono quasi completamente costruite in CGI (*computer-generated imagery*) per dare vita a un immaginario visivo unico.

Si possono talvolta osservare in alcuni progetti delle descrizioni urbane più dettagliate e articolate, proprio per il motivo che questi modelli narrativi si sviluppano trasversalmente ad altri generi dalla loro contaminazione, proponendo una sovrapposizione di punti di vista sul rapporto identitario che lega personaggio e ambiente. Si pensi, per non fare che un esempio, ad alcuni film del regista Terrence Malick, come *The Tree of Life* (2011), in cui il personaggio interpretato da Sean Penn rivive la sua giovinezza in una piccola cittadina del Texas per capire il senso della sua esistenza nella città in cui vive da adulto, o *Knight of Cups* (2015), in cui Rick (Christian Bale), uno sceneggiatore di successo a Hollywood, riflette sulla ricerca dell'amore e di sé stesso durante i suoi spostamenti tra Los Angeles e Las Vegas. Specialmente in questo ultimo film, si può notare come l'esplorazione delle città varia a seconda dell'umore e dei pensieri del protagonista espressi dalla sua voce narrante: i ricordi degli incontri col fratello morto avvengono quasi sempre all'interno di una mansarda buia e cadente, le relazioni con le donne finiscono quasi sempre su una strada come a significare la scelta di prendere cammini diversi, l'auto di Rick finisce molte volte per percorrere dei tunnel, che potrebbe voler simbolizzare la difficoltà a uscire da un ripetitivo modo di vivere. Inoltre, risulta rilevante l'utilizzo di lenti grandangolari, ripetuto anche in altri film del regista, che enfatizzano la grandezza degli edifici e la profondità degli spazi, insinuando un senso implicito di smarrimento e limitatezza del protagonista di fronte alla città.

La crescita dell'interesse degli studiosi verso la dimensione culturale della città ha messo in evidenza come questa non sia soltanto un oggetto di rappresentazione costruito attraverso differenti categorie conoscitive e differenti discipline, ma è messa in gioco e interpretata secondo differenze di genere, etniche, ideologiche, di classe, di orientamento sessuale, che danno vita a specifici regimi discorsivi. Ha messo in evidenza che la città

²² «[...] le nuove tecnologie definiscono un'esperienza e una sensibilità specifica della contemporaneità che trova nell'idea di spazio costruita dall'esperienza filmica una delle sue prime manifestazioni. [...] il paesaggio disegnato dal cinema dipende direttamente dalle mutazioni della tecnologia e della tecnica, e come evolve nel tempo.» cfr. Minuz Andrea, *L'invenzione del luogo: spazi dell'immaginario cinematografico*, ETS, Pisa, 2011, p.11

non può, quindi, essere definita attraverso una lettura univoca della sua geografia e della sua storia – è perciò da un'unica immagine del suo futuro – ma che è invece caratterizzata da un'apertura verso possibilità alternative così come da relazioni sociali a geometria e intensità variabili al suo interno e con l'esterno, che possono condurre a loro volta a forme di cooperazione o conflitto.²³

La capacità di saper cogliere la variabilità dell'identità di una città, che sia legata ai cambiamenti di essa nel tempo o alla varietà dei suoi spazi (in cui rientra anche la varietà dei punti di vista di chi ci vive), può far intendere la presenza di una seconda chiave di lettura volta a comprenderne meglio l'influenza in una storia cinematografica, ovvero la mutevolezza di tale contesto urbano.

«Il cinema non è semplicemente complementare a un'antropologia o a una sociologia scritta, non è pura testimonianza della realtà, ma può aprire una finestra su ciò che non può essere detto, scritto o anche narrato, nell'essere un nuovo prisma della ricerca urbana»²⁴. Le possibilità narrative legate allo storytelling cinematografico danno la possibilità di leggere il reale sociale o persino di anticiparne situazioni nel breve lungo termine, sia attraverso le sue manifestazioni superficiali che quelle più profonde, inconscie o immaginarie. Si pensi nuovamente alla corrente del Neorealismo, la quale riprendeva quasi sempre un'immagine della città, subito dopo la guerra, in fase di transito e di profonde mutazioni urbane e sociali.

La ricostruzione e il “boom” edilizio nelle città italiane è rappresentata con puntualità in un gran numero di film dell'epoca. Con il neorealismo, il cinema italiano aveva inaugurato una tendenza, destinata a divenire caratteristica distintiva nella cinematografia autoctona e a influenzare molta parte del cinema mondiale, volta a una forte e ricercata aderenza alla realtà, cifra stilistica e espressiva di una nazione in veloce cambiamento, la cui eco persiste, come sottotraccia, fino a oggi.²⁵

Dagli anni '60 in poi, si passa già a una nuova idea di rappresentazione della città, favorita dal grande sviluppo economico in atto e dalla radicale trasformazione dell'ambiente urbano, favorendo la realizzazione di pellicole che ne ritraggono l'eccessivo ottimismo e la mentalità della vacanza come simbolo di benessere come ne *Il sorpasso* (1962) di Dino Risi, il grande flusso migratorio da sud a nord e le difficoltà di integrazione nella città come in *Rocco e i suoi fratelli* (1960) di Luchino Visconti, o pellicole che ritraggono l'alienazione e solitudine delle persone in un ambiente sempre più caotico in cui risulta difficile rapportarsi con altre persone, come in *Io la conoscevo bene* (1965) di Antonio Petrangeli e la cosiddetta “trilogia dell'incomunicabilità” di Michelangelo Antonioni, costituita da *L'avventura* (1960), *La notte* (1961), *L'eclisse* (1962).

²³ *La città e il cinema*, cit. p.170

²⁴ *L'immagine della città nel cinema*, cit. p.7

²⁵ *Città, cinema, società*, cit. p.31

L'intensa produzione cinematografica italiana di quegli anni sembra riprendere in modo parallelo gli effetti che quei cambiamenti stavano portando alle persone che vivevano principalmente nelle città, dimostrando la potenzialità che aveva il cinema di saper analizzare le affinità che legavano il contesto urbano a quello sociale.

Un'identità urbana in perenne trasformazione economica e sociale come questa sembra prendere come modello la società americana, riconosciuta per essere fiorente e vigorosa sin dai primi anni '50 anche per merito di un'elevata produzione cinematografica che esportava in tutto il mondo il presunto senso di benessere che si poteva vivere negli Stati Uniti. Ma a essere esportate non erano solo commedie brillanti, si poteva riconoscere anche un lato oscuro della vita urbana americana nel filone dei film *noir*, incentrati su vicende a sfondo criminale in cui solitamente ci si trovava a fare i conti con i lati negativi di un contesto sociale che non incarnava il benessere economico del "sogno americano"²⁶; successivamente, questo genere si è sviluppato in una diramazione più incentrata su indagini di polizia che si addentravano fino ai limiti della città, mostrandone la sua identità mutevole e contesti sociali differenti (si pensi anche al sottogenere della *Blaxploitation*, che si concentrava sempre su vicende poliziesco-criminali ma con protagonisti persone provenienti dalla cultura afroamericana, lo stesso pubblico a cui principalmente questo genere era indirizzato).

L'Italia deve aver preso anche questi riferimenti come modelli da replicare in un contesto nazionale: «Negli anni '70 diventa anche l'Italia una fucina di pellicole che offrono un'immagine della città violenta, pericolosa, minacciosa, estremizzando gli stereotipi americani della metropoli "giungla". L'offerta di uno stereotipo di successo innestato su un contesto familiare fece del poliziottesco il genere più popolare degli anni '70, diffondendo l'immagine di una meta-metropoli in mano alla criminalità»²⁷. Nel 1970 uscì *Indagine su un cittadino al di sopra di ogni sospetto* (1970) di Elio Petri, in un clima nazionale molto teso dovuto dalla recente strage in Piazza Fontana (la quale diede avvio agli "anni del piombo" e alla "strategia della tensione"); «un thriller spinto sul grottesco, travestito da giallo ma con lo scopo di denunciare le patologie del sistema poliziesco in clima da Sessantotto e dintorni»²⁸. Gian Maria Volonté interpreta la parte di un commissario che diventa assassino il quale in più di un'occasione accompagnava la dichiarazione di alcune procedure e azioni

²⁶ «I film noir erano generalmente girati a Hollywood, ma dopo la guerra ritorna la voga delle riprese on location, come reazione all'eccessiva raffinatezza dello stile classico hollywoodiano, inadatto al momento, segnato da telegiornali, filmati crudi e, soprattutto, "reali". Così, se nel cinema noir dei primi anni '40 prevaleva una visione della città come luogo dell'incubo, interamente ricostruita in studio, inquietante e poco illuminata, secondo procedure tipiche dell'horror, la seconda metà del decennio si orienterà decisamente verso le riprese in esterni reali, con immagini più aperte, cui fanno, tuttavia, da contrappunto, interni sciatti e claustrofobici.» cfr. *ivi* p.74

²⁷ *Ivi*, p.175

²⁸ Porro Maurizio, *Il poliziotto Volonté uccide l'amante e svia le indagini*, Corriere della Sera, 17 agosto 2022, p. 43

con la frase “un po’ all’americana”, forse una dichiarazione meta-narrativa che vuole riferirsi all’influenza di tale tipo di cinema²⁹ nell’identità cinematografica italiana.

Negli anni ’70 il poliziesco è il genere che più direttamente si confronta con l’attualità, rappresentando i cambiamenti sociali e politici in atto, anche condividendo ed esprimendo le ansie del pubblico nei confronti della crescente violenza urbana, del terrorismo, della lotta armata, in una nazione uscita dal “boom” economico e sconcertata di fronte agli sconvolgimenti socio-politici in atto. Il poliziesco italiano è stato anche l’ultimo prodotto del cinema italiano in grado di contrapporsi, in termini di incassi, alle produzioni hollywoodiane, funzionando bene anche come prodotto da esportazione. Teatro privilegiato del poliziottesco furono le grandi città italiane, i cui ritratti cinematografici replicavano spesso le difficoltà reali, in un Paese sempre accerchiato da microcriminalità dilagante e terrorismo.³⁰

Si tenga presente che tra i metodi produttivi italiani e americani è sempre rimasto un distacco economico e tecnico difficile da colmare. Inoltre, la concezione industriale della produzione americana fatta di riprese all’interno degli *studios* ha certamente favorito una quantità di realizzazioni più numerosa ed efficiente, al contrario di quella italiana che, nonostante qualche eccezione, ha quasi sempre preferito un approccio produttivo che fosse legato agli esterni reali³¹, quindi legato a un’identità territoriale precisa.

Il cinema americano precede, quasi, la realtà. La città è costruita, sembra, in funzione del cinema. Il cinema italiano, invece, non ha – non può avere – quegli stessi elementi mitici e mitopoietici di quello americano, e allora è la città che precede il cinema, la riflette, la fotografa in alcuni suoi momenti di sviluppo o di trasformazione. La città è un contenitore di emozioni, indizio di lacerazioni sociali profonde e di sviluppi abnormi, oppure è protagonista muta delle vicende umane, scatola nera, boccia di vetro, provetta di laboratorio all’interno delle quali si muovono situazioni minime.³²

A cavallo tra il XX e il XXI secolo si ha una nuova radicale trasformazione dell’immaginario urbano caratterizzato dalla presenza massiccia di dispositivi pubblicitari che si sovrappongono a schermi di ogni sorta, da quelli delle vetrine ai tabelloni elettronici lungo le strade, definendo uno spazio urbano sempre più al servizio della messa in scena della merce³³. Questa nuova mutazione del

²⁹ Cfr. Biondi Teresa, *Elio Petri: l’indagine infinita*, in Flavio De Bernardinis (a cura di), *Storia del cinema italiano vol. XII*, 1970-1976, Venezia-Roma, Marsilio-CSC, 2008

³⁰ *Città, cinema, società*, cit. p.183

³¹ «Bisogna ricordare come il primo cinema italiano del dopoguerra sia essenzialmente, e per molte ragioni, un cinema di “esterni”. Contrariamente al cinema americano che, a dispetto delle proprie origini “metropolitane”, ha, di fatto, sviluppato solo brevemente la propria natura produttiva “urbana”, l’Europa ha sempre tenuto fede alle origini cittadine del cinema *Lumière* senza sconfinare in *detour* suburbani di rilievo, nel senso di sbilanciamenti programmatici a favore degli *studios*. Il cinema europeo, dunque, è nato come attività urbana e ha continuato ad esserlo anche per opportunità politica, visto il bisogno, da parte dei produttori, di mantenere strette e buone relazioni con i governi, soprattutto in termini di assistenza e finanziamenti statali.» Cfr. Ivi, p.167

³² *Il cinema, l’architettura, la città*, cit. p.92

³³ Cfr. Ravasi Giacomo, *La città delle immagini: cinema, video, architettura e arti visive*, Rubettino, Soveria Mannelli, 2011, p.112

paesaggio cittadino, evoluzione della riconfigurazione grafica e iconografica della città avvenuta a inizio Novecento con la comparsa dei primi manifesti pubblicitari e insegne luminose, poi sviluppatasi dai primi anni '50 con lo sviluppo del sistema economico capitalistico e delle imprese pubblicitarie, inizia a rappresentare un tratto rilevante del passaggio da paesaggio urbano industriale a digitale. Il nuovo linguaggio visivo e comunicativo viene introiettato e metabolizzato dal panorama cittadino ed enfatizzato dalla rappresentazione cinematografica specialmente in quei film di fantascienza dove la città viene immaginata in una nuova possibile fase evolutiva: si pensi ad esempio a *Blade Runner* (1982), dove la città assume proporzioni immense per l'ampiezza degli edifici e la pari grandezza degli schermi pubblicitari, i quali riflettono la loro luce sulle strade a loro volta caratterizzate da una presenza affollata di insegne luminose e piccoli schermi.

Al di là dell'evoluzione digitale in campo pubblicitario, l'immagine della città sembra essere sempre più soggetta anche a una maggiore presenza di dispositivi di sorveglianza. Se gli schermi sparsi per l'ambiente urbano ci mostrano quello che la gente può comprare, gli obiettivi delle telecamere coprono sempre di più i loro movimenti all'interno della città. Se film come *La conversazione* (*The Conversation*, 1974) e *Le vite degli altri* (*Das Leben der Anderen*, 2006) esprimono un senso di paranoia legato al rischio di essere ascoltati dal proprio governo, film come *Nemico pubblico* (*Enemy of The State*, 1998) e tutto il filone del genere thriller/cospirativo rappresentano l'evoluzione di quelle tecniche attraverso la videosorveglianza, che potrebbe essere inteso come uno strumento di pedinamento e osservazione delle abitudini delle persone nel loro ambiente urbano. Recentemente, la serie tv *Mr. Robot* (2015-2019) può risultare come esempio significativo di quanto la tecnologia sia diventata un elemento influente nell'immagine di una città e nelle vite degli abitanti, minacciate dall'attività di *hacking* che persone come il protagonista possono attuare grazie alla presenza di internet in quasi ogni dispositivo elettronico. Infatti, nella serie l'ambiente urbano è caratterizzato da una presenza costante di computer, smartphone, telecamere, schermi, pannelli di controllo, generatori di software che facilitano la creazione di breccie informatiche da parte del protagonista, ma soprattutto sembra che rappresentino una trasformazione della città in una dimensione sempre più tecnologica, a confronto con alcune zone periferiche che mantengono una certa fisionomia del passato e per questo sono abbandonate (infatti, il covo del gruppo di hacker si trova in una sala giochi degli anni '80 abbandonata, a cui viene "ridata" la vita grazie ai computer).

Oggi la metropoli si espande, a sua volta, nel territorio, imponendosi come un continuum urbano tendenzialmente senza soluzione di continuità, che ingloba entro di sé larghi spazi di ciò che le sta intorno e nello stesso tempo si ramifica nei flussi delle reti informatiche, delle infrastrutture della comunicazione mediatica, nel sempre più diffuso rilievo dell'immagine audiovisiva. [...] l'idea di un oltre del cinema e della città esprime il tentativo dell'immagine audiovisiva da una parte, e della metropoli contemporanea dall'altra, di accompagnare e

rielaborare criticamente quella trasformazione incessante – resasi sempre più evidente negli ultimi decenni – che ha inesorabilmente mutato teorie e terminologie dello spazio metropolitano e delle arti visive.³⁴

La metropoli moderna e contemporanea sembra che rappresenti uno spazio in cui si possa percepire il cambiamento di un contesto sociale ed estetico, caratterizzato da forme di sollecitazione tecnologiche o commerciali: «La metropoli contemporanea è ora uno snodo nuovo, emozionante, pulsante di attività scopiche e di ri-localizzazioni di sguardi. La città assume forme cinematografiche ma ospita anche schermi di vario genere e di varia dimensione, schermi che tra l'altro interagiscono con schermi portatili in grado di mostrare, ma anche di riprendere, e a loro volta incappano in una diffusione dello sguardo guardante (il più delle volte sorvegliante) della metropoli stessa»³⁵.

Si noterà nel capitolo dedicato, che la rappresentazione urbana attuata da Woody Allen, specialmente nei film ambientati a Barcellona, Parigi e Roma, si discosta dagli esempi citati in quanto non mette in mostra una mutevolezza tecnologica delle capitali, quanto piuttosto mette in scena il confronto dei protagonisti, che appartengono a ben precise classi sociali, con gli stimoli culturali tipici del luogo - tra cui arte, musica, letteratura. Si percepisce ancora, dunque, una chiara identità urbana.

Si può concordare sul fatto che la metropoli si costituisca in quanto luogo del mutamento sociale complessivo della modernità e dello scambio simbolico che ne deriva. Rivestendo un ruolo essenziale in tale contesto, l'industria culturale è il processo in cui le forme espressive coniugano l'innovazione tecnologica al consumo, ed è soprattutto in questo quadro che il cinema si propone come la forma espressiva più tipica [...] Al centro della riflessione sul rapporto tra cinema e metropoli, dunque, non può essere individuato altro soggetto che il “pubblico”, l'entità organizzativa del consumo, che attraverso le pratiche collettive e rituali della cinematografia trova un referente esemplare per “leggere” il significato sociale del proprio vissuto.³⁶

Il “pubblico” che viene preso in considerazione nella citazione può rappresentare due significati: si può intendere come il gruppo di persone che, recandosi al cinema, può provare a mettere a confronto la propria realtà urbana e sociale con quella proposta dal film per cercare di ricavarne delle riflessioni su quanto verosimile possa risultare l'esperienza cinematografica; ma il “pubblico” si potrebbe intendere anche come l'insieme dei punti di vista che rappresenta la mutevolezza identitaria della città all'interno del racconto cinematografico. In questo ultimo caso, sarà necessario da parte dei personaggi una presenza in costante movimento che sappia stare al passo con i ritmi che la città e la storia propongono, in modo da poter dare al “pubblico” che arriva in sala un'esperienza più immersiva.

³⁴ Ivi, cit. p.13

³⁵ Arcagni Simone, *Oltre il cinema: metropoli e media*, Kaplan, Torino, 2010, p.33

³⁶ Brancato Sergio, *Cinema e metropoli. Storia di un processo culturale da Metropolis a Matrix*, in *La città delle luci*, Carrocci, Roma, 2003, p.85

Si può dunque proporre come terza e ultima chiave di lettura del contesto urbano il movimento dei personaggi attraverso la città.

Si potrebbe prendere in considerazione un film come *Taxi Driver* (1975) di Martin Scorsese, in cui la rappresentazione duale della città di New York tra giorno e notte si può abbinare rispettivamente a un'immagine di "progresso" o di degrado urbano. Il personaggio di Travis Bickle (Robert De Niro), un reduce della guerra in Vietnam che per problemi di insonnia vuole lavorare come tassista principalmente di notte, si muove costantemente attraverso la città con il suo taxi giallo osservando come l'architettura, il contesto sociale e le persone mutano a seconda delle zone che vengono esplorate. Travis osserva e poi annota i suoi pensieri su un diario, dei commenti che possono sembrare delle didascalie a delle fotografie della città, volte a mostrare come nel corso degli anni la percezione della città sia cambiata, ripresa in particolare dalle nuove correnti cinematografiche che si distaccano da schemi classici per cercare un parallelismo tra la mutevolezza del contesto urbano e la varietà dei punti di vista di chi vive nella città (in questo caso rappresentata da uno degli esponenti della *New Hollywood*³⁷).

Se il cinema delle origini, coerentemente e in continuità con altre forme di rappresentazioni iconografiche della città (come le cartoline illustrate ad esempio), è un cinema che ha dato ampio spazio ai cliché urbani, ai luoghi monumentali e facilmente riconoscibili, negli anni successivi della città offre un'immagine di luogo fortemente conflittuale, come spazio unitario diviso in aree che si definiscono reciprocamente per contrapposizione (centro-periferia) e sulla base di stereotipi. I film si soffermano soprattutto sui luoghi carichi di informazioni, su quei luoghi dove c'è gente, dove si muove la folla, dove accade sempre qualcosa. [...] in concomitanza di profonde trasformazioni di ordine sociale e culturale oltreché spaziali nella città, il cinema assume nuovi punti di vista che finiscono per destrutturare in qualche modo la città, per offuscare la sua forma riconoscibile attraverso i landmark che ne marciano il territorio e far posto ai suoi frammenti. Da allora in poi le rappresentazioni della città non ne daranno un'immagine soltanto attraente ma ne descriveranno anche gli aspetti aberranti, abbandonando in gran parte le location centrali per spostarsi nei suoi luoghi marginali (periferie, baraccopoli ecc.).³⁸

La visione della città notturna fatta di incontri particolari con personaggi poco raccomandabili e marciapiedi sporchi illuminati dai neon provocano un certo sconforto nel protagonista, ma allo stesso tempo ne sembra quasi sempre più attratto inconsciamente. Forse anche a causa della sua condizione mentale instabile, che poi sfocerà nel tentato omicidio di un politico, il protagonista inizia ad essere risucchiato sempre di più da questa parte dell'identità della città, come dimostrato dai suoi movimenti che comprendono una visita al bordello, dove conoscerà una giovane prostituta (Jodie Foster), negozi notturni quasi sempre bersaglio di rapine, e cinema a luci rosse durante il giorno, come a voler testimoniare la volontà – o forse incapacità a fare diversamente – a restare immerso in un contesto

³⁷ Cfr. *La città e il cinema*, cit. p.46

³⁸ *L'immagine della città nel cinema*, cit. p.167

urbano degradante. Questa abitudine a muoversi prevalentemente all'interno di una determinata area urbana porta il protagonista anche a staccarsi dall'unica possibilità di "salvezza" rappresentata dal personaggio di Cybill Sheperd, la quale vive e lavora nella parte della città più ordinata e moderna e acconsente di uscire con Travis dopo che lui si è presentato nel suo ufficio per la campagna del politico per cui lavora. Ma il tentativo del protagonista di inserirsi in un nuovo contesto urbano fallisce per aver portato la donna in un cinema a luci rosse, come a voler significare che due persone abituate a muoversi in un determinato contesto urbano difficilmente accetteranno l'altra identità della città. Entrambi tornano alle loro vite dopo questo breve intermezzo, che sembra abbia influenzato negativamente di più il protagonista e che lo abbia convinto ad avere un comportamento reazionario nei confronti di entrambe le identità cittadine, tentando l'omicidio di un politico - che basa la sua campagna elettorale sulla volontà di migliorare l'immagine della città - e la strage dei protettori del bordello in cui lavora la giovane prostituta. Si noti come nell'ultima sequenza del film, la macchina da presa inquadra lo specchietto retrovisore del taxi su cui si riflette lo sguardo del protagonista, in continuo movimento come a non voler perdere ogni dettaglio del paesaggio urbano che si presenta intorno a lui, forse perché come il pubblico ne rimane affascinato dalla disfunzione che trasmette, ma allo stesso tempo rimane in allerta. Questo insieme di sguardi e di mutevolezza spaziale presente in tutto il film favorisce quell'idea di sinfonia urbana, che attraverso l'uso del montaggio alterna in rapida successione come il ritmo di una musica di accompagnamento diverse immagini dell'ambivalenza cittadina.

L'accentuazione di una mobilità dello sguardo, il ricorso diffuso a un montaggio accelerato, l'utilizzo reiterato della sovrimpressioni, la ricerca di una dinamicità ossessiva nella composizione dell'inquadratura sono pratiche stilistiche caratteristiche delle sinfonie urbane, che, se da un lato rispecchiano quella pratica della sensazione forte, dello shock percettivo e dell'attrazione continua metropolitana, dall'altro creano nello spettatore un'esperienza di eccitazione e di turbinio visivo prolungato.³⁹

Un personaggio all'interno di una tipica rappresentazione cinematografica contemporanea può trovarsi a vivere in un ambiente metropolitano denso di luoghi di transito e di altre zone urbane come periferie e *slums*, che a seconda del genere e del tono del film possono contribuire a definire un'identità urbana complessa tipica del tardo capitalismo, nonché il tipo di personaggio che si vuole presentare e far interagire all'interno di essa.

Se si mettono a confronto due film ambientati nella stessa città nello stesso periodo come i già citati *Taxi Driver* di Martin Scorsese e *Manhattan* di Woody Allen, si hanno due sguardi opposti dove i

³⁹ *La città delle immagini*, cit. p.26

particolari degli elementi compositivi del paesaggio metropolitano descrivono due quotidianità diverse.

Nel film di Allen i protagonisti vivono a Manhattan, nel cuore della città che appare vissuta, percorsa e posseduta dalla borghesia intellettuale. Il film è un'apoteosi del vivere cittadino; i protagonisti non escono mai fuori dal cuore della città e i loro spostamenti avvengono in prevalenza tra le loro abitazioni, i musei, le mostre, e i loro incontri sono nei bar, nei negozi di libri e dischi, nel cinema o nel parco. Esiste un rapporto dialettico tra gli interni e gli esterni: ogni scena che si svolge all'interno di un'abitazione presenta momenti di conflittualità tra le persone le quali sembrano trovare una certa armonia solo con il riversarsi nelle strade, quasi a cercare rifugio in un anonimato protettivo.⁴⁰

Come già attuato da Scorsese, anche Allen riempie di significato i luoghi in cui si muovono i protagonisti per definire il loro rapporto con essi e dunque un'identità precisa legata alla città. «Lavorando attraverso l'immagine in movimento il cinema non documenta solo l'uso della città ma anche il suo "spazio". E questo per l'architettura è fondamentale perché [...] l'architettura non è soltanto "il pieno" ma anche, e soprattutto, "il vuoto". Perché l'architettura è lo spazio che nasce come esito, come prodotto immateriale ma dotato di forma che deriva dal rapporto cardinale tra il "pieno e vuoto"»⁴¹.

Si tenga presente che all'interno del racconto cinematografico un personaggio si muove a seconda dell'obiettivo che deve perseguire per necessità o per desiderio personale, ma può presentarsi anche il caso che l'obiettivo non sia chiarito all'inizio della narrazione e i personaggi si muovono in modo passivo rispetto agli eventi messi in moto dalla loro interazione con la città e altri personaggi. Si pensi in questo caso al già citato vagare senza meta del protagonista di *Knight of Cups* nella città di Los Angeles, dove i principali snodi narrativi si hanno dalle interazioni coi colleghi e le amanti, o al personaggio di Jeff Bridges ne *Il grande Lebowski (The Big Lebowski, 1998)*, il quale rimane invischiato in un complotto criminale a causa dell'omonimia con un'altra persona, ed è quindi costretto a spostarsi attraverso la città a seconda delle rivelazioni che riceve dagli altri personaggi. Dunque, anche a seconda del grado di conoscenza di una città, un personaggio può compiere diversi tipi di movimento all'interno del contesto urbano.

Se la città risulta un luogo sconosciuto⁴², la macchina da presa seguirà i movimenti del protagonista alla scoperta di spazi legati al tema centrale del racconto, facendo a volte prevalere uno sguardo riflessivo che potrebbe lasciare anche il pubblico in una situazione di conoscenza incerta e parziale della totalità dell'identità; la città potrebbe risultare un luogo semi-sconosciuto per i personaggi, nel senso che la mancanza di una conoscenza totale della città non dovrebbe risultare un problema per il

⁴⁰ *Il cinema, l'architettura, la città*, cit. p.167

⁴¹ Ivi, p.124

⁴² Cfr. *Al cinema con la valigia; i film di viaggio e il cineturismo*, cit. p. 161

conseguimento dell'obiettivo centrale, anzi l'abitudine a muoversi in un preciso contesto urbano fanno sì che il/la protagonista abbia una chiara identità legata al territorio; infine, la città può essere nota sia ai personaggi che agli spettatori grazie a una iconografia classica e ai cliché, ma la scoperta di un aspetto insolito e ignoto può aprire nuovi percorsi narrativi.

«Lo spazio monocentrico della città tradizionale si moltiplica e disperde in uno spazio policentrico, trasformandosi in un territorio labirintico in cui l'individuo contemporaneo vive quotidianamente l'esperienza dello smarrimento e dove potrà orientarsi solo a patto di entrare in sintonia con i nuovi meccanismi di produzione sociale del senso, con la nuova “segnaletica” dell'immaginario»⁴³.

Da queste tre chiavi di lettura – identità, mutevolezza, mobilità – si può riconoscere la capacità del cinema di raccontare con realismo assoluto e, allo stesso tempo, di travisare con pari credibilità la forma architettonica della città. Se connesse da un senso di continuità narrativa e di verosimiglianza, le varie ibridazioni di genere, declinazioni e de-contestualizzazioni della forma possono mantenere una certa plausibilità agli occhi dello spettatore, il cui sguardo potrà coincidere con quello del protagonista in un movimento di scoperta e di attribuzione di significato verso i luoghi rappresentati.

Nonostante la relativa autonomia di uno spazio che rimane pur sempre riconoscibile e collocabile storicamente e esteticamente, il cinema è in grado di realizzare una sorta di svuotamento di senso, di de-storicizzazione dello spazio architettonico che può essere, da una parte, assolutizzato (e quindi offerto nella sua dimensione visiva, plastica) e, dall'altra, ri-semantizzato in relazione ad una autonoma progettualità plastica.⁴⁴

In conclusione, la rappresentazione della città può risultare efficace e influente ai fini del racconto cinematografico se viene percepita dai personaggi e dal pubblico come elemento attivo della costruzione narrativa e figurativa dell'opera.

⁴³ *Cinema e metropoli. Storia di un processo culturale da Metropolis a Matrix*, cit. p.81

⁴⁴ *Il cinema, l'architettura, la città*, cit. p.30

2. CINEMA E TURISMO

2.1 INTRODUZIONE AL FENOMENO

Quando un film riesce a trovare una sintonia tra produzione, narrazione e recitazione, solitamente si ha un prodotto riuscito che può mettere d'accordo critica e pubblico, e anche far riconoscere il merito dell'operazione a chi non sia particolarmente interessato a quel tipo di storia presentata sullo schermo. Se il film riesce a toccare le corde dell'emozione e dell'intelligenza dello spettatore, si può propagare una sorta di onda di risonanza che induce a voler essere ancora immersi nel mondo della narrazione anche dopo la visione. In questo caso, oltre ai dibattiti, le recensioni, il merchandising, un modo per poter rivivere gli effetti prodotti al cinema è visitare quei luoghi che hanno ospitato le riprese e ampliare il senso di sospensione di incredulità. Si può parlare in questo caso di cineturismo o *film-induced tourism*:

Le ricerche espressamente dedicate alla visita di luoghi dove sono state effettuate le riprese di un film risalgono agli anni Novanta e introducono il termine *movie-induced tourism* [...] Se la parola *movie* nel mondo anglosassone tende a designare i prodotti più commerciali (ed è per questo adatta a indicare quei casi di turismo di massa nati sulla scorta del successo dei blockbuster americani), la parola *film* ha invece una connotazione più ampia, che include lavori di minore ambizione sul piano produttivo/distributivo e, spesso, maggiore su quello estetico.⁴⁵

Perciò, si preferisce parlare di *film-induced tourism* per definire un più ampio gruppo di forme visive che includono l'home video e le serie TV – in particolare la produzione televisiva da inizio anni 2000 in poi, caratterizzata da maggiori investimenti, una narrazione di qualità, e un lavoro di location scouting importante per definire il *mood* del progetto (si pensi in questo caso alle produzioni anglo-americane come *Lost*, *I Soprano*, *The Walking Dead*, *Il Trono di spade*) –, come suggerito dalla studiosa Sue Beeton, la quale include nel fenomeno anche i tour degli studi di produzione e i parchi a tema collegati ai film. Il turista *film-induced* non farà distinzioni tra i diversi modelli produttivi, ma sarà condizionato principalmente dalla qualità della rappresentazione dello spazio in ogni sua forma, particolarità che lo convinceranno o meno a volerne approfondire la conoscenza:

Un paesaggio (urbano o extra urbano) potrà risultare stimolante per un potenziale cineturista non solo in ragione del rapporto funzionale che intrattiene con il personaggio, bensì per la sua “appetibilità” estetica, mitico-culturale ed emotiva; tutte condizioni che non sono espletabili da qualunque spazio, ma solo da quelli che si presenteranno

⁴⁵ Lavarone Giulia, *Cinema, media e turismo: esperienze e prospettive teoriche del film-induced tourism*, UP, Padova, 2016, p.22

con una identità specifica e distinguibile da altre; da quegli spazi cioè che da pura alterità potranno diventare potenzialmente “nuova e accattivante familiarità”.⁴⁶

La ricerca di un luogo non ancora conosciuto ma che risulta familiare nella memoria emotiva dello spettatore grazie al film visto, può essere una delle motivazioni che lo spingerebbero a visitarlo in modo da poter soddisfare un desiderio di immersione in prima persona nell’immaginario creato dal film stesso. Si può provare a distinguere tre differenti tipologie di turista film-induced

che si individuano in base a un diverso grado di interesse nei confronti del film. Tale interesse sarebbe massimo del turista che ricerca e visita intenzionalmente le location in seguito alla visione (*specific film-induced tourism*), e minimo nel turista che si trovi casualmente presso la location, indipendentemente dalla scelta di partecipare o meno ad attività connesse al film, scelta che può essere anche dettata dall’interazione con familiari o amici (*serendipitous film-induced tourist*). Fra le due tipologie si collocherebbe quella del turista *general film-induced*, il quale pur non essendo motivato a visitare la location dalla conoscenza del film, una volta in loco sceglie di partecipare alle attività relative, anche per il desiderio di arricchire il proprio bagaglio culturale.⁴⁷

In molti casi, le produzioni si appoggiano a location utilizzate già in altri progetti o in città famose e subito riconoscibili; in altri casi, invece, l’utilizzo di location meno note e mai utilizzate da altre produzioni può far salire il livello di unicità della storia raccontata nel film, per cui il cineturista si muove solo in prospettiva di recuperare quel particolare che ha caratterizzato l’identità del film, dotando quindi di un nuovo significato il luogo stesso. Potrebbe risultare utile specificare i diversi tipi di spettatori secondo la distinzione fatta da Roberto Provenzano per provare successivamente a capire i motivi che portano essi a diventare cineturisti:

L’iconauta è [...] colui che veramente ama “viaggiare con lo sguardo”, che si pone di fronte alle immagini (di qualunque tipo, fisse o in movimento) con una vera intenzionalità conoscitiva e che approfitta e ricerca in ogni occasione per informarsi su mondi lontani; vuoi perché, non potendo viaggiare fisicamente, cerca una soddisfazione visiva alla sua sete di conoscenza oppure, per altro verso, perché avendo deciso di visitare una determinata destinazione cerca materiali visivi e audiovisivi per prepararsi prima di affrontare il viaggio. È questo il caso di chi [...] non si ferma solo a recepire il narrato e l’azione dei personaggi, ma pone attenzione anche allo sfondo e recepirà dal paesaggio – quando il linguaggio del film glielo permetterà – profondi stimoli che facilmente potranno indurlo a divenire un cineturista.⁴⁸

In questo caso si potrebbe pensare subito al lavoro del critico, intenzionato in primis a cercare connessioni tra narrato, personaggi e ambientazione per valutare se effettivamente c’è stato un lavoro di equilibrio per far evocare allo spettatore alcuni significati della storia o se semplicemente la location sia risultata solo di buon valore visivo senza risultare influente negli eventi. In ogni caso,

⁴⁶ *Al cinema con la valigia: i film di viaggio e il cineturismo*, cit. p. 48

⁴⁷ *Cinema, media e turismo: esperienze e prospettive teoriche del film-induced tourism*, cit. p.25

⁴⁸ *Al cinema con la valigia: i film di viaggio e il cineturismo*, cit. p. 43

uno spettatore iconauta può risultare un appassionato di luoghi suggestionato dalle premesse della storia che pongono come uno dei punti focali della narrazione il luogo stesso e dunque può valutare quanto sia stato determinante per la riuscita del film, e in seguito decidere se approfondirne la conoscenza.

Il cinenauta vero e proprio è invece lo spettatore medio, colui che sceglie di andare a vedere un determinato film per vari e differenti motivi (per il genere, per la presenza di un attore/attrice che apprezza, per la fiducia nel regista ecc.), ma che, trovandosi occasionalmente e accidentalmente all'interno di un film in cui il paesaggio assume una presenza pregnante e un ruolo rilevante, è capace di spostare temporaneamente la sua attenzione dai personaggi allo sfondo e di passare dal semplice vedere al guardare.⁴⁹

In questo caso lo spettatore potrebbe trovarsi di fronte a un progetto che abbia messo sullo stesso livello della narrazione il paesaggio come elemento caratterizzate e quindi facilmente recepibile anche da uno spettatore medio non abituato a prestare attenzione a tutti i dettagli, merito anche di una abilità registica esperta o particolare.

Il cinenauta per caso è invece, da un lato, lo spettatore che concentra la sua attenzione solo sugli elementi narrativi e “vede” ogni paesaggio come semplice sfondo, provando magari un forte senso di noia se l'immagine indugia troppo sul paesaggio; dall'altro lo spettatore che a causa di un montaggio troppo serrato del film non possa avere il tempo se non di lanciare un fuggevolissimo sguardo allo sfondo in cui sono messe in scena le azioni della narrazione. In un certo senso, in ambedue i casi, è quindi uno spettatore che ben difficilmente potrebbe divenire un cineturista, ma potrebbe sempre capitare il caso che in quelle fuggevoli visioni ci sia un *punctum* che lo punga e che ne stimoli la curiosità.⁵⁰

La presenza di un cinenauta che aiuti il cinenauta per caso ad osservare meglio l'aspetto della l'ambientazione sicuramente potrebbe favorire una maggiore concentrazione nelle visioni successive, ma in questo caso potrebbero svolgere un ruolo importante l'ufficio comunicazione del film e gli enti di promozione turistica, che anche successivamente all'uscita incentri la campagna promozionale sul valore dell'ambientazione, se è questo il caso, aumentando le possibilità che anche uno spettatore poco attento o interessato possa riscoprire un lato del film che prima non aveva considerato.

Si pensi che si ha un ritorno a girare i film in luoghi veri, invece che utilizzare i set degli studi (almeno nella maggior parte dei casi, negli Stati Uniti), dopo la Seconda guerra mondiale⁵¹, specialmente in Europa, dove le produzioni preferiscono di frequente cercare un maggiore realismo, e anche gli Stati Uniti iniziano a seguire questo modus operandi per dare più importanza alle sue città e per metterne in risalto le loro caratteristiche. Si può pensare, dunque, che a partire dagli anni '50-

⁴⁹ ibidem

⁵⁰ ibidem

⁵¹ *Città, cinema, società: immaginari urbani negli USA e in Italia*, cit. p.223

'60, si inizi ad avere una nuova percezione della città grazie al cinema e alla sua esplorazione attraverso la storia raccontata.

Il cinema, meglio di qualsiasi altro mezzo di raffigurazione, e in particolar modo nel cinema dal neorealismo in poi, è in grado di restituirci il “carattere” di un territorio, un luogo, una città, poiché, eccezion fatta per gli odori e, in parte, per il clima che non può far sentire (ma può descrivere) è in grado di rappresentare tutti gli altri elementi costitutivi del carattere di quel posto. La meta cineturistica diventa quindi poi un luogo dove trasferire il proprio “io” che ognuno di noi ha immaginato essere lì nella visione del film, e che ora ricerca di trasferire nel reale le medesime emozioni provate durante il film.⁵²

Si può intuire che una delle caratteristiche principali che può stimolare uno spettatore a dirigersi verso il luogo in cui sono state svolte le riprese è proprio quanto l'autenticità di quel luogo, modificata o enfatizzata dal lavoro scenografico, è stata valorizzata dalla produzione e quindi quanto verosimile risulti agli occhi dello spettatore nelle sue particolarità che la possano distinguere da qualsiasi altro posto. Per valorizzazione si può intendere un'accurata messa in scena della narrazione attraverso un buon utilizzo delle luci a seconda dell'atmosfera e del tono che si vuole dare alla situazione che si vuole filmare (ovviamente tenendo presente il genere dell'intero film), il tipo di rapporto che si vuole stabilire tra luogo e personaggi e quanto si influenzeranno a vicenda. Da qui, il regista, il direttore della fotografia e lo scenografo prenderanno delle decisioni su come assemblare al meglio la scena in base alla configurazione del luogo.

Ci sono, poi, le conseguenze economiche, che non si limitano al contributo diretto all'economia dei luoghi in cui si eseguono le riprese. Nonostante l'elevato impatto economico delle produzioni cinematografiche, l'opportunità potenzialmente più rilevante per il territorio è costituita dalle conseguenze della notorietà proveniente dall'apparizione sullo schermo che si concretano, tra l'altro, nei flussi turistici. Conseguenze difficili da prevedere, poiché dipendono dalle caratteristiche e dal successo della pellicola, dalle modalità di utilizzo del luogo, dalla sua riconoscibilità e dalla misura in cui il pubblico lo troverà interessante.⁵³

A questo punto, per cercare di definire meglio come si possa concretizzare in termini turistici la notorietà ed efficacia di una produzione cinematografica legata ad un territorio, si propone una distinzione prendendo come esempi tre tipi di campagne turistiche *film-induced* che si differenziano su tre livelli per investimenti sul piano produttivo cinematografico e su quello promozionale del territorio.

Per primo, si prenda in considerazione la trilogia de *Il Signore degli Anelli* (*The Lord of the Rings*, 2001-2003) - co-scritta e diretta dal neozelandese Peter Jackson -, forse uno dei casi più famosi ed importanti di cineturismo, ma anche di valorizzazione del territorio a carattere nazionale.

⁵² Filippi Luca, *Cineturismo e marketing territoriale: un film è sempre l'inizio di un viaggio*, Edizioni Savine, Ancarano Te, 2011, p.143

⁵³ *Cinema, ambiente, territorio*, p.121

Basata sui libri fantasy di J.R.R. Tolkien, la storia sfrutta i luoghi naturali e vasti della Nuova Zelanda per creare l'idea di uno spazio immaginario, medievale di ispirazione, che comunque lasci nello spettatore l'impressione di osservare un luogo che stimola la curiosità e l'interesse di essere scoperto grazie alla sua alterità. La produzione, la quale ha richiesto un budget complessivo di 281 milioni di dollari e otto anni di lavorazione⁵⁴, riesce a creare, con il supporto del governo neozelandese, un immaginario all'interno del territorio che avvalora la reale maestosità di quest'ultimo e rende possibile un'esplorazione congiunta anche dopo l'esperienza al cinema:

Per lavorare al progetto di promozione territoriale si sono mosse, infatti, istituzioni nazionali come Tourism New Zealand, Trade New Zealand e Film New Zealand. Il governo ha investito ben 18.6 milioni di dollari in progetti di promozione turistica collegati all'uscita dei film e addirittura il Primo Ministro dell'epoca, Helen Clark, ha personalmente dichiarato la Nuova Zelanda come sito ufficiale de *Il Signore degli Anelli* e della "Terra di Mezzo". Ha inoltre definito la trilogia un'ottima opportunità per mettere in mostra le bellezze del territorio a tutto il mondo e ha istituito un apposito Ufficio per il coordinamento della promozione. La campagna promozionale, coordinata da Investment New Zealand, ha incluso un programma internazionale per i media e numerosi eventi collaterali al film riguardanti gli aspetti più differenti come l'arte, l'artigianato, la cucina e la moda. Già dai primi mesi della campagna più di 200 milioni di persone hanno richiesto informazioni sulla Nuova Zelanda negli uffici turistici esteri. [...] Il progetto de *Il Signore degli Anelli* è stato quindi un buon esempio di sinergie tra le varie componenti di Governo: una sfida è stata creare un collegamento tra il film e le destinazioni turistiche e l'altra convincere la casa di distribuzione New Line Cinema che ciò avrebbe portato benefici per tutti.⁵⁵

Naturalmente, più il progetto cinematografico ha successo, più la promozione territoriale può risentirne positivamente di effetti a lungo termine, come la crescita di popolarità della nazione per attirare nuove produzioni, stimolare la scrittura di nuovi progetti e la scoperta di nuovi talenti nel campo del cinema. Inoltre, di pari passo alla scoperta delle location dove sono state svolte le riprese si possono attivare delle azioni complementari di promozione turistica di altre zone, ma anche di attività di scoperta dei costumi tipici del territorio.

Come secondo esempio, si guardi al caso, forse non molto conosciuto, legato al film *Sideways - In viaggio con Jack* (*Sideways*, dir. Alexander Payne, 2004). La storia parla del viaggio compiuto da due amici, prima del matrimonio di uno di loro, attraverso alcuni dei migliori vigneti della California per assaggiare vini e cercare di divertirsi, ma il viaggio metterà loro a confronto con le proprie frustrazioni e dubbi sulla vita che stanno conducendo. I sette giorni che i due amici trascorrono insieme rappresentano una tappa del loro percorso di maturità, vista e vissuta in due modi completamente diversi, come il gusto diverso e personale che i due hanno per il vino e le donne.

⁵⁴ <https://variety.com/2013/film/news/hobbit-trilogy-has-cost-561-million-so-far-1200694351/>

⁵⁵ *Al cinema con la valigia: i film di viaggio e il cineturismo*, cit. p.284

Il film ha caratteristiche perfette per incrementare i flussi turistici verso la regione in cui è stato girato, la Sant Ynez Valley, area vinicola a nord-est di Santa Barbara, nella California meridionale. La struttura narrativa segue il viaggio dei due protagonisti, ed è tale da favorire il meccanismo di identificazione protagonista-spettatore in una situazione di visita e di scoperta dei luoghi del film. [...] a capire fin dall'inizio le potenzialità di *Sideways* e delle sue locations come strumento di attrazione turistica sono state la Film Commission e il Conference and Visit Bureau di Santa Barbara.⁵⁶

Il tipo di film, una commedia dolce-amara costruita su una struttura narrativa da road-movie, fa sì che lo spettatore diventi sempre più curioso per la scoperta di nuovi luoghi legati allo sviluppo degli eventi e quindi come vengono vissuti dai personaggi; molto spesso nel film, implicitamente, si può intuire come i diversi tipi di vino possano rappresentare i diversi caratteri dei protagonisti: il protagonista Miles, personalità riflessiva e sensibile, cerca qualcosa di unico e particolare che si possa apprezzare completamente nella sua maturità; mentre il suo amico Jack, più istintivo e goliardico, ricerca un tipo di vino dall'immediata esplosività, come un frizzantino. Queste analogie giocano sicuramente a favore anche dell'ente turistico, che attraverso la creazione di itinerari, guide ricche di aneddoti sul luogo, partnership e sponsorizzazioni con alcuni prodotti locali legati al tema del film, può giocare sul tema della scoperta del territorio e dell'espressione della propria personalità.

Il caso *Sideways* dimostra come anche piccole produzioni cinematografiche indipendenti possano impattare profondamente su un particolare territorio, non solo a livello turistico. La film commission della regione Santa Barbara in California ha lavorato costantemente e anticipatamente con i responsabili della produzione del film per massimizzare l'effetto di localizzazione della storia cinematografica e rendere il territorio immediatamente riconoscibile. La regione di Santa Barbara ha aumentato notevolmente la propria immagine come area vinicola e i vini prodotti nel territorio hanno riscosso e riscuotono un continuo successo, anche commerciale. Il caso mette in luce come lavorando su una strategia pianificata, con un assetto di *management* che vede l'ente per il turismo e la film commission profondamente legati, si possa riuscire ad evidenziare le specificità e i punti di forza di una destinazione. L'”effetto *Sideways*” sul turismo è interessante anche perché si è creata una peculiare combinazione tra due motivazioni di vacanza, quella indotta dalla visione di un film e quella strettamente legata al vino e all'enogastronomia.⁵⁷

Il fatto che si tratti di una produzione cinematografica indipendente, quindi non caratterizzata da un grande investimento, non ha precluso la possibilità di coordinare insieme alla film commission del territorio una semplice strategia di promozione che, come dimostrato, ha puntato molto sulla particolarità dell'immaginario costituito dal luogo e dalle sue risorse.

L'influenza di *Sideways* sulla notorietà e sui flussi turistici della Napa Valley rappresenta un esempio del rapporto sinergico tra cinema e territorio, nel quale le immagini giocano un ruolo fondamentale non solo nella

⁵⁶ *Cineturismo e marketing territoriale: un film è sempre l'inizio di un viaggio*, cit. p.116

⁵⁷ *Le produzioni cinematografiche, il turismo, il territorio*, cit. p.83

rappresentazione del territorio e nella formazione degli immaginari geografici collettivi, ma anche nel comportamento, nelle aspettative e nei desideri che gli spettatori nutrono nei confronti dei luoghi visti sullo schermo. Le immagini create e diffuse attraverso i media, infatti, portano, per usare le parole dell'antropologo Arjun Appadurai, a valorizzare le qualità di un "altrove" reificato, stimolando il desiderio di acquisizione e di movimento. Ovvero, possiedono la capacità di suscitare nello spettatore il desiderio di recarsi nei luoghi rappresentati.⁵⁸

Sicuramente la vittoria agli Oscar come miglior sceneggiatura non originale ha contribuito ad aumentare la fama del film, ma c'è da riconoscere che il lavoro svolto in sinergia tra film commission ed enti turistici abbia avvalorato lo stimolo di un nuovo luogo da scoprire, soprattutto grazie alla necessità di movimento per coprirne la sua totalità; se si riesce a comunicare in modo efficace il valore del territorio, seppur essendo una regione vinicola e quindi coprendo una certa categoria di persone, nulla toglie che potrebbe interessare a un target più ampio.

Come terzo esempio si pensi a *Il Codice Da Vinci* (*The Da Vinci Code*, 2006) di Ron Howard, un thriller basato su un libro già di ottima fama che, partendo da un delitto avvenuto al museo del Louvre, porta il professor Robert Langdon a cercare di risolvere dei misteri legati al nascondiglio del Sacro Graal. Una grande produzione ambientata in due capitali europee come Parigi e Londra, con un cast famoso ed esperto, dovrebbero già essere degli elementi importanti che attraggono il pubblico al cinema, ma sicuramente dovranno poi essere la qualità dei contenuti a dare significato agli eventi e alle ambientazioni. La narrazione porta il professore a dover visitare dei monumenti religiosi famosi delle due città, ma anche gallerie d'arte, per cercare indizi tra alcuni quadri e sculture a tema Cristiano, creando così un collegamento con la cultura e l'arte. Il desiderio di scoperta del protagonista va in parallelo con quello del pubblico che ha sete di sapere in quale prossimo luogo porterà la ricerca e la mente viene stimolata dal bisogno di risolvere i segreti in cui i protagonisti si trovano a dover fare i conti per poter procedere verso la soluzione finale del mistero. Questa tipica struttura narrativa legata al genere thriller richiede che vi sia una buona quantità di luoghi per creare varietà e dinamismo; se poi si unisce a una delle più note leggende della storia dell'umanità – l'esistenza del calice di Cristo - si può intuire che lo spettatore possa essere ancora incuriosito e attratto dal mondo narrativo anche dopo la visione del film, specialmente se ben riuscito. L'ente del turismo britannico, Visit Britain, coglie subito l'opportunità di calcare questa scia di interesse da parte del pubblico decidendo di organizzare un contest mondiale per promuovere le location e i monumenti londinesi in cui è stato girato il film:

La promozione *Global Code Breaker* viene definita come una delle più grandi promozioni effettuate, ma anche una delle più grandi campagne globali che *Visit Britain* abbia mai portato avanti. Si tratta di uno splendido tour

⁵⁸ *Cinema, ambiente, territorio*, cit. p.130

di sette giorni nelle location del *Il Codice Da Vinci* destinato a 140 vincitori del concorso, che investe 42 nazioni del mondo. La copertura pubblicitaria, tramite promozioni locali, ha reso a *Visit Britain* la somma di circa 5 milioni di sterline di valore pubblicitario. Il *Daily News* di New York ha dato la prima pagina e un articolo pubblicitario in una pagina interna e questo praticamente equivale a 140.000 sterline di valore, che come organismo statale, *Visit Britain* non avrebbe mai potuto permettersi di gestire.⁵⁹

Si noti come l'intelligente opportunismo di *Visit Britain* ha permesso un ottimo riconoscimento del proprio lavoro, aumentando così la propria fama e affidabilità per le future promozioni, insieme ovviamente ad una sempre più rinvigorita attrattiva verso il proprio paese. «*Visit Britain*, che da oltre dieci anni lavora infatti nello specifico sulla promozione turistica del paese attraverso il cinema, dichiara che una persona su cinque è ispirata a visitare una destinazione turistica dopo aver visto un film o una fiction TV ambientata in determinati luoghi. L'attività dell'ente britannico è testimoniata anche dal fatto che del paese sono già state pubblicate sette movie map»⁶⁰. A questo punto, si arriva al fulcro di questo terzo esempio di promozione territoriale legata al cinema che, rispetto ai precedenti due, ci concentra sulla promozione dei luoghi di una città. L'intuizione di *Visit Britain* di creare delle movie maps insieme ai tour, fa sì che si abbia a disposizione una traccia duratura dell'immaginario di un film ed un modus operandi applicabile ad ogni nuova produzione:

L'impostazione strategica dell'ente turistico nazionale è stata recepita e fatta propria anche da parte di organismi che si occupano di gestire e promuovere non l'intero Regno Unito ma una singola destinazione come Londra. [...] Grazie alla partnership stretta con Film London, l'agenzia che si occupa del settore film e media nella capitale inglese, *Visit London* ha realizzato cinque diverse *movie maps*, ognuna dedicata ad un film fortemente legato alla città: *Match Point*, *Closer*, *Bridget Jones: The Edge of Reason*, *Love Actually* e *Thunderbirds*. [...] Gli obiettivi delle *movie maps* sviluppate dall'ente del turismo londinese sono chiari: si tratta di utilizzare alcuni film importanti per proporre le diverse sfaccettature e i mille volti di Londra, le aree meno conosciute e alcune attività legate ai temi presenti negli stessi film. La campagna su *Match Point*, per esempio, oltre ad utilizzare il grande amore dichiarato dal regista Woody Allen per la città, incita i turisti a visitare alcune zone di "tendenza"; la *movie map* di *Closer* propone una Londra dinamica e moderna, mentre quella di *Bridget Jones* è maggiormente incentrata sulle infinite possibilità di shopping. Le *movie maps* di *Visit London* e *Film London* sono certamente debitorie, in termini di sviluppo del prodotto e utilizzo dei modelli, nei confronti di quelle realizzate a livello nazionale da *Visit Britain*, ma gli obiettivi finali che tali strumenti intendono raggiungere appaiono leggermente diversi. Mentre infatti le campagne *film tourism* nazionali attraverso le *movie maps* tendono a motivare gli spettatori a visitare le location e i luoghi più o meno conosciuti legati ai film, diventando una sorta di fattore "push", le iniziative sviluppate da *Visit London* appaiono più come seducenti strumenti aggiuntivi messi a disposizione del turista che in qualche modo ha già deciso di effettuare una visita alla città. Le campagne *movie maps* nazionali hanno come obiettivo primario quello di far diventare le produzioni audiovisive dei veri e propri attrattori, impattando anche su specifici segmenti di domanda come i *jet-setters*, mentre le azioni messe in campo

⁵⁹ *Al cinema con la valigia: i film di viaggio e il cineturismo*, cit. p.249

⁶⁰ *ibidem*

da Visit London risultano essere più indirizzate ad ampliare la gamma di offerta della città attraverso la proposta di fruizioni alternative della destinazione, legate ai film e alle storie descritte nelle *movie maps*.⁶¹

Si può capire dunque che l'ufficio comunicazione del film – con la film commission a poter fare da intermediario - potrebbe lavorare in concomitanza con l'ufficio turistico per creare una efficace campagna promozionale in modo da proporre – oltre a mantenere una costante attenzione verso l'uscita nelle sale del film - un'esperienza immersiva che si leghi alle peculiarità della città in cui viene ambientato il film; quindi, non solo una scoperta dell'immaginario legato alla storia, ma anche delle possibilità che la città può offrire legate al tema principale del film. Ad esempio, se *Il Codice Da Vinci* tratta dei misteri legati al Cristianesimo e all'arte che si ispira ad esso, un'idea per arricchire l'offerta di un tour del film sarebbe quella di visitare altri monumenti religiosi e gallerie d'arte; se *Moulin Rouge!* (2001) parla del famoso locale notturno di Parigi e del mito degli artisti bohemien, l'offerta cineturistica potrebbe includere anche, oltre all'esplorazione dei quartieri più caratteristici di quell'epoca, una visita ai locali notturni più famosi della città; un'esperienza legata al film *La Grande Bellezza* (2013), che racconta le vicende di uno scrittore abituato al fascino esteriore di Roma - un po' come potrebbe esserlo il pubblico -, può trovare la sua particolarità nella scoperta degli interni dei palazzi e dei giardini più belli come avviene in alcune parti del film, in modo da offrire una alternativa al classico giro turistico della capitale.

L'obiettivo rimane coerentemente quello di ridefinire il concetto di territorio in chiave turistica, aumentando il numero di visitatori, sollecitando l'interesse di un pubblico sensibile alle motivazioni culturali, creando un prodotto destinazione che consenta al territorio l'attribuzione di un marchio d'area che ne valorizzi l'identità sottolineando le peculiarità caratterizzanti dello stesso. È infatti determinante che il visitatore che viene perché stimolato da una proiezione filmica capisca che il territorio in questione può offrire di più rispetto al semplice set cinematografico e che se quei determinati luoghi sono stati scelti per fare da sfondo ad una certa storia, dietro tale scelta c'è una precisa ragione culturale.⁶²

Dunque, con questi tre esempi si è voluto dimostrare come sia possibile la creazione di campagne di valorizzazione territoriale attraverso un film su tre diversi livelli, ovvero nazionale, regionale e cittadino, che potrebbero fornire un ideale sistema da seguire per tutti i tipi di promozione cineturistica.

Non è detto però che i luoghi diegetici possano divenire luoghi-mito e possibili destinazioni cineturistiche tout court. Anche se *The Terminal* ci fa incontrare modalità di vita lavorativa a molti sconosciute, non ci spinge di certo a visitare il terminal del Maribel Airport di Montreal dove il film è ambientato; mentre, al contrario, le incidentali immagini di Times Square di New York, che pure fungono da semplice sfondo dello spazio dove è

⁶¹ *Le produzioni cinematografiche, il turismo, il territorio*, cit. p.50

⁶² *Al cinema con la valigia: i film di viaggio e il cineturismo*, cit. p.246

sita la cabina telefonica di *Phone Booth*, potrebbero, ipoteticamente, pungere il cinenauta e (ri)svegliare in lui il desiderio di visitare (o rivisitare) quel luogo-mito di New York (e, magari, controllare se esista o meno la cabina telefonica al centro della piazza).⁶³

Come capita per la valutazione in generale di un film, la storia può coinvolgere il pubblico in diversi modi a seconda della sensibilità maturata da ognuno, per cui, nonostante l'essere sottoposti agli stessi stimoli, si risponderà in maniera personalizzata. Interagendo con la cultura e la psicologia degli spettatori, la storia può creare delle aspettative legate al territorio che rappresenta, sia in positivo che in negativo, creando così un immaginario collettivo che ne enfatizza le caratteristiche, oppure a volte creando o cavalcando degli stereotipi.

Se la qualità della messa in scena del luogo e della sua influenza nella storia del film sono fattori caratterizzanti per lo stimolo di viaggio di un turista *film-induced*, lo sono anche il tipo di strategie adottate dagli enti turistici e film commission.

2.2 LA PROMOZIONE DEL FILM-INDUCED TOURISM

Chiaramente, diversi tipi di investimenti cinematografici richiedono un certo numero di incassi per rientrare nei costi di produzione e poter guadagnare, quindi se il film riesce a guadagnare bene, sinonimo questo di un buon successo di pubblico, potrà investire di più sul lato promozionale, ma spetterà agli enti turistici e film commission investire sulla promozione territoriale, motivo per cui questi ultimi dovrebbero avere una precisa strategia da attuare per ogni tipo di film che viene realizzato in loco.

La via che sembra più percorribile si fonda quindi su forme di reale e concreta collaborazione tra i diversi attori pubblici e privati che agiscono sul territorio. Tale cooperazione costituisce una opzione quasi obbligata per poter sviluppare le risorse e la capacità necessarie a competere in uno scenario che cambia velocemente e che deve tenere in considerazione non soltanto la prospettiva di chi opera sul territorio ma anche e soprattutto chi quotidianamente lo fruisce, ovvero i residenti. [...] per questa ragione i giacimenti culturali non costituiscono soltanto un semplice valore aggiunto per il territorio ma diventano strutture portanti per lo sviluppo socio economico dell'area in grado di generare filiere di settore dando vita all'indotto. Si può pertanto parlare di vero e proprio *cultural planning*.⁶⁴

Si può capire che una pianificazione culturale del luogo in cui vi sia una bilanciata collaborazione fra i vari enti promotori può facilitare un'attrattiva turistica collegata al cinema e quindi facilitare anche il lavoro per la film commission locale. Come si è visto nel primo capitolo, la film commission si

⁶³ Ivi, p. 51

⁶⁴ *Al cinema con la valigia*, cit. p.248

occupa in primis di attrarre le produzioni cinematografiche a girare nel proprio territorio e ne facilita il lavoro agevolando le pratiche burocratiche⁶⁵; successivamente, la film commission dovrebbe valutare la possibilità di creare insieme agli enti turistici del territorio una strategia promozionale attraverso il film o serie tv e capire i motivi del perché solo in alcuni casi si crea turismo (l'efficacia dell'immaginario emerso dal mondo narrativo della storia). Ne risulta che uno degli obiettivi primari sarebbe quello di promuovere il patrimonio geografico, artistico e culturale del luogo attraverso la sinergia tra la realtà del cinema e quella turistica.

Ciò che è importante nel coordinamento è il sintonizzarsi anche sul fronte della comunicazione al fine di ottimizzare le già sottolineate potenziali ricadute sul territorio in termini di creazione di valore turistico. Per far sì che tali propositi trovino concretizzazione è necessario che le azioni condivise siano coerentemente articolate e coinvolgano la parte hard (infrastrutture) e la parte soft (l'immagine) dell'offerta considerando che il turista è motivato da un film a visitare un luogo da azioni pull ma anche push. Al fine di creare un coordinamento ottimale e coeso di strategie complementari tendenti alla promozione territoriale è indispensabile che vengano programmate delle azioni mirate al monitoraggio dell'evento dal suo concepimento alla sua conclusione in modo da ottimizzare al massimo le potenzialità che esso ingloba. Per azioni *pull* si intendono elementi quali per esempio lo sfondo della storia, la scenografia, i personaggi, gli stili di vita rappresentati, le icone ecc. Elementi appartenenti alla categoria *push* possono essere la fantasia, la voglia di evasione, la nostalgia, l'identità personale, l'educazione, la forma mentis ecc.⁶⁶

L'idea potrebbe essere quella di creare un servizio competitivo che scoraggi l'emigrazione delle produzioni verso altri territori, di cui magari vi è già un rapporto collaborativo riconosciuto, e generare un richiamo futuro per altre produzioni, dimostrando di saper gestire un buon lavoro in termini di organizzazione, ospitalità, servizi e prezzi vantaggiosi in accordo con l'amministrazione territoriale e l'ente pubblico.

Tale affidamento si basa sulla speranza che la film commission, grazie alla propria competenza e sensibilità nei riguardi del mondo dell'audiovisivo e allo spirito propositivo che contraddistingue la sua azione, possa dare una nuova e adeguata vitalità a queste preziose risorse presenti sul territorio. Dal momento che la film commission è espressione di una volontà di promuovere o rilanciare la vocazione cinematografica del territorio, è possibile che la sua istituzione sia accompagnata anche dalla promozione di altre iniziative legate al mondo dell'audiovisivo. In alcuni casi le istituzioni locali decidono di promuovere un proprio di un festival cinematografico che, tra le altre cose, possa fungere da vetrina per i prodotti girati in loco e attrarre produttori e registi nella propria regione nella speranza che questi decidano di ambientarvi i loro prossimi lavori. Solitamente in questi casi viene affidato alla film commission il compito di coordinare l'evento, in modo tale da sfruttarne la rete di contatti nazionali e

⁶⁵ L'obiettivo è quello di generare ricadute economiche sul territorio che siano superiori alla spesa sostenuta per mantenere in attività una film commission. «Queste ricadute sono generalmente riscontrate in un incremento delle attività delle imprese locali, nell'aumento dell'occupazione, nello sviluppo di professionalità legate all'industria dell'audiovisivo, nella promozione dell'immagine del territorio e di conseguenza anche dei flussi turistici» Cfr. *Il mercato delle location cinematografiche*, p.62

⁶⁶ *Al cinema con la valigia*, cit. p.247

internazionali, la conoscenza del territorio, lo spirito dinamico e la capacità di saper risolvere con estremo pragmatismo i diversi problemi che possono presentarsi.⁶⁷

Può risultare esemplare nell'ambito dei festival come promozione cinematografica e turistica il caso dell'Ischia Film Festival, fondato nel 2003 dall'associazione culturale Art Movie e Music con l'intento di premiare film e cortometraggi internazionali che hanno saputo valorizzare il territorio in cui sono ambientati. Situato nella suggestiva location del Castello Aragonese al largo dell'isola, nella quale piazzette e angoli di antiche strutture vengono adibite alle varie proiezioni e incontri, rende subito lampante agli occhi di visitatori e residenti il connubio tra la realtà cinematografica e turistica.

Il taglio del festival è pertanto specifico nel tentativo di valorizzare le modalità migliori di approccio al territorio. L'anello di congiunzione tra le produzioni cinematografiche e il territorio viene infatti rintracciato nelle location deputate a diventare "destinazioni" quando la visione di un film genera l'interesse a visitare i luoghi proposti nel film stesso. [...] Uno dei propositi principali perseguito dagli organizzatori del festival è pertanto di riuscire in qualche modo a fungere da trait d'union tra chi si occupa di cinema e gli stakeholders territoriali al fine di stimolare un produttivo dialogo commerciale che possa portare ad entrambe benefit economici. Alle sue origini il festival nasce principalmente come concorso cinematografico internazionale ma in itinere si evolve proponendosi di sensibilizzare l'opinione pubblica, tramite la cinematografia, al rispetto dell'ambiente e delle ricchezze artistiche del proprio paese. L'importanza della location viene quindi ritenuta sempre imprescindibile all'interno del film ed assolutamente complementare alla storia che viene raccontata.⁶⁸

In questa cornice, pare sia iniziato a diffondersi il termine "cineturismo", emergendo anche in Italia come un fenomeno dalle potenzialità economiche importanti ma non ancora adeguatamente realizzate. Qualche anno dopo, all'interno del festival, nasce la Borsa Internazionale delle Location e del Cineturismo, per stimolare l'incontro tra Film Commission, Enti territoriali e Tour Operator, ora non più attiva, che successivamente continuava un serie di incontri anche alla Borsa Internazionale del Turismo a Milano. Da notare la forte centralità che due appuntamenti del genere possono rappresentare per gli operatori delle realtà del cinema e del turismo per fare mercato, valutare nuove opportunità, ma anche solo per scambiare opinioni e soluzioni ad esigenze territoriali e commerciali. La mancata progressione del progetto della Borsa del Cineturismo sembra faccia risaltare le difficoltà e dubbi dei rappresentanti italiani del settore turistico e audiovisivo nel voler continuare ad approfondire il potenziale che le opere cinematografiche possono avere nella crescita economica dello Stato.

Un evento annuale come quello proposto che sottolinei l'importanza delle location all'interno di un film, sia in relazione alla storia che alla valorizzazione del territorio, può sicuramente aiutare a

⁶⁷ *Il mercato delle location cinematografiche*, cit. p.81

⁶⁸ *Al cinema con la valigia*, cit. p.304

non mancare promettenti occasioni di sfruttamento del mezzo filmico per stimolare il *film-induced tourism*. Un esempio di organizzazione superficiale e di cattiva cooperazione tra produzione ed enti locali si ha con il film *Il Mandolino del Capitano Corelli* (*Captain Corelli's Mandolin*, John Madden 2001), girato in Cefalonia e considerato un flop dal punto di vista cinematografico.

Al momento della produzione vera e propria del film un grande fragore aveva avvolto l'isola ed un grande impatto, seppur a breve termine, aveva avuto luogo grazie al fatto che una gran parte degli abitanti del luogo era stata reclutata in qualità di comparsa. Inoltre a causa dell'eclatanza dell'evento l'impatto aveva investito anche l'ambito qualitativo elevando il profilo dell'isola a richiestissima destinazione. Tale catalizzazione di flussi incoming avrebbe probabilmente avuto una continuazione anche successivamente alla fine delle riprese se non fosse stato che non appena finito di girare il set è stato quasi completamente distrutto lasciando appena qualche esiguo segno di ciò che invece con tanto clamore aveva avuto luogo nell'isola tra maggio e settembre del 2001. I turisti nel tempo hanno continuato a fluttuare copiosi ma più arrivavano all'ambita meta, più si consolidava il loro disappunto relativo all'assenza di segni evocativi. In realtà l'isola era inconsapevolmente diventata una sorta di prodotto destinazione nell'immaginario collettivo degli spettatori sebbene nessun amministratore locale avesse ritenuto opportuno mantenerne o addirittura promuoverne il prodotto. [...] Ecco che allora i residenti si improvvisano commercianti promoter vendendo fotografie scattate durante le riprese o pezzettini di set rimasti.⁶⁹

Da questo esempio si capisce che un basso incasso al box office, non limita per forza il fascino espressivo di un film e dunque non incide completamente sulla sua capacità di essere uno strumento di promozione territoriale. Forse aiutato anche dalla fama degli attori che vi hanno recitato, questo film avrebbe potuto contribuire in modo più efficace al turismo del luogo che ne ha ospitato le riprese; attraverso una collaborazione più efficace con l'amministrazione territoriale, mediata da una film commission, la produzione avrebbe potuto lasciare intatti alcuni set in modo da rendere possibile una fruizione del luogo non solo in un'ottica di immersione nella storia del film, ma anche di scoperta del dietro le quinte della lavorazione di esso. Un caso esemplare è sicuramente il film *La Passione di Cristo* (*The Passion of the Christ*, 2004):

Il film *The Passion* di Mel Gibson ha spinto nella primavera del 2004 un numero di turisti stimato di 200000 persone a visitare il noto quartiere di Sassi nella città di Matera, dove questo era stato girato. [...] più che per l'interesse verso i resti di un'antica città rupestre questi turisti erano attratti dai resti delle scenografie che il regista aveva donato alla città. Alcune Film Commission mostrano di cominciare a prendere in seria considerazione questi comportamenti dei flussi turistici proponendo delle messe in scena che si richiamano all'evento cinematografico di successo che ha utilizzato il luogo come set piuttosto che alle qualità intrinseche del luogo stesso e diventando esempi concreti dello sviluppo di ciò che viene definito come "economia dell'esperienza". In tal modo alcune location diventano attrattive non soltanto perché i film investono di senso i

⁶⁹ *Al cinema con la valigia*, cit. p.254

luoghi attribuendo loro un carattere di straordinarietà e distinguendoli in tal modo dagli altri, ma anche perché creano delle icone per il consumo visivo dei turisti, elementi che lo spettatore associa facilmente al luogo.⁷⁰

Il fatto di lasciare intatti alcuni set da parte delle produzioni testimonia sicuramente un buon lavoro di collaborazione con le realtà locali, che preventivamente hanno saputo cogliere il potere che questi elementi hanno nel rafforzare l'attrattiva delle location naturali, ma anche di rendere particolarmente significativi luoghi e oggetti banali che hanno avuto un impatto importante nella storia, in alcune sequenze e nelle relazioni umane del film, come la panchina in *Forrest Gump* (1994) o la scalinata in *Joker* (2019).

Ma vi sono anche dei casi in cui i film ottengono un buon successo, e le realtà locali non approfittano subito della scia di successo per valorizzare il proprio territorio in cui sono state effettuate le riprese, come era successo sul Lago di Como dopo l'uscita di *Star Wars: Episodio II – L'attacco dei cloni* (*Star Wars: Episode II – Attack of the Clones*, 2002) e *Ocean's Twelve* (2004)⁷¹. Può succedere spesso che i residenti ed enti pubblici vengono tenuti fuori dalle decisioni relative alle operazioni di marketing perché la loro percezione non viene tenuta in sufficiente considerazione, rinunciando così a dare vita a una sorta di sistema che invece a volte si rivela la chiave vincente per la lettura esatta delle vocazioni territoriali.

Dagli history cases proposti si può notare come in molti casi manchi un'intesa tra produzione ed enti locali, non mediata da una film commission che sembra manchi di intuire il potenziale promozionale che il cinema può dare al territorio, ma soprattutto sembra che non si consideri quanto sia importante soddisfare una domanda già attiva da molto tempo da parte dei viaggiatori in ottica di miglioramento della reputazione e della notorietà del luogo stesso.

Il valore di un territorio agli occhi del turista potrebbe essere considerato come l'insieme degli elementi tangibili ed intangibili che, grazie alla loro unicità ed irriproducibilità costituiscono dei fattori critici di successo differenziali e determinano pertanto l'interesse del viaggiatore verso una certa area e facendo sì che egli la preferisca ad un'altra. [...] Un territorio culturalmente spersonalizzato o a precedente vocazione industriale o semplicemente desideroso di ridefinire la propria identità può trovare nella straordinaria potenza comunicativa del cinema una chiave di accesso per l'acquisizione di una nuova immagine o di una rivitalizzazione territoriale. Uno degli aspetti più interessanti del cineturismo è infatti quello di costituire un effetto non a breve ma a lungo termine amplificato dal passaparola e dalla propaganda mediatica di risonanza.⁷²

Come argomentato nel paragrafo precedente, il lavoro svolto dagli enti turistici Visit Britain e Visit London nell'ambito della promozione cineturistica fa emergere un ottimo senso di organizzazione

⁷⁰ *L'immagine della città nel cinema*, cit. p.234

⁷¹ *Al cinema con la valigia*, cit. p. 255

⁷² Ivi p. 243

che dovrebbe servire da guida per le varie film commission, sia come attrattori per le produzioni, sia come collaboratori con gli enti turistici del territorio in seguito al film ultimato; in questo caso dovrebbe risultare imprescindibile una strategia che giochi in anticipo e che sappia prevedere i benefici e rischi che la produzione potrà indirettamente dare al territorio in cui ha operato.

Le operazioni da portare avanti per monitorare una produzione cinematografica e per creare valore turistico dovrebbero essere anticipate da un lavoro di analisi per metter in risalto i punti di forza e di debolezza, di opportunità del proprio territorio (SWOT); per completare il prospetto iniziale di riferimento per le successive strategie sarebbe opportuno portare avanti sia una analisi della potenziale domanda con rilevazione della percezione dell'immagine locale prima che il film o la fiction abbiano diffusione sia una analisi di benchmarking per osservare le modalità di sfruttamento più produttive di altri territori verso la copertura mediatica acquisita tramite il film. Per quanto concerne questa prima fase non resta quindi che coniugare al resto una forte campagna di comunicazione integrata, tramite un approccio per target differenziati, che preceda il lancio del film creando curiosità. Alla comunicazione esterna rivolta ad agenti di viaggio, T.O., opinion leader locali e non, giornalisti ed altri trend setter, è auspicabile abbinare modalità di comunicazione interna indirizzata ai residenti per stimolare l'orgoglio di appartenenza e coltivare in loro una attitudine positiva verso il potenziale turismo in incoming.⁷³

Si noti quanto sia importante disporre di addetti alla comunicazione che sappiano divulgare anticipazioni e notizie relative al procedere delle produzioni sulle varie piattaforme in modo creativo, ma anche la capacità di creare dei rapporti efficaci con la stampa locale per ottenere una promozione reciproca che favorisca l'influenza della film commission nel progetto e che crei ancor più curiosità nel pubblico verso il film ancor prima dell'uscita, un fattore che ovviamente farebbe piacere alla produzione ospite. In questa cornice, agenti di viaggio e tour operator possono già fornire delle idee sulle possibili campagne di promozione territoriale da affiancare all'uscita del film, in seguito ai risultati ottenuti dall'analisi dei punti di forza e debolezza, delle opportunità e rischi (l'analisi *SWOT* appunto), emersi durante un costante monitoraggio del lavoro svolto dalla produzione e dai primi riscontri ottenuti dalla comunicazione attivata dalla film commission.

Durante lo svolgimento delle riprese nella location è importante monitorare costantemente le evoluzioni e i periodici effetti delle iniziative di comunicazione attivate e delle strategie di marketing scelte al fine di "aggiustare il tiro" se necessario. Anche in questo momento la leva della comunicazione va implementata anche tramite conferenze stampa che presentino l'evento legandolo al territorio. Durante la post produzione sarebbe interessante portare avanti operazioni di rilevazione della percezione e del valore della location maturata dopo il film dai visitatori e della qualità percepita circa i servizi fruiti. La campagna di comunicazione continua anche

⁷³ Ivi p.248

in questa fase, accompagnata dalla proposizione al pubblico di movie map e movie tour e ad essa si aggiunge una iniziale valutazione costi-benefici tangibili e non a breve termine.⁷⁴

Come si può notare, la comunicazione esterna rimane un fattore principale per mantenere il pubblico agganciato a quelle che potranno essere le modalità di promozione post-uscita, possibilmente da sostenere con un mix di advertising, pubblicità e promotion: l'advertising è lo strumento del marketing più costoso e più flessibile (dal trailer al poster, dalla pubblicità cartacea agli spot radiofonici e televisivi), solitamente sostenuti dalla casa di produzione, ma che possono essere integrati con materiale incentrato sulla location; la pubblicità al contrario è meno costosa e riguarda soprattutto i rapporti con i giornalisti tramite comunicati dell'ufficio stampa oppure press kit oltre che i preview o interviste sul set; infine la promotion è l'insieme di tutta una serie di azioni comunicative di rinforzo mirate al pubblico con lo scopo di accrescere la risonanza del prodotto filmico stimolando anche il passaparola, in questo caso dovrebbero svolgere un ruolo significativo i canali social delle film commission. Per cui, un lavoro così ampio e che necessita di costanza dovrebbe essere pianificato con molto anticipo, ad esempio 6-7 mesi⁷⁵ prima del lancio del film, che può variare a seconda che si tratti di un kolossal o di una produzione indipendente, in modo da aumentare sempre di più la curiosità del pubblico e l'interesse verso il luogo scelto; tutto questo potrà avvenire più facilmente se c'è un rapporto lavorativo armonioso tra produzione e film commission.

Se il lavoro svolto dagli enti locali risulta efficace e il luogo risulta essere una calamita per cineturisti e viaggiatori di passaggio, a beneficiarne saranno soprattutto le realtà locali che offrono beni e servizi.

Per quanto riguarda l'occupazione bisogna rilevare che, al pari di un grande evento, l'arrivo di una produzione in un'area può scatenare la richiesta di impiego, seppur a tempo determinato, per un certo numero di persone che, a livello dilettantesco o come professione, e dunque saltuariamente o continuativamente, si rendono disponibili a fornire la propria opera e vengono ritenute idonee a farlo. Una domanda che spesso equivale, come somma ore/uomo, alla creazione di posti di lavoro permanenti (annuali) per un rilevante numero di persone. [...] Proprio la continuità di arrivo delle produzioni può dare il "la" alla creazione di nuove, magari piccole, realtà imprenditoriali. La richiesta più o meno permanente di servizi, la conseguente opportunità di investire nell'acquisizione di conoscenze per renderle disponibili, in forma di servizi, ad una domanda di nuova formazione, può convincere alcuni soggetti a creare una nuova azienda, garantendo nel far questo, occupazione, innanzitutto a loro stessi.⁷⁶

⁷⁴ Ibidem

⁷⁵ In casi diversi, ad esempio produzioni più ambiziose, potrebbero essere necessari più mesi di pianificazione. Cfr. *Al cinema con la valigia*, p.249

⁷⁶ *Le produzioni cinematografiche*, cit. p.27

Una produzione supportata dalla presenza di risorse professionali disponibili nel territorio che contribuiscano alla copertura di esigenze artistiche e produttive, sicuramente può favorire il ritorno della suddetta produzione nella località per progetti futuri, ma anche creare un efficace strumento di promozione volta a interessare altre realtà produttive, che saranno stimolate a venire a girare in loco proprio per la affidabilità ed efficienza delle risorse messe a disposizione. In questo caso, potrebbe risultare impattante favorire, o almeno contribuirvi insieme agli enti educativi, l'investimento nella creazione e formazione di professionalità in modo da garantire un ampio ventaglio di competenze e risultare più competitivi tra i luoghi che si candidano come attrattori delle produzioni audiovisive.

Lo studio presentato nel febbraio 2006 dal Film Product Advisory Committ e dal The Tennessee Film Entertainment & Music Commission afferma che l'impatto economico diretto di una qualsiasi produzione televisiva porta, sul territorio, un moltiplicatore di reddito doppio. Ad un euro speso, l'impatto economico è di 2. Inoltre una presenza costante e in crescita delle produzioni audiovisive favorisce l'incremento della forza lavoro, con conseguente riduzione della disoccupazione ed un aumento del benessere sul territorio. [...] L'Italia da sempre considerata un set a cielo aperto per il suo clima, attira con i suoi luoghi numerosi visitatori che trovandosi in vacanza nel "bel paese" abbinano la vacanza alla scoperta dei luoghi dove sono stati girati i film. Il Veneto è la regione leader con i suoi 250 set cinematografici, seguito dal Lazio. Nel sud leader è la Campania con ben 180 location, seguono Emilia Romagna 165 e Lombardia 163.⁷⁷

Nonostante siano dati riportati nel 2007, l'Italia risulta ancora oggi uno dei paesi europei con un potenziale poco sviluppato in materia di promozione territoriale legata al cinema e quindi con una conseguente bassa reputazione di supporto alle produzioni nazionali⁷⁸. Con la riforma della legge cinema del 2016 si afferma però la volontà di sostenere il cinema con un riassetto e una razionalizzazione degli interventi mirati al sostegno economico delle produzioni - riconosciute come realtà che «favoriscono la crescita industriale, promuovono il turismo e creano occupazione»⁷⁹ -, quali ad esempio il tax credit⁸⁰ e i film fund regionali⁸¹. Inoltre, la creazione nel 2017 del portale nazionale online Italy for Movies da parte delle Direzioni Generali del Cinema e Turismo del Ministero per i Beni e le Attività Culturali e per il Turismo punta a essere uno strumento istituzionale di informazione

⁷⁷ Si ricordi che la fonte di queste informazioni potrebbe risultare datata essendo del 2007. *Al cinema con la valigia*, cit. p.259

⁷⁸ Cfr. *Cineturismo e marketing territoriale*, cit. p.21

⁷⁹ <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2016/11/26/16G00233/sg>

⁸⁰ Riconosciuto già nel 2010 come una leva fiscale che «ha spinto numerosi investitori interni ed esterni al settore a rivolgere una rinnovata attenzione al cinema» contribuendo a determinare un aumento degli investimenti privati nella produzione cinematografica. Inoltre, il tax credit risulta un processo che «non implica una scomparsa delle risorse pubbliche a sostegno del cinema, ma un cambiamento a livello di erogazione: non più lo stato ma le regioni, le quali godono di un certo grado di autonomia nell'elaborazione degli strumenti di sostegno.» Cfr. *Il mercato delle location cinematografiche*, cit. p.131

⁸¹ «Un sostegno prestato non solo a una singola fase del ciclo di vita di un prodotto, ma a diversi stadi della filiera audiovisiva (sviluppo, pre-produzione, riprese, post-produzione, distribuzione, promozione, formazione, ecc.)». La gestione del fondo è di norma affidata alla film commission locale. Cfr. *ivi*, p.133

e comunicazione coordinato tra Stato e Regioni, accrescere il grado di attrattività dei territori italiani in chiave audiovisiva e «intercettare un flusso crescente di investimenti dall'estero ai fini di una più efficace promozione turistica legata al fenomeno del cineturismo e di una maggiore fruizione e valorizzazione dei beni culturali, ambientali e paesaggistici»⁸².

I fattori che garantiscono un maggiore interesse nel *film-induced tourism* fanno emergere le possibili ripercussioni sul territorio che ovviamente possono condizionare gli enti locali di altri paesi e città nella scelta di ospitalità delle produzioni: il film potrebbe portare il rischio di creare un'immagine negativa del territorio, danneggiando la reputazione e il potenziale flusso turistico (si pensi ai film di mafia o con protagonisti criminali/serial killer che possono metter in luce casi di degrado e disagio sociale); un film ambizioso potrebbe creare inconvenienti a livello ambientale e urbano ai ritmi quotidiani degli abitanti; il successo di un film potrebbe provocare degli arrivi di turisti troppo consistenti, difficili da gestire per un luogo non abituato a questi flussi e quindi dalle capacità di accoglienza ridotte, o non desideroso di attirare attenzioni (è questo il caso della comunità Amish in Pennsylvania che voleva boicottare il film *Witness – Il testimone* del 1985 per paura di diventare un'affollata meta turistica; il governatore dello stato americano allora si attivò per non far promuovere la comunità in seguito al successo del film⁸³).

Dunque, un altro fattore che la film commission dovrebbe prendere in considerazione insieme all'amministrazione locale nel momento in cui si presenti la possibilità di ospitare una produzione è quello della capacità di carico:

l'individuazione, cioè, di una soglia critica oltrepassata la quale un certo tipo di pressione sul territorio (di residenza, flussi, traffico, insediamenti produttivi, infrastrutture ecc) diventa davvero problematica e ne mina la conservazione e lo sviluppo, dunque la sostenibilità. Sebbene usualmente riferita ad altri fenomeni, la capacità di carico va comunque presa a riferimento anche nell'azione di attrazione di produzioni cinematografiche e audiovisive. Alcuni riflessi della presenza di queste ultime, infatti, possono avere impatti non proprio leggeri sulla vita del territorio e dunque di chi in esso vive e opera.⁸⁴

Risulta dunque necessaria una conoscenza dei limiti logistici che un luogo può raggiungere senza mettere in difficoltà i residenti, facendo sì che la produzione sappia fin dall'inizio i risultati che può ottenere senza creare un disagio forte, assecondato magari da un desiderio dell'ente locale di far crescere di popolarità la location senza preventivarne benefici e rischi.

Per diventare una destinazione turistica di successo occorre fare proprio il concetto di qualità dell'accoglienza, un mix di atmosfera, fattore umano, comodità e disponibilità. Questo mix si realizza attraverso una politica di sensibilizzazione rivolta alla popolazione locale in quanto determinante è sia l'immagine che essa ha del proprio

⁸² Cfr. <https://www.italyformovies.it/chi-siamo>

⁸³ *Witness – Trivia*, https://www.imdb.com/title/tt0090329/trivia/?ref_=tt_trv_trv

⁸⁴ *Le produzioni cinematografiche*, cit. p.120

territorio sia l'immagine che essa intende proiettare al turista; la formazione professionale, il coordinamento dei servizi, la promozione territoriale, sono tanto necessari, quanto il ruolo dei cittadini della località ospitante in qualità di attori del sistema turistico, i quali con la loro disponibilità o ostilità faranno da ago della bilancia nella realizzazione di una destinazione di successo.⁸⁵

Questo intervento rimarca l'indispensabilità di una buona comunicazione tra gli enti promotori con la comunità locale al fine di rendere chiari gli effetti positivi che può ottenere anche essa. Si pensi a zone di una città poco sfruttate come edifici in disuso, aree industriali e portuali, discariche che potrebbero risultare antiestetiche ai fini di una valorizzazione positiva del territorio, ma che invece associandole ad un immaginario cinematografico possono fungere da ispirazione per creare varietà e una particolarità rilevante legata a quella città.

Una gamma più ampia di luoghi può meglio captare le esigenze di sceneggiature differenti che prevedono a loro volta l'utilizzo di differenti ambientazioni, ma anche perché un territorio che offre luoghi diversi in un'area sufficientemente limitata diventa un fattore di economicità sia di tempo che di denaro per ogni singola produzione - la necessità di utilizzare ambienti diversi ma distanti l'uno dall'altro le costringerebbe a sopportare costi più alti di mobilità-. [...] Ma i supporti di comunicazione cinematografica possono creare e veicolare anche una nuova estetica urbana, che non obbedisce ai codici estetici ammessi generalmente nei documenti tradizionali di comunicazione urbana - come le guide turistiche ad esempio - quanto piuttosto a una sorta di anti-estetica che sfrutta l'elemento originale, oscuro ecc. del territorio.⁸⁶

Pertanto, la mancanza di siti web ricchi di informazioni e materiale audiovisivo in riferimento a una buona varietà di location e delle sue possibilità di utilizzo, rischia di diventare già un fattore escludente per la film commission e il territorio che rappresenta. Senza tralasciare l'importanza della consultazione delle informazioni anche in lingua inglese, le sezioni principali possono essere dedicate a fornire curiosità e notizie sulle produzioni in corso, raccontare come e, soprattutto, quali location sono state usate nei film già girati in locale, e magari, con l'aiuto di realtà produttive locali, fornire esempi visuali su come poter sfruttare i diversi luoghi a seconda di un genere cinematografico specifico, in modo da rendere ben chiare anche a un rapido scorrimento le possibilità offerte dal territorio. In più, come alternativa alla movie map rivolta ai cineturisti, potrebbe essere creata come vetrina per le produzioni una mappa divisa per possibili ambientazioni - come quella del 1927 creata dalla Paramount per le location californiane-, e fornire video dei *making of* realizzati in collaborazione con le case di produzione cinematografiche o televisive per dare un'idea di come può svolgersi il lavoro di riprese all'interno delle varie location.

⁸⁵ *Cineturismo e marketing territoriale*, cit. p.71

⁸⁶ *L'immagine della città nel cinema*, cit. p.237

Come espresso in precedenza, una strategia meditata con anticipo e divisa in diversi passaggi, può permettere alla film commission di ottenere risultati più efficaci e duraturi, i quali dovrebbero essere costantemente sottoposti a esame e verifica, in modo da misurare i pro e contro ottenuti, e in base ad essi ridefinire, eventualmente, traguardi, scelte e metodi.

Primo aspetto da esaminare nel rilevare l'efficacia di una film commission, e dunque la quantità e la qualità dei suoi risultati, è la continuità del ricorso ad essa da parte delle produzioni che scelgono di girare nel territorio di sua competenza. Bisogna cioè comprendere se nel processo che porta i referenti di una produzione a valutare la fattibilità di girare in un determinato luogo, e poi a garantirsi le condizioni perché ciò avvenga, si faccia quasi automaticamente riferimento alla film commission (se presente ovviamente) per ottenere le informazioni e i servizi di cui si necessita. [...] Una valutazione dell'attività può essere anche effettuata attraverso l'esame di quelli che possono essere definiti dei meta-risultati, dei traguardi cioè che aprono la strada al raggiungimento degli obiettivi finali. Ci si riferisce, ad esempio, ad accordi con gli enti preposti volti a garantire le migliori condizioni – in termini di riduzione o esonero dal pagamento di tasse e contributi, abbattimento di costi vivi, erogazione di contributi diretti – per le produzioni che scelgono il territorio come location. Ci si riferisce, altresì, alla definizione di accordi di programma con altre realtà per una continuativa promozione turistica del territorio affidata al mezzo audiovisivo o, ancora, al farsi promotore della realizzazione di percorsi formativi per professionalità del settore cinematografico.⁸⁷

Risulta particolarmente significativo per una film commission quanto sia influente all'interno del proprio territorio, tanto da renderla una realtà affidabile a cui si possa fare riferimento per ogni necessità produttiva e promozionale legata al cinema. Ma una film commission non dovrebbe dimenticare il valore che possono apportare al territorio i documentari, festival di film e cortometraggi, eventi che potrebbero essere patrocinati da loro stessi come incontri con cineasti all'università o nei cinema all'uscita del film, dei modi che potrebbero sicuramente testimoniare l'impegno dell'ente nel far circolare nel proprio territorio l'arte filmica e quindi dimostrare l'attitudine del territorio stesso ad essere attivo e ospitale. Come si è accennato in precedenza, un altro fattore su cui la film commission dovrebbe investire a favore di una maggiore professionalità nel campo audiovisivo è quello della formazione⁸⁸, facendo sì che attraverso corsi sponsorizzati o patrocinati in istituti artistici o università si formino delle nuove personalità che possano contribuire alle produzioni in arrivo dall'esterno, ma anche riuscire a dar vita a lavori personali all'interno del territorio, creando quindi una rete professionale di idee e progetti legati all'audiovisivo e all'influenza del territorio su di esso.

Il *film-induced tourism* si presta a rispondere, secondo Schofield, all'esigenza di creare nuovi prodotti connessi a questa dimensione della memoria emozionale propria dell'*heritage*, in un'ottica di differenziazione dell'offerta.

⁸⁷ *Le produzioni cinematografiche*, cit. p.112

⁸⁸ Cfr. *Il mercato delle location cinematografiche*, cit. p.74

E lo fa non attraverso la conservazione o il rinnovamento del patrimonio urbano nella sua dimensione tangibile (*heritage of objects*), bensì proponendo nuove forme di interpretazione e apprezzamento dello stesso: lavorando, cioè, sull'*heritage of ideas*, il cui “valore è contenuto nell’evidenza illustrativa, o è simbolico e collegato alla soddisfazione di un bisogno emozionale”.⁸⁹

Si può capire dalla citazione dell’autrice che al centro di un turismo costante legato al cinema c’è sempre un’emozione e uno stimolo di riviverla da soddisfare, per cui la qualità della storia giocherà sempre un ruolo fondamentale, come la qualità della rappresentazione della città all’interno di esso, due elementi su cui una produzione dovrebbe puntare a prescindere per creare un prodotto che si distingua e diventi facilmente riconoscibile all’interno di un panorama audiovisivo enormemente ampio, cercando di evitare naturalmente un approccio troppo legato alla promozione pubblicitaria del territorio e delle sue tipicità.

I luoghi sarebbero quindi scelti come destinazione perché il consumo di prodotti audiovisivi (ma anche di quelli a stampa: riviste, libri, brochure promozionali ecc.) avrebbe la capacità di anticipare, specialmente attraverso l’immaginazione e la fantasia, non soltanto le caratteristiche del luogo ma anche la possibile esperienza che se ne potrebbe fare e l’intenso piacere che si potrebbe provare. La casistica di fenomeni di turismo urbano di ampia portata creati da specifici prodotti mediatici è ormai sterminata e interessa praticamente tutte le più sviluppate cinematografie in diverse parti del mondo.⁹⁰

Il riconoscimento della riprovata importanza del film-induced tourism sembra stia trovando riscontro in molti paesi - compresa l’Italia, che nel corso degli anni ha dovuto far fronte a pesanti tagli alla cultura e continui ridimensionamenti⁹¹ -. Nonostante ciò, i punti di forza di questo fenomeno come fattore di crescita dello sviluppo economico, specialmente in Italia, possono essere impiegati in modo più assiduo, in modo da poter migliorare anche l’attrattiva del paese sia in ambito turistico che cinematografico, sfruttando appunto questo rinomato interesse per le dinamiche turistiche legate agli audiovisivi che fino a qualche anno fa venivano ignorate.

⁸⁹ *Cinema, media e turismo*, cit. p.57

⁹⁰ *L’immagine della città nel cinema*, cit. p.233

⁹¹ *Ivi*, p.240

3. WOODY ALLEN IN EUROPA

3.1 LO SGUARDO DEL REGISTA FUORI DAGLI STATI UNITI

In questo paragrafo, si andrà a tracciare un filo comune tra le tematiche, lo stile narrativo e le intenzioni della fase creativa legata ai film presi in esame per questo lavoro, cercando anche di dimostrare come sia importante per il processo creativo dell'autore trovare il giusto rapporto tra le storie e le città in cui vengono ambientati i film.

Com'è noto, la ricca produzione (a cadenza spesso annuale) di Woody Allen ha sempre oscillato fra diversi generi quali la commedia romantica, la slapstick comedy, il dramma esistenziale, la tragedia, la commedia dolcemente, prendendo come punto di riferimento la città di New York per la rappresentazione urbana di queste storie. In particolare, nel film *Manhattan* (1979) il regista inserisce due soliloqui abbastanza emblematici per esplicitare i suoi punti di ispirazione e i sentimenti che sono suscitati dal vivere nella città americana⁹². Manhattan, non New York, perché «la sua vita è incentrata nell'Upper East Side, intorno alla Quinta Strada – dove ha vissuto per molti anni-, all'altezza di Central Park. [...] Lui stesso ammette di avere sempre mostrato sullo schermo una città idealizzata, in cui non ci sono reati, povertà, immondizia per le strade né ingorghi interminabili o baccano»⁹³, cercando piuttosto di restituire una versione, un'interpretazione della vivacità e dell'emozione che può trasmettere la metropoli a chi la attraversa, avvalorata ancor di più dall'uso del bianco e nero che enfatizza i contrasti dei palazzi e delle strade e dalla musica di Gershwin, che dona un tono elegante e inaspettato alla silhouette urbana.

Un altro esempio del forte attaccamento del regista alla città americana viene evidenziato dalla sua presenza alla cerimonia degli Oscar del 2002 - cerimonia a cui ha sempre rinunciato a partecipare perché pensa sia impossibile stabilire se un'opera d'arte sia migliore dell'altra – pochi mesi dopo l'attacco terroristico al World Trade Center, per fare una sorpresa al pubblico e invitare i produttori a non smettere di girare film a New York⁹⁴.

All'inizio del nuovo millennio, dopo una serie di film apprezzabili ma ritenuti un po' sintetici nei contenuti e nei toni cari al regista⁹⁵, Allen ritrova un consenso unanime di pubblico e critica con *Match Point* (2005), un film che inizialmente si sarebbe dovuto ambientare a New York nella zona

⁹² Cfr. *Città, cinema, società*, cit. p.141

⁹³ *Woody Allen, l'ultimo genio*, cit. p.25

⁹⁴ *Woody Allen. Dall'inizio alla fine*, cit. p.69

⁹⁵ Cfr. Mozzati Tommaso; Turrini Davide, *Match Point*, Segnocinema Vol. 26, Fasc. 138, Marzo-Aprile 2006, p.55

costiera degli Hamptons, poi spostato in Europa causa mancanza di finanziamenti, di libertà creativa⁹⁶ e in seguito alle ripercussioni legate alle accuse dell'ex moglie Mia Farrow, che hanno influenzato negativamente la considerazione del regista in patria.

«Dopo tanti anni, i film ambientati nelle stesse città tendono a sembrare un po' tutti uguali, anche se le sceneggiature sono molto diverse tra loro. Woody ha usato come location praticamente ogni zona di Manhattan che fosse anche interessante sul piano delle immagini, quindi, è sempre più complicato trovare luoghi nuovi che siano anche adatti alle sue storie»⁹⁷. È chiaro, dunque, che cambiare la location del film ha dato nuovo vigore artistico a Woody Allen, dimostrando di saper dare ordine e priorità alle sue primarie influenze e sapendole adattare ad un contesto urbano totalmente nuovo e diverso culturalmente da quello a cui è sempre stato abituato.

In *Hollywood Ending* (2002), Hal (Mark Rydell), l'agente del regista Val Waxman (personaggio sicuramente autobiografico interpretato dallo stesso Woody Allen), annuncia contro ogni pronostico che i francesi hanno adorato il suo ultimo film (che Val ha girato mentre era temporaneamente cieco): «I francesi hanno visto il tuo film a Parigi, e dicono che è il più grande film americano in cinquant'anni!... ti hanno acclamato come un vero artista, un grande genio! E, lo sai, la Francia imposta il tono per il resto dell'Europa, no?» A quella incredibile notizia, Val reagisce dicendo: «Quindi sono un barbone, ma là sono un genio, oh grazie a Dio esistono i francesi». Al di là della battuta e pure della sua implicita ironia (i francesi sono dei pessimi critici?), tutto questo enfatizza una verità, ovvero che i film di Woody Allen sono sempre stati ben accolti dal pubblico francese e soprattutto dalla critica francese fin dagli inizi della carriera⁹⁸, provocando un effetto di risonanza negli altri paesi europei. Londra è la prima città che accoglie il regista americano all'inizio del suo "esilio" e gli dà carta bianca per dirigere un film con attori e troupe inglesi. Il cambio di rotta dalle produzioni precedenti – cinque film sotto la DreamWorks e Fox - dimostra l'incredibile senso di rinnovamento di un autore che ormai era considerato in declino, sicuramente stimolato da un nuovo ambiente in cui operare e una storia che prende ispirazione da una delle sue influenze letterarie preferite – Dostoevskij e il suo *Delitto e castigo*⁹⁹ -. Questa nuova espressività raccolta nella fase

⁹⁶ *Woody Allen. Dall'inizio alla fine*, cit. p.62

⁹⁷ Ivi, p.60

⁹⁸ Cfr. Bailey Peter J., Girgus Sam B., *A Companion to Woody Allen*, Wiley-Blackwell, Chichester, U.K., 2013, p.53

⁹⁹ «Lo ha chiarito lo stesso Allen in conferenza stampa, e chiunque conosca almeno un po' "Delitto e castigo" sa che la sua lettura da parte di Chris, quasi all'inizio di *Match Point*, non deve trarre in errore, facendo automaticamente del nuovo film di Allen un'opera in qualche modo dovstoevskiana; semmai lo è per metà, fino al delitto, e del resto Chris [...] è ancora lontano dal terminare il libro e probabilmente non lo finirà mai. Dovstoevskiano per metà, dunque: e non perché c'è solo mezzo Dovstoevskij nel film, ma perché sembra mancare – al protagonista e alla società in cui vive – l'altra metà del titolo, il castigo.» Malvasi Luca, *La Fortuna non ha Morale*, Cineforum, Gen/Feb 2006, 46, p.24

creativa dei film europei mette in rilievo tematiche legate all'affermazione personale dei suoi protagonisti e alla paura di non realizzarsi prima che arrivi la morte.

Lo scopo che questi personaggi si danno nella vita non è più quello d'inserirsi nell'ordine sociale tradizionale, di conservare il loro ruolo nel gruppo e di farsi apprezzare per la loro passione nel lavoro e per il loro senso morale, e non è neanche, al contrario, quello di edificare una società più giusta: è semplicemente di arrivare a crescere e a realizzarsi individualmente. In concreto, il loro obiettivo è di "riuscire" in campo professionale, in un contesto di competizione consolidata, ciò che consente loro di essere riconosciuti per il proprio dinamismo e per il proprio talento, e soprattutto dà loro l'impressione di provare il proprio valore. Ma allo stesso tempo essi aspirano a vivere una vita sessuale e amorosa gratificante. Il sesso è ormai scolpevolizzato e riconosciuto come una delle fonti di felicità più evidenti e naturali, al punto da essere divenuto un'ossessione esplicita e da essere commentato senza falsi pudori. [...] La maggior parte di questi personaggi continuano a sognare intense passioni, sbornie affettive che farebbero dimenticare loro, fosse anche solo per un breve momento, la prosaicità della vita quotidiana. Ma beninteso, tali aspirazioni sono ormai libere da ogni preoccupazione di rispettabilità sociale, e forse anche da ogni dimensione "morale": pensando di essere degli adulti ragionevoli, e avendo dei valori liberali, essi si riconoscono il diritto di porre fine a una relazione a partire dal momento in cui questa cessa di soddisfarli: da qui una certa instabilità sentimentale, e un numero considerevole di rotture che non avvengono con la serenità che essi desidererebbero.¹⁰⁰

Non si può non pensare, dopo aver letto questa citazione, al protagonista Chris Wilton interpretato da Jonathan Rhys Meyers nel film londinese e alle protagoniste di *Vicky Cristina Barcelona* (2008). Per Chris riuscire a mantenere la posizione sociale elevata che è riuscito a guadagnarsi grazie alla sua intraprendenza e al matrimonio con la facoltosa Chloe (Emily Mortimer) diventa più importante della passione amorosa gratificante scaturita dalla relazione adultera con l'americana Nola (Scarlett Johansson), aspirante attrice e quindi appartenente a una classe sociale più umile a cui apparteneva lo stesso Chris. Per quanto riguarda le due amiche americane che vanno in vacanza a Barcellona - prima Cristina (Scarlett Johansson) e poi Vicky (Rebecca Hall) - cercano nell'intensità e la libertà del sesso - ovviamente solo nella più "aperta" Europa pare possa essere possibile - un modo per creare una tregua dalle loro aspirazioni e dubbi sul futuro prossimo, salvo poi accorgersi che l'interpretazione assidua dei valori liberali di una e le difficoltà di accettare la rottura dei sentimenti dell'altra porta entrambe a tornare quasi al punto di partenza, dove il pensiero costante di risolvere il dilemma sul proprio futuro ritorna principale. Per i protagonisti di entrambi i film il sesso sembrava rappresentare un mezzo per poter risvegliare la loro vera natura psicologica e aprire meglio le loro menti verso una valutazione delle possibilità sul futuro, salvo poi rendersi conto che le situazioni in cui erano coinvolti erano solo distrazioni che non avrebbero portato a nulla di veramente soddisfacente per i loro tipi di carattere. Viene subito alla mente una delle celebri battute di Allen

¹⁰⁰ Quilliot Roland, *La filosofia di Woody Allen*, Mimesis, Milano-Udine, 2011, p.22

pronunciate in *Amore e guerra* (*Love and Death*, 1975): «Il sesso senza amore è un'esperienza vuota, ma fra le esperienze vuote è una delle migliori», che in questi due casi analizzati risuona senz'altro più malinconica e pessimista rispetto al film del 1975.

In questa fase, con eccezione per una parte secondaria in *Scoop* (2006) e *To Rome With Love* (2012), la figura dell'Allen personaggio sembra svanita. Il tema dell'esilio è così pervasivo, sia in ottica narrativa, se si pensa ai protagonisti dei film che si allontanano dal loro luogo di origine, sia in un'ottica autoriale, che pare espressione implicita di un bisogno di distacco dalle precedenti produzioni, facendo notare come l'insieme dei lavori – che comprende *Match Point* (2005), *Scoop* (2006), *Sogni e delitti* (*Cassandra's Dream*, 2007), *Vicky Cristina Barcelona* (2008), *Basta che funzioni* (*Whatever Works*, 2009)¹⁰¹, *Incontrerai l'uomo dei tuoi sogni* (*You Will Meet a Tall Dark Stranger*, 2010) e *Midnight in Paris* (2011) - possa essere inteso come il suo periodo di auto allontanamento. Da una prospettiva esterna, l'espatrio cinematografico di Allen e la sua assenza sullo schermo suggerisce una ricerca per un nuovo spazio creativo per la sua arte filmica. Questo nuovo periodo lavorativo del regista potrebbe sembrare un tentativo di lasciare al pubblico una visione più ampia sulle relazioni tra persone al di là delle vite rappresentate nei film di ambientazione newyorkese; ma forse anche un tentativo di omaggio verso alcuni autori cinematografici europei che hanno sempre influenzato la sua visione¹⁰², come l'omaggio che viene fatto al regista spagnolo Luis Buñuel in *Midnight in Paris*, quando il protagonista tenta di dargli l'ispirazione per il suo prossimo film.

Staccandosi da New York, e quindi dagli Stati Uniti, Allen stimola la sua tensione creativa che gli permette di rompere con il passato e un'idea di cinema data per assodata e ottenere così una libertà espressiva che gli permette di affrontare le tematiche che gli stanno a cuore secondo nuove possibilità narrative. Questo periodo di “esilio” può essere considerato anche il più serio della sua carriera. Ma non della stessa cupezza e introspezione che caratterizza lavori come *Interiors* (1978) e *Un'altra donna* (*Another Woman*, 1988), ma una serietà intesa come lavoro autoriale simile a quella di Bergman o De Sica, capace di essere visivamente poetico, emozionalmente penetrante e che lascia aperta una questione irrisolta.¹⁰³

¹⁰¹ Ambientato a New York

¹⁰² Cfr. *A Companion to Woody Allen*, cit. p.95

¹⁰³ «When I wrote *Scoop* I put myself in it because I felt, I haven't been in a film in a while, I should do it. But I really dislike the experience of having to make sure if I'm in it that there is a Woody Allen character. So I vowed that I wouldn't do that. And I won't be in the one I do in Barcelona, either, which is going to be a serious picture. Maybe never again. It limits me when I am conceiving a project to have to think that there needs to be a Woody Allen character, because that immediately requires it to be a certain type of movie. I'm not going to be able to write *Cries and Whispers* or *The Bicycle Thief* and accommodate my character» il regista dev'essere arrivato alla conclusione che la sua presenza sullo schermo potrebbe condizionare il pubblico ad avere delle aspettative sulla storia legate alla figura quasi sempre comica del

Com'è noto, Woody Allen ha costruito la sua identità autoriale grazie al suo inconfondibile senso dell'umorismo sviluppato fin dall'inizio della sua carriera come cabarettista, ma il suo background comprende anche una vasta conoscenza della letteratura americana e della psicanalisi. Oltre al cinema di Chaplin e Buster Keaton – i quali facevano della città e delle caratteristiche che esprimevano l'essenza della modernità i loro punti di partenza per le gag visive – Woody prende ispirazione per i suoi film anche dall'umorismo dei Fratelli Marx, scandito da battute brillanti e sarcastiche. A questo si aggiunge la sua passione per il teatro: «Un lontano parente di sua madre, uno scrittore di nome Abe Burrows, lo spronò a cimentarsi come autore teatrale e lo iniziò alle opere dei grandi, non solo gli americani ma anche Ibsen e Cechov, che Allen leggeva con passione»¹⁰⁴.

Il bagaglio culturale che ne esce rappresenta un'influenza di stili che il regista esprime attraverso il suo punto di vista negli scambi tra i personaggi e le battute comiche, le quali «rispecchiano in forma concentrata un pensiero che spazia tra l'assurdo e una certa riflessione filosofica che, in ogni caso, si spinge oltre il sorriso iniziale, invitandoci a pensare»¹⁰⁵. Infatti, il ricorso al sarcasmo e l'ironia in molte scene potrebbero servire per indicare una certa fragilità e un certo spaesamento con l'ambiente esterno.

Se in *To Rome With Love* la grandezza della capitale e le folle numerose possono rappresentare degli elementi di disagio per alcuni personaggi – si pensi a Milly (Alessandra Mastronardi) quando si perde per le vie di Roma non riuscendo a orientarsi in mezzo al caos, ma anche alla folta schiera di paparazzi che insegue e non dà pace a Leopoldo (Roberto Benigni) -, in *Midnight in Paris* sembra invece risultare più esplicita l'influenza letterale e comica – in particolare quando Gil (Owen Wilson) incontra i suoi miti letterari e da questi incontri nascono dei dialoghi che basano la loro comicità sulla differenze di epoche di ognuno, ma che successivamente aiutano il protagonista a capire meglio sé stesso -; infine, si noti come, principalmente in *Match Point*, molti dialoghi sembrano seguire uno schema teatrale che iniziano con informazioni semplici per poi arrivare fino a delle rivelazioni caratterizzanti del proseguito della narrazione (in questo caso, non utilizzando ironia e comicità). Per cui, Allen riesce a diventare una figura popolare riconoscibile grazie a due motivi:

Innanzitutto e certamente perché è un comico, famoso tanto per i suoi guizzi umoristici, quanto per il personaggio che ha incarnato, quello piccolo, insignificante uomo dall'espressione balbuziente, autore di gaffes, maldestro, disadattato, avviluppato nei suoi desideri, nelle sue manie, nelle sue angosce – l'equivalente, per la seconda metà del XX secolo, di ciò che era stato Charlot per la prima, oltre a essere però un intellettuale. Ma allo stesso tempo Allen è anche, nella nostra epoca, uno dei rappresentanti più esemplari del cinema d'autore, il successore, negli

personaggio cinematografico di Allen, e dunque non permettere al regista di esprimere una differente visione creativa
Cfr. *ivi*, p.96

¹⁰⁴ *Woody Allen, l'ultimo genio*, cit. p.85

¹⁰⁵ *Ivi*, p.101

anni Ottanta, dei Buñuel, dei Fellini o dei Bergman, il difensore di una concezione del cinema che si rifiuta di ridurlo a mero divertimento spettacolare per accostarlo, al contrario, all'arte o alla letteratura, e per farne il mezzo di espressione di uno sguardo personale sul mondo, quasi un mezzo di riflessione.¹⁰⁶

Si può intuire che il tipico personaggio interpretato da Allen, presentato nelle sue apparizioni comiche in televisione e successivamente nel primo ciclo di film degli anni '70, sia diventato particolarmente riconoscibile proprio per saper esprimere delle difficoltà caratteriali che potrebbe avere una qualsiasi persona residente in una città frenetica come New York - e quindi con tutte le aspettative sociali che ne seguono -, ma attraverso un filtro umoristico e sarcastico. Insieme alla vasta conoscenza della letteratura americana, russa ed europea, queste peculiarità fanno risaltare quella figura di intellettuale nevrotico che rimane sempre in bilico tra i suoi desideri e le aspettative sociali, fonte delle situazioni comiche e di conflitto tra i personaggi dei suoi film, nella stragrande maggioranza dei casi coppie sposate o fidanzate. Si può pensare che per il regista americano la coppia non è solo una rappresentazione delle proprie idee autoriali, ma anche uno specchio rappresentativo della società contemporanea. Il rapporto uomo-donna per Allen può essere uno strumento capace di analizzare il comportamento delle persone quando sono messe sotto pressione dalle proprie debolezze, bisogni e, soprattutto, dall'ambiente sociale in cui vivono.

Abbastanza rappresentativo in questo senso è il rapporto che c'è in *Io e Annie* (*Annie Hall*, 1977) tra il personaggio di Alvy Singer, interpretato da Allen, e di Annie Hall, interpretata da Diane Keaton, inizialmente perfetto con molti punti in comune, ma destinato poi al distacco per le diverse ambizioni e i diversi ideali, qui rappresentati da due metropoli americane diverse: la maestosa, fredda e intellettuale New York opposta alla dispersiva, calda e appariscente Los Angeles¹⁰⁷.

L'esempio fatto su *Io e Annie* rispecchia situazioni simili nei film presi in esame per questo lavoro, nei quale l'amore sembra poter funzionare solo quando i personaggi capiscono di essere nella città giusta per le loro convinzioni.

In *Match Point* l'americana Nola sembra sempre fuori posto con le sue ambizioni di attrice nell'ambiente altolocato londinese – dimostrato dal conflitto con la madre del fidanzato Tom che la vorrebbe in una occupazione più stabile -, e quando pensa di poter assicurarsi una relazione stabile con l'ormai aristocratico Chris solo perché si amano veramente e sono in attesa di un bambino, andrà invece incontro a un destino fatale.

Nel film spagnolo, l'amore viene scavalcato dall'erotismo, che funge da escamotage fugace:

L'attrazione fisica è qui descritta come motivo di fuga dal reale, dal convenzionale rapporto bigamo. Sia Cristina che Vicky rimangono intrappolate in una relazione carnale che, tuttavia, non può essere definitiva. L'erotismo è

¹⁰⁶ *La filosofia di Woody Allen*, cit. p.17

¹⁰⁷ Cfr. *Città, cinema, società*, cit. p. 143

una perversione nascosta che attrae, ma che alla lunga è impossibilitato ad appagare le due protagoniste, costrette, nel finale, a cercare, chi in un modo e chi in un altro, un punto medio tra eros e amore convenzionale.¹⁰⁸

Per Cristina, l'esperienza avuta con il pittore Juan Antonio (Javier Bardem) e poi con la moglie Maria Helena (Penélope Cruz) non porta a nessun chiarimento delle sue ambizioni future e non vedrà altra soluzione che tornare negli Stati Uniti con l'amica Vicky, la quale, dopo aver capito di non essere adatta a un modo di vivere libero e passionevole associato (con facile cliché) all'ambiente spagnolo rappresentato dal personaggio di Javier Bardem, accetta la sua prevedibile vita matrimoniale con il marito americano perché più stabile per lei.

Quest'ultimo esempio risulta simile all'episodio dei due sposini arrivati nella capitale italiana in *To Rome With Love*: Antonio (Alessandro Tiberi) e Milly lasciano la modesta Pordenone perché i facoltosi zii di lui gli hanno offerto un lavoro nell'azienda di famiglia e vedono quindi una possibilità per fare la scalata sociale, ma la loro innocenza e mancanza di punti in comune con quel tipo di classe sociale romana li convincerà a non essere adatti per vivere a Roma, decidendo perciò di tornare a Pordenone per vivere una vita tranquilla.

Infine, nel film di ambientazione francese, lo scrittore Gil Pender (Owen Wilson) capisce dopo le esperienze oniriche avute nella città parigina, tra cui un interesse amoroso rappresentato da una giovane artista del passato, che è proprio lì che si sente più adatto per continuare il suo romanzo e magari iniziare un nuovo percorso della sua vita, lontano dalla superficialità dell'ambiente di Hollywood e dei film che scrive e dal rapporto in declino senza punti in comune con la moglie; infatti questa scelta lo premierà nell'ultima sequenza, quando per caso incontra una ragazza francese precedentemente conosciuta in una bancarella di antiquariato con cui condivide molti interessi, tra cui il piacere di passeggiare a Parigi sotto la pioggia.

«Esiste un saggio sull'infedeltà nei rapporti di coppia nei film di Allen. Dopo l'analisi di tutta la sua filmografia, la ricerca giunge alla conclusione che quasi il novanta per cento dei suoi lavori propone comportamenti di infedeltà tra i personaggi. [...] Per Allen, ovviamente, il romanticismo non è altro che una scusa per sfuggire alla desolazione, una via di fuga dal vuoto esistenziale»¹⁰⁹.

Come detto in precedenza, il punto di conflitto nella maggioranza dei casi nasce da problemi di coppia, che poi in molti casi sfocia in adulterio perché i personaggi sono portati a pensare che non abbiano ancora trovato la persona giusta, o che forse non esiste la persona giusta. Esempio il caso di Boris (Larry David) nel film di ritorno a New York, *Basta che funzioni*, dove un burbero ex fisico di grande fama è costretto ad accogliere in casa un'ingenua ragazza del sud venuta a New York in

¹⁰⁸ *Woody Allen: un sadico commediografo*, cit. p.126

¹⁰⁹ *Woody Allen, l'ultimo genio*, cit. p.173

cerca di fortuna. Melodie (Evan Rachel Wood) si innamora di Boris dopo aver trascorso molto tempo insieme a lui e lo sposa, ma il successivo intervento della madre le fa notare la possibilità di conoscere un uomo più adatto a lei, portando Melodie a tradire Boris, che per la disperazione tenta un secondo suicidio, non riuscito perché l'uomo cade sopra una donna. La storia riesce a mostrare attraverso la commedia l'imprevedibilità di una relazione tra due opposti e che può funzionare se quello più scettico dei due accetta che a un certo punto della vita si può pensare un po' egoisticamente alla propria felicità.

Basta che in un modo o nell'altro tu riesca a rubacchiare un po' di gioia *in this cruel, dog-eat-dog, pointless, black chaos*, in questo crudele caos cane-mangia-cane, nero e insensato. Attento però a non essere stupidamente generoso, a non confonderti con i vermetti, le larve, i microbi che niente fanno, e che blaterano a non finire i loro "se solo avessi", "se solo potessi". Insomma, basta che funzioni, ma per te e basta, senza curarti di vermi e vermetti. [...] Può un conoscitore dell'insensatezza cosmica, un quasi Nobel per la fisica con un'amplessissima visione, perdere il proprio tempo in sentimenti tanto futili, e solo per il fatto che promettono la felicità? Comunque, la sua vita migliora, e a tal punto da convincerlo a sposarsi la vermetta. Già che c'è, la istruisce sulla propria visione, e a illuminarla sull'esistenza. La quale, insiste a spiegarle, di verità vere non ha. Tutto passa senza lasciare traccia, anche i premi Nobel (in specie quelli di cui non s'è fatto niente). Tanto vale starsene a concionare al Caffè Vivaldi, o perdere il proprio tempo in casa, in vestaglia e in mutande, aspettando che passi l'estate calda di New York.¹¹⁰

Se nel corso della vita non si è riusciti a lasciare una traccia che possa influenzare anche le esistenze del resto dell'umanità, allora non rimane che accettare sé stessi e la propria condizione sociale, accontentandosi dei risvolti positivi che la vita può ancora offrire, purché non ci si tormenti coi rimpianti. L'amore certamente potrebbe permettere di evitare di pensare a tutti quei quesiti che rendono le persone troppo nevrotiche o insicure.

Anche Boris cambia idea in merito ai vermetti, e alle vermette in particolare. Non lo convincono ombre e cose risplendenti sotto la luna d'estate, né lo sfavillio di una lampada misteriosa, ma proprio il caso. O Caso, come si chiama il più potente e ironico degli dèi. La sua Melody Saint Ann Celestine alla fine se n'è andata. Ha preferito uno di quegli *inchworms* stupidi e irresponsabili che non si vergognano di amare la vita, gli esseri umani e tutto il resto. È stato Boris a lasciarla andare, a convincerla ad andarsene. [...] vulnerabile come chi abbia avuto in dono una felicità insperata e immeritata, ha avuto paura che fosse lei a lasciarlo, e l'ha lasciata. Ora è solo. Non gli resta che rifare, magari meglio, quel che ha tentato in modo maldestro a suo tempo, rompendosi una gamba. Apre la finestra, si butta di sotto e – ecco il dio Caso, per una seconda volta – piomba addosso a una bella donna, che per ironia e sarcasmo – è di nuovo al lavoro, il dio – niente sa di teoria delle stringhe, ma parla con gli spiriti. Se ne innamora e se la sposa, la medium. [...] Melody, il microbo biondo, lo ha sempre saputo, pur senza sapere di saperlo: sensata o insensata, l'importante è che la vita funzioni. L'importante è che nel suo grande o piccolo viaggio al buio si trovi un barlume di luce. Professori o muratori, scienziati o meccanici, gli uomini e le donne

¹¹⁰ Escobar Roberto, *Il mondo di Woody Allen*, Il Mulino, Bologna, 2020, p.63

vogliono tutti allo stesso modo almeno un po' di felicità [...] Persino il vecchio Boris lo capisce. Per sua fortuna, prima di scomparire nell'indifferenza cosmica.¹¹¹

Se si rimane a considerare questo caso di ambientazione newyorkese, si possono trarre alcune suggestioni riguardo al rapporto che può esserci tra il tema dell'amore/solitudine e l'ambientazione urbana.

La grande città contemporanea si caratterizza per la mancanza di confini marcati e visibili che la distinguono dalla provincia, per lo sguardo "dromoscopico" che impone ai suoi abitanti e visitatori e, in effetti, non esiste ciò che chiamiamo "carattere di una città", poiché "la metropoli è appunto accumulo, sovrapposizione affollamento: in questo senso tende a diventare uno spazio-mondo, in cui possono convivere realtà diverse e in cui tutto può essere ospitato" e, quindi, "non c'è un modo unico, ma ci sono molti modi in cui la città è; essa ha caratteri multipli, a volte in contraddizione l'uno con l'altro (...) il meglio che possiamo fare è cogliere uno – o, in rese differenti – più d'un dei suoi caratteri".¹¹²

La particolarità della città di Manhattan, e del quartiere in cui vive Boris, decisamente più affollato rispetto alle residenze europee dei quattro film presi in esame, rende più credibile il fatto che il protagonista possa cadere sopra a un'altra persona di passaggio dopo essersi gettato dalla finestra, sinonimo di una città piena di possibilità. Il momento di lucidità che illumina il protagonista potrebbe essere dovuto anche alla grandezza della città in cui vive, simbolo e metafora di un universo caotico in cui ogni persona dovrebbe avere la possibilità di crearsi la propria realtà, che abbia come punto focale un'ambizione personale o il rapporto con una persona.

Come precedentemente affermato, il regista newyorkese, durante l'inizio di una carriera universitaria mai portata a termine, è stato influenzato dalla filosofia e in particolare dall'esistenzialismo, imparando a far emergere dalle sue storie i sentimenti della società del suo tempo attraverso l'umorismo¹¹³ e dimostrando di saper rappresentare in modo personale

l'angoscia della morte e dell'assurdo, il sentimento della colpa, la paura di essere andati fuori strada e di aver fallito nella propria vita; ed è convinto, in ogni caso, che un'opera artistica o letteraria che manchi di affrontare le grandi "questioni esistenziali" – secondo lui "le uniche veramente degne di interesse" – sarebbe un'opera mutilata a cui mancherebbe una dimensione. Ma allo stesso modo, Allen è ipersensibile a quanto vi è di involontariamente comico nell'essere umano, anche e soprattutto là dove pretende di riflettere filosoficamente sulla propria condizione: sul suo egocentrismo e sul suo infantilismo incurabili, sullo scarto permanente tra la sua aspirazione al sublime e il suo radicamento nella trivialità, sulle sue innumerevoli contraddizioni.¹¹⁴

¹¹¹ Ivi, p.75

¹¹² *Al cinema con la valigia*, cit. p.155

¹¹³ Cfr. *Woody Allen, l'ultimo genio*, cit. p.218

¹¹⁴ *La filosofia di Woody Allen*, cit. p.19

Sin da giovane, Allen ha iniziato a sentirsi malinconico senza capirne il motivo e iniziò a frequentare uno psicoterapeuta, che nel corso degli anni verrà sostituito da altri, denotando una relazione ambivalente con questa disciplina, ovvero che ne beneficiava, ma anche la riteneva inutile¹¹⁵. Si può affermare che «la psicanalisi ha svolto un ruolo rilevante nella filmografia del cineasta di Brooklyn che, tuttavia, l'ha sempre impiegata come mezzo comico, mettendola quasi alla berlina»¹¹⁶. Nei film europei la psicanalisi non viene utilizzata in modo esplicito, come ad esempio in *Un'altra donna*, in cui la psicanalisi viene tematizzata attraverso la presenza della seduta di psicoterapia a cui assiste di nascosto la protagonista e i ricordi del passato che le vengono stimolati dopo l'ascolto; o come in *Tutti dicono I love you (Everyone Says I Love You, 1996)*, dove la figlia di Joe (Woody Allen) origlia una seduta di psicoterapia per scoprire i bisogni e frustrazioni della bella Von (Julia Roberts) in modo che il padre possa riuscire a capirla e conquistarla. Se nella maggior parte dei film, soprattutto quelli con protagonista lo stesso Woody, la presenza di uno psicanalista serviva per analizzare le titubanze e insicurezze dei personaggi, senza però ottenere un concreto effetto terapeutico – e piuttosto dando vita a situazioni comiche –, nei film europei sembra che i personaggi non abbiano bisogno di pareri di esperti perché ci pensano le esperienze vissute a far loro notare le possibili cause delle discrepanze nei loro caratteri e a offrire delle possibili scelte per sistemare le loro esistenze; appare significativo in questo senso il personaggio interpretato proprio da Woody Allen in *To Rome With Love*: un ex-produttore teatrale di nome Jerry arriva a Roma insieme alla moglie psicanalista per conoscere i genitori del ragazzo italiano che vuole sposare la loro figlia. Per caso, Jerry sente il padre del ragazzo cantare sotto la doccia e rimane affascinato dalle sue doti di tenore, così gli organizza un'audizione, ma l'uomo riesce a cantare bene solo sotto la doccia; nella ricerca ad ogni costo di far conoscere al pubblico le doti del cantante, la moglie riconosce un tentativo disperato di voler evitare la pensione, che viene associata all'imminente morte. La risposta di Jerry è eloquente: “Non psicanalizzarmi!”. Nei dialoghi con la moglie c'è un desiderio dell'uomo di voler allontanarsi da questo tipo di analisi perché potrebbero rivelare delle verità che non si vorrebbero accettare.

«La vita è dunque un'illusione fugace da cui prima o poi si verrà strappati via e, in virtù di ciò, Allen fa dono di questa visione ai suoi personaggi più nevrotici. [...] Non si può scappare dalla morte e l'unica alternativa plausibile è il non pensarci, il creare delle illusioni e viverci dentro»¹¹⁷.

Il bizzarro tentativo di portare in scena il tenore facendolo cantare sempre sotto una doccia portatile è un esperimento che illude il produttore ad aver trovato un nuovo motivo per continuare a vivere ed evitare la morte, un'illusione che si interrompe quando il concerto con brani tratti dall'opera lirica

¹¹⁵ *Woody Allen, l'ultimo genio*, cit. p.227

¹¹⁶ *Woody Allen: un sadico commediografo*, cit. p.160

¹¹⁷ Ivi, p.135

Pagliacci viene stroncato dalla critica e il tenore decide di proseguire con la sua vita tranquilla e umile come gestore di un negozio di pompe funebri – forse una metafora per affermare che si può continuare a vivere lo stesso anche accettando la morte, che può essere presente in ogni momento.

Essa è un inquilino onnipresente, nei film alleniani: si manifesta drappeggiata secondo il pensiero classico-popolare, con cappuccio e falce (*Amore e guerra*, *Scoop*), compare inaspettata nei panni di un cadavere (*Crimini e misfatti*, *Misterioso omicidio a Manhattan*), è praticata ma rimossa dallo schermo (*Match Point*, *Sogni e delitti*), entra di soppiatto come un fantasma (*Una commedia sexy in una notte di mezza estate*, *Alice*, *Match Point*). Ci sono film poi dove la morte si offre nelle vesti di una decadenza intimistica e identitaria, come se tutto fosse sul punto di finire o fosse già finito (*Interiors*, *Broadway Danny Rose*, *Settembre*, *Harry a pezzi*, *Accordi e disaccordi*, *Hollywood Ending*, *Vicky Cristina Barcelona*).¹¹⁸

Si vedrà nel prossimo capitolo come questi temi fin qui analizzati vengono rappresentati nei film europei attraverso il rapporto tra i personaggi e l'ambiente urbano in cui si muovono e che permette loro di interagire con altri punti di vista, alternando diversi filtri narrativi tipici della produzione autoriale del regista.

3.2 LONDRA

La scena d'apertura di *Match Point*, ovvero lo scambio di battute a tennis che dà il senso a tutto film, è sicuramente una delle più riconoscibili e significative della filmografia di Allen. Questo perché può essere interpretata come portatrice delle tematiche principali della pellicola, dal contrasto tra fortuna e sfortuna, bene e male, tra classi sociali diverse, successo e vita umile, amore e morte, tutte tematiche su cui i personaggi del mondo alleniano pensano di avere controllo ma su cui il caso può sempre decidere un capovolgimento delle aspettative, come nel momento in cui la pallina tocca la rete e nessuno può sapere se cadrà in avanti, e quindi far vincere chi l'ha colpita, o indietro, facendolo perdere.

Questo film rappresenta in modo chiaro la nuova idea del regista di affrontare la bellezza patinata e l'amoralità di una società borghese intellettuale da cui sembra iniziare a voler allontanarsene con una critica più amara. Valori come l'integrità personale e lavorativa sembrano sbriciolarsi in favore di un benessere capitalistico¹¹⁹ che forse solo l'amore può contrastare, ma che risulta anch'esso offuscato dall'erotismo, dai valori familiari, le vocazioni personali, il caso, e l'agiatezza che i soldi possono regalare, corrompendo e confondendo un giovane di umili origini come Chris Wilton e portandolo a rappresentare un anti-eroe tragico; da qui la scelta di rimpiazzare,

¹¹⁸ Bocchi Pier Maria, *Woody Allen: quarant'anni di cinema*, Le Mani, Recco, 2010, p.124

¹¹⁹ «Il successo materiale è diventato l'unico segnale di *differenza* tra gli uomini, finendo col demarcare non soltanto una posizione sociale ma anche una specie di giustizia» *La Fortuna non ha Morale*, cit. p.25

in modo azzeccato, la musica Jazz, carattere distintivo della precedente produzione alleniana, con la musica d'Opera, che «assurge un ruolo da protagonista, e rispecchia la raffinatezza delle classi alte a cui il personaggio principale aspira ad avvicinarsi»¹²⁰. Inoltre, questa scelta stilistica, oltre a garantire un senso di inquietudine nel progredire della storia sottolineato dalle melodie melancoliche e le voci profonde dei cantanti¹²¹, rimarca anche un orrore morale dovuto ai testi:

In the film's last scene, the killer, who you've seen shot his mistress and their unborn fetus, brings home, with his wife and family, their firstborn baby, and all celebrate the new son. On the soundtrack, you hear Macduff's "O figli, o figli miei!" Verdi's *Macbeth*. The lyric in translation is "Oh my children! / You have all been killed by that tyrant, / Together with your poor mother!" That music, in its terrible irony, conveys both the complexity and moral horror of this film.¹²²

A differenza di un altro film della propria filmografia che affronta l'idea del delitto senza castigo - *Crimini e Misfatti* (*Crimes and Misdemeanors*, 1989) - in *Match Point* non vi è alcun accenno di ironia che aiuti a prendere le distanze dai fatti o che permetta un alleggerimento della visione di essi – forse ad eccezione di una piccola parte nel finale rappresentata dal detective incaricato di far luce sul delitto di Nola: l'uomo si risveglia improvvisamente nel cuore della notte come colto da un'intuizione durante il sonno e pensando quindi di essere riuscito a smascherare le azioni di Chris, salvo poi essere informato dal collega che una parte della refurtiva della finta rapina sia stata trovata nelle tasche di un criminale trovato morto. A essere l'Opera, qui, è l'ironia del caso -.

Allen cerca di portarci fuori strada, prima offrendoci una narrazione impersonificata da un'icona impassibile, impervia e disincantata, poi da un criminale lucido e spietato, e quindi da un uomo disarmato, divorato dal senso di colpa, che si pente del crimine commesso per reclamare il segno di una Giustizia capace di dare al mondo il senso di cui è in cerca (e di cui ha bisogno). Chris Wilton incrocia lo sguardo di Nola Rice da cognato, da amante e da assassino, senza però tradire lo spirito che si cela dietro, senza lasciare che in nessuno degli episodi ci sia né esitazione né paura.¹²³

La narrazione scorre in maniera organica, Allen sembra riuscito a creare «i personaggi giusti nel posto giusto al momento giusto»¹²⁴, mescola un impianto da dramma sentimentale con quello della tragedia, che mostra il tentativo del protagonista di allontanarsi dalla mediocrità e insignificanza delle sue origini con una scalata sociale, per poi fallire sul piano morale quando si disfa dei suoi errori e i sensi di colpa iniziano a tormentarlo attraverso gli occhi del figlio appena nato: Chris sente il battito dei cuori di Nola e del figlio mai nato quando guarda il viso di suo figlio. Loro sono presenti

¹²⁰ *Woody Allen, l'ultimo genio*, cit. p.191

¹²¹ Cfr. McCarthy Todd, *Match Point*, *Variety*, Vol. 398, Fasc. 13, Maggio 16-22, p.38

¹²² Cfr. *A Companion to Woody Allen*, cit. p.121

¹²³ *Woody Allen: guida a un uso responsabile*, cit. p.222

¹²⁴ *Woody Allen. Dall'inizio alla fine*, cit. p.71

anche nella loro assenza, ricordandogli le responsabilità morali che ha voluto evitare. Ogni dolcezza di egoistico compiacimento è sostituita da amarezza e rimpianto. L'aria lirica in sottofondo conclude con le parole "Si può morir d'amor". Chris rimane incastrato dentro un'esistenza mediocre e senza significato¹²⁵, giustificando il suo atto con l'idea che solitamente degli innocenti vengono eliminati per raggiungere uno schema più grande.

Quello che potrebbe colpire sin dalle prime inquadrature del film è che la metropoli Londinese non viene esplicitamente mostrata nella sua interezza o nei suoi più famosi monumenti; questo perché Allen concentra subito il fulcro della narrazione su un luogo in particolare, il circolo del tennis, che caratterizza il punto di partenza della storia, ma rappresenta anche simbolicamente la tematica del gioco della vita come precedentemente esposto.

Per quel presupposto della città come conformatrice dei suoi cittadini molto spesso gli incipit che presentano immagini di una città hanno solo la funzione di "contestualizzare" le caratteristiche del personaggio e, proprio per questo, ci introducono, con una serie di "quadri turistici" in un luogo/città che viene dato per conosciuto dallo spettatore, magari non per esperienza diretta, ma quantomeno nella sua iconografia generale, vale a dire per i suoi monumenti. (...) In altri casi però l'incipit ha la funzione di introdurci metaforicamente non solo all'idea narrativa che il film vuole sviluppare, ma anche al luogo specifico in cui si pensa che quella specifica storia possa e debba avvenire.¹²⁶

Seppur in seguito vengano mostrati i già noti Big Ben, London Eye, Buckingham Palace ecc., il regista si addentra nei luoghi che sono soliti essere frequentati dall'*upper class*, rappresentata dalla famiglia Hewitt, e, a poco a poco, anche da Chris mentre inizia la sua scalata sociale. Risulta abbastanza rilevante la scelta di far ambientare l'appartamento lussuoso di Chris e Chloe in un lussuoso palazzo che si affaccia sul Tamigi con il Big Ben sullo sfondo, un'ambientazione simbolica del successo sociale raggiunto dal giovane tennista che può osservare la maestosità ed eleganza di Londra da una prospettiva elevata¹²⁷.

Fa da contraltare l'appartamento di Nola, situato in una zona a nord di Londra, piccolo e stretto, che ben rappresenta la situazione sociale dell'aspirante attrice. Curiosamente, la porta d'ingresso si apre subito sul letto della ragazza dove lei e Chris passano la maggior parte del tempo insieme e rappresenta quindi un simbolo esplicito della loro passione.

¹²⁵ Cfr. *A Companion to Woody Allen*, cit. p. 112

¹²⁶ *Al cinema con la valigia*, cit. p.167

¹²⁷ «La forma del grattacielo, nata come risposta architettonica alla scarsità del terreno edificabile, è la soluzione che traduce il mito americano della frontiera in un nuovo confine da conquistare: l'estrusione verso l'alto rilegge il mito del west rendendo la verticalità il nuovo spazio di cui impadronirsi e declina il sofferto rapporto con la natura in una rinnovata relazione tra l'uomo e la foresta di cemento. [...] L'imponenza delle altezze è la dimostrazione di solidità e potere, nonché la possibilità di dimostrare metaforicamente il controllo – scopolico e politico – sulla realtà circostante.» Ivi p.214

Londra non si concede alla vista in modo immediato. Non è fatta per i campi lunghi o lunghissimi in quanto non è circoscrivibile né la si può riassumere con un'occhiata. Si nega cocciutamente a qualsiasi colpo d'occhio che la voglia inglobare nel suo insieme e, così facendo, costringe l'osservatore a scendere nelle strade, a immergersi nel suo labirinto. Nessun *establishing shot* la può raccontare pienamente e non c'è visione aerea che ne possa restituire la vivace e stratificata complessità. A Londra si deve passeggiare. Bisogna scoprirla calandosi nell'intrico dei vicoli e aprendo le sue innumerevoli porte dietro alle quali si celano stralci di paesaggi che ne raccontano la storia e l'anima.¹²⁸

Quando Nola rimane incinta, Chris sembra ormai costretto a rivelare la relazione adultera a sua moglie, anche perché lo farà Nola altrimenti. Quando Chloe nota che qualcosa non va nel comportamento del marito e gli chiede se ha una relazione con un'altra donna, Chris rimane a fissare il panorama fuori dalla finestra del suo lussuoso appartamento, probabilmente mettendo a confronto le due alternative di vita che ha a disposizione. Alla fine, la situazione si evolve con Chris che dice di sentirsi colpevole e di averla delusa, senza specificare perché, facendo scattare nella moglie un sentimento di sconforto perché collega tutto questo alla gravidanza che non arriva, causa secondo lei di mancata fortuna, cosa che non manca a Chris perché a suo modo di vedere può ancora scegliere come risolvere la situazione a suo favore¹²⁹.

Chris is able to revel in the elevation of his white status while he participates in the ethnic white affair that reminds him of his roots. But once Nola becomes pregnant and threatens to tell Chloe of the affair, Chris determines to end not only the affair but also Nola's life. By ending her life, any connection he had to his former white ethnic past would be severed once and for all. He ends Nola's life with a hunting rifle from the Hewitt family gun collection, thus symbolically blowing her away with the power of his new found white status.¹³⁰

La citazione conferma la decisione di Chris di voler sbarazzarsi di Nola per chiudere del tutto con le origini non agiate e inglesi di entrambi e quindi lo status sociale del suo passato, che sembra possa osservare da quella vista elevata che ha sulla città – e quindi sentendosi in controllo della sua vita -, capendo che se avesse dovuto rivelare il tradimento avrebbe dovuto rinunciare all'appoggio economico della famiglia Hewitt e, quindi, al suo nuovo status e ricominciare dunque la sua scalata daccapo, dal basso della città.

In entrambi i casi, Woody Allen mette a contatto le vette della società inglese incarnate in questi personaggi sfrontatamente ricchi con modesti rappresentanti della classe medio-piccola (perdipiù americani di origine), mischiando le carte. Bisogna notare, però, che non sono i "signori" che scendono in strada a cercare ebbrezza e avventure, sono i modesti che vengono innalzati ai piani superiori e vi entrano a testa alta. Londra sfilta nelle immagini, perfettamente integrata all'atmosfera della storia. È ordinata, pulita, risplende di perfezione. Le strade non sono sovraffollate, i pub non hanno ubriachi molesti ma sono tranquilli e ordinati e le abitazioni sono curate,

¹²⁸ Ivi p.176

¹²⁹ Cfr. *A Companion to Woody Allen*, cit. p.100

¹³⁰ Ivi, p.289

lucenti e piene di comforts. Una città da cartolina, epurata da qualsiasi elemento che contrasti l'atmosfera da favola che si respira. Una Londra elitaria che viene messa in quadro e resa fruibile a tutti, Il weekend non si passa al parco distesi su una coperta o correndo dietro a un aquilone, ci si trasferisce in campagna. Qui il paesaggio si apre, diviene pittoresco.¹³¹

La particolarità caratterizzante del film è proprio quel contrasto tra le location eleganti – i ristoranti di lusso, i negozi d'alta moda, le gallerie d'arte - che potrebbero appartenere allo stereotipo di una commedia sofisticata, e il tono teso da thriller scandito dal desiderio sessuale di Chris, sfociato poi nell'adulterio e infine nella tragica scelta dell'omicidio.

Chris raggiunge Chloe al Palace Theatre appena dopo il fatto per crearsi un alibi convincente secondo un'idea di persona altolocata che frequenta spesso i luoghi di cultura insieme alla moglie. Dopodiché, agitato per il primo colloquio avuto con la polizia, Chris non cerca un luogo isolato o fuori dalla città per disfarsi dei gioielli della vicina di Nola, ma sceglie un punto al di sotto di un ponte (il Blackfriars Bridge), non molto lontano dalla galleria Tate Modern, un punto abbastanza popolato e frequentato anche da lui. Per la produzione la scelta del luogo non dev'essere stata affatto casuale, visto che, ai fini della storia, il punto in cui Chris riversa i gioielli nel Tamigi presenta un corrimano che ben si presenta come similitudine di un nastro da campo da tennis, su cui rimbalza un anello e cade indietro, come se la pallina avesse toccato il nastro e avesse decretato la sconfitta per il giocatore. Il fatto di essere una zona abbastanza popolata gioca a favore dell'assassino, perché un piccolo criminale trova l'anello e la sua seguente morte convince l'ispettore del caso ad accettare che sia stato lui ad entrare nell'appartamento della vicina di Nola e a uccidere entrambe. Dunque, la simbologia scaturita all'inizio, e poi riproposta alla fine, dello scambio di battute a tennis viene incarnata in modo efficace nell'evoluzione dei fatti all'interno della storia, dotando di significato il luogo e rendendolo quindi molto più memorabile.

Cinematic motion carries a haptic, affective transport, which is more than the movement of bodies and objects [...] Motion pictures move not only through time and space or narrative development but also through inner space. Film moves, and fundamentally “moves” us, with its ability to render affects and, in turn, to affect. [...] Like architecture, cinema creates mental and emotional maps, acting as membrane for a multifold transport. Layers of cultural memory, densities of hybrid histories, emotional transport are all housed by film's spatial practice of cognition. As a means of physic travel-dwelling, cinema designs cultural voyages, traversals and transitions: its haptic space offers tracking shots to travelling cultures and vehicles for psychospatial journeys.¹³²

¹³¹ *Al cinema con la valigia*, cit. p.185

¹³² Webber, Andrew, Wilson Emma (edited by), *Cities in Transition: the moving image and the modern metropolis*, Wallflower Press, London-New York, 2008, p.26

Il clima tipicamente atlantico e grigio della capitale britannica¹³³ ben si presta a fare da controparte alle azioni di questo tragico personaggio, azioni enfatizzate da una fotografia che favorisce toni freddi e colori insaturi, preferendo una luce naturale anche per i visi degli interpreti, illuminati da piccole fonti di luce come le lampade dei ristoranti o le finestre che fanno risaltare le silhouette. Ne esce un tipo di rappresentazione che si adatta perfettamente a un ibrido di genere e che quindi potrebbe essere definito come un thriller sentimentale che gioca sull'identità ambivalente del protagonista.

Le pellicole che hanno scelto la capitale britannica come set ideale dei loro racconti sono numerosissime e assai differenti, sia per quanto riguarda i generi che per l'immagine della città che regalano allo spettatore. La Londra di Jack lo Squartatore, ad esempio, è ammantata di oscurità, nebbia, pioggia e terrore. È un luogo prevalentemente notturno fatto di vicoli, luci fioche e strade deserte. (...) L'atmosfera si fa completamente diversa, invece, se ci si aggira per le strade della capitale in compagnia di un altro mitico personaggio londinese: James Bond. La sua è una swinging London da anni Sessanta, luminosa e vivace. (...) La Bond-Town è la Londra turistica, con le sue attrazioni e le sue meraviglie. (...) Nei due esempi citati lo spettatore si trova a fare i conti con un paesaggio che, da un lato, resta sempre uguale a se stesso ma dall'altro cambia, ibridandosi dei connotati dei protagonisti che lo attraversano. Si tratta di uno sfondo che è parte integrante della storia che viene raccontata, dalla quale non può prescindere ma alla quale, a sua volta, regala atmosfere e sensazioni che la rendono unica.¹³⁴

La capacità di una città di ibridarsi ed adattarsi al genere e all'argomento della storia narrata può giovare agli enti turistici, che vedono nelle pellicole un ottimo sistema di attrazione di visitatori che ricercano nella capitale le atmosfere più diverse. Come presentato nella pagina dedicata del sito Visit London¹³⁵, vengono divise per genere cinematografico le varie aree in cui sono stati girati i film più memorabili – ovviamente, quelli che sono riusciti a rimanere impressi nella mente del pubblico per il loro rapporto quasi simbiotico con la città -, in modo da presentare un'offerta ancor più personalizzata per diversi tipi di immersione nella realtà metropolitana. L'ente turistico Visit London approfittò subito del successo del film per pubblicare una movie map, ora non più disponibile¹³⁶, con la maggior parte delle location usate nel film, in modo da promuovere quel lato trendy e sofisticato della città¹³⁷. Un altro caso rilevante è rappresentato dal tour operator Brit Movie Tours, fondato nel 2009 e che rappresenta uno dei migliori enti turistici specializzati in visite delle location cinematografiche in Inghilterra¹³⁸. Tra le loro numerose proposte si noti Virtual London Movie Tour, un percorso virtuale lungo tutto il fiume Tamigi che si può effettuare su pc o smartphone al prezzo di £3 per scoprire i luoghi utilizzati in alcuni film e serie tv, tra cui risulta anche *Match Point*; una proposta che può

¹³³ Cfr. *Match Point*, Variety, p.38

¹³⁴ *Al cinema con la valigia*, cit. p.178

¹³⁵ <https://www.visitlondon.com/things-to-do/sightseeing/film-locations/top-10-film-locations-in-london>

¹³⁶ È comunque possibile trovare informazioni dettagliate online sulle location dei film grazie a siti quali *Imdb* e *The Woody Allen Pages*

¹³⁷ Cfr. *Le produzioni cinematografiche, il turismo, il territorio*, cit. p. 50

¹³⁸ <https://britmovietours.com/about-us/>

risultare efficace per far conoscere ad un pubblico vasto (anche per chi non può viaggiare subito) un esempio dell'offerta che il tour operator¹³⁹ può offrire ai cineturisti.

3.3 BARCELLONA

Nel periodo di “esilio”, il film di ambientazione spagnola rappresenta un nuovo cambio di toni rispetto ai film ambientati a Londra, allontanandosi dall'elemento del thriller di *Match Point* e *Sogni e delitti* o del giallo di *Scoop* e dagli ambienti più raffinati della capitale londinese. Questo anche perché solitamente a Barcellona vengono attribuite connotazioni diverse, di una città più vivace e calda – enfatizzata infatti in fotografia da una temperatura della luce molto bassa che fa risaltare i colori giallo e arancione –, permeata di cultura spagnola espressa tra musica, arte e architettura. «Dopo aver raccontato in ogni dove la complessità irrisolvibile dei legami affettivi, Allen sceglie la Spagna dei colori, del caldo, delle ceramiche di Gaudì e di quelle sue architetture smussate e libere, che si fondono labili e senza intoppi nel reticolo urbano, per indicarci la proiezione ambientale di una nuova stagione della vita che ammette l'esistenza di una mediazione, di un atteggiamento più libero e sensuale»¹⁴⁰.

Il punto di passaggio attraversato dalle protagoniste americane, dalla loro città di provenienza all'ambiente spagnolo, si ha ovviamente all'aeroporto El Prat, dove le turiste appena sbarcate con i loro dilemmi si ritrovano avvolte da un clima più caldo e da una presenza artistica già importante, come testimoniato dal gigante murales di Joan Miró collocato vicino all'entrata dell'edificio. A partire dalla stupenda casa di Judy, le ragazze iniziano un prevedibile tour turistico delle bellezze architettoniche di Gaudì, finendo poi per visitare una galleria d'arte in cui il pittore Juan Antonio interpretato da Javier Bardem sta presentando alcuni suoi lavori. Da qui in poi il curioso fatto scatenante che dà il via alla storia: in un ristorante in apparenza semplice ma caratteristico – in realtà è il famoso Els Quatre Gats, luogo in cui era solito ospitare mostre di Picasso¹⁴¹, noto anche per la sua ossessione per le donne-, Juan Antonio fa conoscenza con le ragazze e le invita a partire con lui per weekend a Oviedo; quindi, non propone un banale tour delle bellezze della città, ma piuttosto preferisce mostrare loro una parte della Spagna un po' meno nota e per questo ritenuta più interessante, dove è presente una chiesetta con una scultura che per il pittore è sempre fonte di ispirazione.

¹³⁹ Per quanto riguarda la film commission di Londra, non risultano riferimenti alla produzione del film nei siti <https://britishfilmcommission.org.uk/>, <https://filmlondon.org.uk/>, <https://filmooffice.co.uk/>, <https://www.olffi.com/film-commission/318.html>

¹⁴⁰ *Le produzioni cinematografiche, il turismo, il territorio*, cit. p.227

¹⁴¹ Cfr. <https://www.cineturismo.it/index.php/news-1/movie-tours-nel-mondo-1/874-set-e-location-di-qvicky-cristina-barcelonag> e https://it.wikipedia.org/wiki/Els_Quatre_Gats

Allen deve aver sicuramente voluto dare risalto al suo rapporto speciale con la cittadina di Oviedo, scegliendola come controparte alla più famosa Barcellona: «Oviedo è una città deliziosa, esotica, bella e pedonalizzata. È come se non appartenesse a questo mondo, come se non esistesse. Oviedo è come una fiaba. Con il principe e tutto il resto»¹⁴². Questo è uno stralcio del discorso in occasione della consegna del premio Principe delle Asturie per le Arti conferito nel 2002 al regista americano. Dieci anni dopo, durante un'intervista con il giornalista Natalio Grueso disse: «Le Asturie sono un paradiso. Se un giorno dovessi nascondermi dal mondo e trascorrere il resto della mia vita in un posto meraviglioso, le Asturie sarebbero la scelta ideale. Mi affascina la bellezza, il clima, la gente è adorabile, è un luogo perfetto»¹⁴³. Degli elogi che convinsero la città di Oviedo a dedicargli una statua nel centro storico realizzata dall'artista Vicente Santarúa, che riproduce la camminata solitaria e un po' malinconica del regista, che a tratti ricorda quella di Owen Wilson durante il suo vagabondare notturno in *Midnight in Paris*. È indubbio questa relazione tra artista e città abbia fatto beneficiare in primis la cittadina, raffigurata in modo convincente nel film qui analizzato, senza che la sua presenza risulti forzata e rendendo più variegata l'ambientazione spagnola del film; e poi il regista stesso, che vede il suo apprezzamento consolidato nella nazione spagnola.

Si può pensare che l'utilizzo di un artista come rappresentante del paese ospitante nel film è sia un ottimo stratagemma per approfondire gli elementi artistici tipici del territorio. Si vedano le mostre a cui partecipano i protagonisti, gli edifici storici che visitano, i concerti di chitarra nei parchi o nei cortili dei ristoranti, le vie della città che scoprono, la casa dello stesso Juan Antonio. «Art gives people something to do, enjoy, and believe in. It's tangible and visible, and you don't need metaphysics or miracles to adore it. In Allen's Barcelona, art is the local religion and it pulls institutionalized religion into its service (Gaudí's great church was for half a century an icon of art before it was officially consecrated)»¹⁴⁴. Nella Barcellona di Allen l'arte è onnipresente e rappresenta una specie di religione locale, perché può influenzare le vite delle persone quotidianamente¹⁴⁵.

Si noti anche come si sviluppa il rapporto tra Cristina e Maria Elena, la ex-moglie di Juan Antonio, durante il *ménage à trois* grazie all'arte: il personaggio di Penelope Cruz aiuta quello di Scarlett Johansson a migliorare la sua tecnica e, soprattutto, lo sguardo fotografico, portandola a scoprire nuove vie e vicoli particolari di Barcellona, ma anche volti, come quelli delle prostitute che abitano quelle vie. In questo modo, il regista elabora uno strumento in più per approfondire la

¹⁴²Woody Allen, *l'ultimo genio*, p.157

¹⁴³ Ibidem

¹⁴⁴ *A Companion to Woody Allen*, cit. p.132

¹⁴⁵ Durante i pellegrinaggi di Juan Antonio per vedere la statua del Cristo nella chiesetta di Oviedo, Vicky gli chiede se è una persona molto religiosa, al che il pittore, sorprendentemente, risponde di no. «Il trucco è di godersi la vita, accettando che non abbia alcun significato, nessuno» dice.

conoscenza del luogo e riuscendo a dargli un significato giustificabile collegato allo sviluppo degli eventi, sfuggendo al rischio di rappresentazione “da cartolina” della città¹⁴⁶. Risulta molto iconica l'inquadratura di Penelope Cruz appoggiata a una serranda su cui è dipinto un graffito, mentre si mette in posa per la macchina fotografica di Cristina, un'immagine che richiama subito la sensualità del film e l'arte che può essere trovata in ogni punto della città.

Durante le riprese di *Vicky Cristina Barcelona* c'era un grande fermento nella capitale della Catalogna per la presenza del regista. La stampa conosceva tutti i movimenti della troupe e condivideva ogni notizia con i lettori dei giornali e il pubblico televisivo.

Un paio di anni prima, una giovane italiana nata a Treviso, di nome Giulia Tellarini, decide di trasferirsi a Barcellona dove, insieme ad alcuni amici, crea un gruppo musicale che fonde ritmi indie rock al tango, alla bossa nova, al flamenco o al jazz. All'inizio non hanno molto seguito, riescono a suonare solo in piccoli locali e a volte non resta loro altra scelta che esibirsi in strada. Il barrio de Garcia, il quartiere per antonomasia degli artisti e dei bohémien della città, ispira il loro primo – e finora unico – disco dal titolo Eusebio, dedicato a un artista molto popolare nella zona di Barcellona amata dai musicisti. [...] Un giorno [...] si recano al lussuoso albergo in cui secondo i media alloggia Woody Allen e gli lasciano alla reception una busta con il loro CD e un messaggio in cui spiegano al regista che quella musica può forse servire per il suo film. [...] Woody aprì la busta, lesse il biglietto di accompagnamento al CD e disse: «Ascoltiamolo, sentiamo com'è». E fu così che ingaggiò Giulia y los Tellarini per la colonna sonora del suo film. Utilizzò due canzoni, una intitolata *Barcelona* con cui inizia il film e che accompagna gran parte della storia, e un'altra dal titolo *La ley del retiro*. [...] Allen rimase così soddisfatto del lavoro di questo gruppo che, tre anni dopo, li chiamò a interpretare *Mais si l'amour*, una delle canzoni del film *Incontrerai l'uomo dei tuoi sogni*.¹⁴⁷

Queste scelte danno un tocco originale al film, ma soprattutto esprimono un contatto diretto con la cultura della città e del paese. Ingaggiare dei musicisti locali di talento può sicuramente favorire un ottimo sistema di riconoscimento verso il territorio ospitante e, dall'altro canto, il territorio può promuovere in modo più efficace la propria identità.

Si prenda ora in considerazione la scena in cui Doug, il futuro marito di Vicky, telefona alla donna da New York. Le due serie di inquadrature messe a confronto dicono molto sulla differenza d'identità delle ambientazioni e quindi sulle diverse attitudini dei due personaggi: Vicky, reduce da una notte di passione con Juan Antonio, è condizionata da tanti dubbi perché si sente attratta da un modo di vivere più disinibito e quindi da quel luogo visto come più “caldo” e artistico – si rammenti che la donna è venuta a Barcellona per studiare la cultura catalana -, in contrasto con l'ambiente

¹⁴⁶«Gli spazi, i paesaggi e i luoghi non sono vuoti, muti, ma geografie permeate da rappresentazioni simboliche, relazioni di potere, pratiche sociali e culturali anche contrastanti e da vari strati di storie e narrazioni. Sono delle geografie culturali nelle quali agiscono, interagiscono e si sovrappongono una molteplicità di categorie: l'etnicità, la sessualità, lo status sociale e professionale, la nazionalità, la religione ecc. Categorie che danno forma sia all'organizzazione materiale dello spazio che al suo sviluppo simbolico.» cfr. *L'immagine della città nel cinema*, cit. p.38

¹⁴⁷ Ivi, p.169

newyorchese sentito come un po' rigido, rappresentato in quel momento da Doug, inquadrato in modo che sullo sfondo si vedano solo i grattacieli e un moderno porto. Vicky si trova a letto al momento della chiamata, la luce è molto bassa, (una scelta che, al di là dell'ambientazione notturna, potrebbe rispecchiare la sua inquietudine), ma si può notare l'arredo molto retrò della camera, che instaura un contatto con una particolarità ritenuta tipica, o anche idealizzata, dell'arredamento domestico europeo; mentre la chiarezza di intenti e di umore di Doug sono caratterizzati da un'illuminazione forte e piatta, senza ombre, facendo risaltare anche il suo completo formale da rigido, o banale, impiegato dell'ambito finanziario statunitense.

However, upon reflection we realize that the Barcelona framed by Allen does not satisfy fully because it doesn't reflect the differences many viewers know to comprise the city and its people, and it also doesn't address any of the real problems of the times. [...] But what Allen provides in *Vicky Cristina Barcelona* is a fulfillment of his own decades-old fantasy of being a European filmmaker: "I always wanted to make the kinds of films that I saw in the 1950s. The Truffaut films and the Godard films and the Bergmans and Fellinis, and those are the films that always influenced my work. And I've always copied them and been influenced by them. *Vicky Cristina Barcelona* looks to me, when I see it, like one of those films."¹⁴⁸

La citazione proposta fa risaltare la mancata attenzione di Allen a un ritratto più sfaccettato della città spagnola, caratterizzata da una forte multietnicità. Quello che Allen propone è un lavoro che prende ispirazione dalle sue influenze artistiche degli anni '50, quindi appartenenti ad un altro modo di fare cinema e di vedere la realtà, che continuerà a influenzare anche i lavori successivi. Allen racconta le storie dal suo punto di vista di persona che proviene dall'ambiente agiato e intellettuale di New York, rappresentato in questo caso dalla coppia americana, interpretata da Patricia Clarkson e Kevin Dunn¹⁴⁹, che ospitano le protagoniste. Ben diversa è, ad esempio, la rappresentazione della città che pochi anni dopo fa il regista messicano Alejandro González Iñárritu nel film *Beautiful* (2010), interpretato sempre da Javier Bardem, e che presenta uno sguardo più attento alla diversità sociale della città perché la storia lo richiede, essendo incentrata su delle persone che vivono ai margini della società¹⁵⁰.

¹⁴⁸ *A Companion to Woody Allen*, cit. p.280

¹⁴⁹ «gli americani si comportano come colonizzatori, che in ogni anfratto europeo devono ricostruire "set di Manhattan", sotto forma di cocktail, cene, feste, partite di golf, giri di *shopping*. Vestono solo ed esclusivamente camice firmate (se non è ironia, quello per Polo Ralph Lauren e Tommy è *product placement*) ben infilate dentro i pantaloni, mentre gli spagnoli vestono di lino, spiegazzato e libero.» cfr. Bellavita Andrea, *Vicky Cristina Barcelona*, Segnocinema, Vol. 28, Fasc. 154, Novembre-dicembre 2008, p.58

¹⁵⁰ Ivi, p.283

Per concludere il discorso sulla visione della città da parte di Allen, ci si può soffermare sulla scena in cui Juan Antonio, che in quel momento sta con Cristina, porta Vicky e Doug ad un luna park situato su una collinetta da cui si vede tutta la città¹⁵¹.

As the scene continues, we overhear Juan Antonio and Vicky talking on a balcony overlooking the amusement park, with all of Barcelona in the background. They discuss the confusing incident from lunch where Juan Antonio mistakenly brushed Vicky's foot with his, and the future of their relationship. Juan Antonio states that he is now with Cristina and that Vicky is to marry Doug. Perhaps in the future, he suggests, they may meet again, but for now, their relationship is over. Soon after, Vicky marries Doug, and they leave on a short honeymoon. Again, the conversation and narrative emphasize the transience and ambivalence that surrounds the characters, even in the amusement park. There is no refuge outside time and space, no refuge here from the pleasure and grief. There is only the hiatus in the in-between time and place. The adventures in the amusement park, rather than resolving the ambivalence of refuge, repeat it, and perhaps only leave the characters better for having seen that place that overlooks the whole of the city. Allen's Barcelona, like so many others, is the Barcelona of architecture and the visible, as well as the audio and the compositional.¹⁵²

Rispecchiata nel microcosmo del luna park, l'intera Barcellona nel film assume l'ambivalenza di città artistica e del piacere, in cui si può venire in esilio dalla propria città per cercare una via di sfogo, ma non per cercare risposte sul proprio futuro o sentimenti a cui legarsi, come si vedrà nel finale. «María Eléna diceva sempre che solo l'amore inappagato è davvero romantico» dice Juan Antonio a Cristina, come se fosse un preludio alle diverse relazioni che si intrecceranno a Barcellona.

Since Michelangelo Antonioni set a sequence of *Professione: Reporter* (*The Passenger*, 1975) in Barcelona, a number of films have made special use of locations in this "unique" Spanish-Catalonian city and its surroundings. This chapter compares *Vicky Cristina Barcelona* with Antonioni's film, Whit Stillman's *Barcelona* (1994), Pedro Almodóvar's *All About My Mother* (1999), and Alejandro González Iñárritu's *Biutiful* (2010) in order to trace the function of Barcelona in each. In these films, Barcelona marks a certain temporally and spatially ambivalent topos, one which challenges the morally coherent, harmonious, and beautiful locatedness of the city of sublimity with the duality of the city of refuge. Throughout these films, Barcelona functions as a city of refuge, as the topos of encounters – linguistic, cultural, economic, and personal – and of the duality of refuge, as escape and exile. Its very ambivalence marks the immediacy and vulnerability of this location. Characters in Barcelona are always passengers; they arrive and depart, but they never remain.¹⁵³

L'autore della citazione presenta i titoli più famosi di film ambientati a Barcellona in cui viene dato risalto al tema della fuga, dell'identità e della ricerca di un rifugio. Durante l'esilio, i protagonisti scoprono l'ambivalenza della città attraverso gli incontri che fanno, culturali e linguistici – si ricordi

¹⁵¹ Il luna park di Plaça Tibidabo, <https://www.woodyallenpages.com/2017/12/vicky-cristina-barcelona-filming-locations-barcelona-oviedo-spain-new-york/>

¹⁵² Ivi, p.439

¹⁵³ *A Companion to Woody Allen*, cit. p.426

in quest'ultimo caso le continue richieste di Juan Antonio verso Maria Elena di parlare in inglese di fronte a Cristina, in modo che ogni intenzione venga capita e non fraintesa -, e capiscono che questa identità urbana non si addice al loro tipo di carattere, seppur abbiano accettato di compiere sin dal loro arrivo un movimento di scoperta delle sue caratteristiche. «Allen si abbandona quasi alla contemplazione dello spazio attraverso le traiettorie dei suoi personaggi. La cosa sorprendente è che rispetto al passato anche la struttura narrativa appare meno definita e più incline a provvisorie aperture»¹⁵⁴.

Dopo le esperienze vissute, a Vicky e Cristina non rimane che ritornare all'aeroporto per abbandonare il loro "esilio", conscie che le vicende hanno arricchito il loro giudizio e la loro cultura, ma non hanno chiarito le loro ambizioni. Come dice la canzone di Giulia y los Tellarini che apre, accompagna e chiude il film, Barcellona può ingannare con la sua natura ambivalente, che può inglobare piacere e dolore, e far credere che questa città abbia una visione come nessun'altra sulla vita. «After Barcelona, Vicky and Cristina remain tourists, still abroad in love and life which, given their age, is hardly tragic. It shouldn't be assumed that Vicky's marriage or Cristina's singleness will last indefinitely. Like the other young women enthralled by older men in Allen's films, they are works in progress. They testify that Allen's own restless quest for the unobtainable - that obscure object of desire – is inconcludable»¹⁵⁵.

L'idea di una visione così unica della città deve essere stata sicuramente sfruttata anche dall'ente turistico catalano per attirare cineturisti dopo l'uscita del film. Però, come molte volte accade dopo più o meno due anni dall'uscita di un film, la scelta di far perdurare una possibile offerta basata sul fascino della città legato al film non dev'essere stata presa seriamente in considerazione; la già variegata offerta turistica e culturale della città deve essere stata preferita a un tipo di visita in cui si possa seguire come filo conduttore gli spostamenti dei personaggi alla scoperta dei luoghi. In ogni caso, si possono trovare informazioni su alcune location utilizzate dal regista nel sito della film commission di Barcellona¹⁵⁶ e in alcuni siti di promozione turistica del territorio¹⁵⁷.

¹⁵⁴ Emiliani Simone, *Spettri e desideri*, Cineforum, vol. XLVIII, fasc.479, Nov.2008, p.28

¹⁵⁵ Fuller Graham, *No City For Old Men*, Sight & Sound, London, Vol.19, Fasc.2, Feb.2009, p.27

¹⁵⁶ <https://www.bncatfilmcommission.com/ca/films/vicky-cristina-barcelona>

¹⁵⁷ Il regista viene citato per l'utilizzo del Bar Marsella a Barcellona nel sito <https://www.barcelona-life.com/bar-marsella>, per il locale Els 4 Gats in <https://www.barcelonaturisme.com/wv3/en/enjoy/67/gastronomy-in-cultural-centres.html?>; il sito principale di promozione turistica spagnola, oltre a citare numerosi altri film ambientati in altre città, segnala la statua di Allen a Oviedo, alcune location di Barcellona, i giardini di un albergo settecentesco nella cittadina di Avilès, <https://www.spain.info/en/search-results/?q=woody+allen>

3.4 PARIGI

L'inizio di *Midnight in Paris* sembra riproporre subito quel tema della fuga e dell'esilio da quelle prime inquadrature delle vie parigine, così romanticizzate, dai toni caldi e dalle note di un clarinetto in sottofondo¹⁵⁸. L'autore, al di là di una prevedibile dichiarazione d'amore, sembra voler far entrare lo spettatore in un ambiente quasi fiabesco e atipico rispetto ad altre città europee, sfruttando un'idea turistica della città solo per giustificare la presenza dei protagonisti. «I wanted to show the city emotionally. The way I felt about it. It didn't matter to me how real it was or what it reflected. I just wanted it to be the way I saw Paris. Paris through my eyes»¹⁵⁹. Allen punta su una rappresentazione come sempre idealizzata della città, rischiando la tipica visione “da cartolina” di una persona estranea al luogo, ma proprio per questo più sensibile alla scoperta e ammirazione delle particolarità architettoniche e artistiche che si differenziano dal proprio luogo di origine.

Le architetture, le opere d'arte. I quartieri vengono spesso ridotti dalla messa in scena cinematografica a semplici schematizzazioni che ne permettano una veloce identificazione e che, con pochi e salienti dettagli, ricreano i tratti più funzionali alla storia raccontata. Questo processo di rilettura e uso dell'immagine urbana implica – quasi necessariamente – che siano adottati in qualità di segni significativi quegli stessi emblemi cittadini già logorati dalla “celebrità”, silhouette e immagini senza lo spessore della realtà. I film ambientati a Parigi ripropongono, quindi, scorci ricorrenti che solo la storia narrata e il tono del racconto risemantizzano: il bisogno di riconoscibilità si unisce alla necessità di svolgere un particolare paesaggio urbano ricreato con una precisa funzione narrativa.¹⁶⁰

Come si vedrà durante lo sviluppo della storia, la magia irrompe come elemento inaspettato e strumento per l'evento scatenante della narrazione, giustificando quelle decisioni registiche per mostrare la bellezza ammaliante, quindi idealizzata, di Parigi, creando una sorta di aspettativa, quasi inconscia per il pubblico, di quello che succederà successivamente.

In realtà, lo sceneggiatore Gil Pender (Owen Wilson) si trova a Parigi perché affascinato dalla cultura degli scrittori e artisti esiliati e riuniti nella capitale francese durante gli anni '20, desideroso di riprendere contatto dopo degli studi abbandonati in giovane età¹⁶¹, al contrario della fidanzata (Rachel McAdams) e dei genitori di lei (Kurt Fuller e Mimi Kennedy), più interessati a un tour economico dell'arte e del lusso che offre la capitale francese. Non che Gil ripudi l'esplorazione

¹⁵⁸ «a mobile postcard gallery of the city's charms, plays out under all four minutes of the keening Sidney Bechet clarinet piece 'Si tu vois ma mère'. Not only is the track most commonly known in English as 'Remember When', making it perfect for a film about the uncanny power of nostalgia, but Bechet was an American in Paris in the 1920s - exactly the situation the movie's main character» Robey Tim, *Midnight in Paris*, Sight & Sound, London, Vol.21, Fasc.11, Nov.2011, p.66

¹⁵⁹ *A Companion to Woody Allen*, cit. p.296

¹⁶⁰ *Al cinema con la valigia*, cit. p.197

¹⁶¹ Cfr. *A Companion to Woody Allen*, p.300

artistica della città, ma rispetto agli altri personaggi, tra cui si aggiunge l'amico "pseudo-intellettuale" e narcisista della fidanzata (Micheal Sheen), è condizionato da un'insoddisfazione legata al suo presente simboleggiata dal suo desiderio di scrivere il suo primo romanzo legato ad un negozio di antiquariato e che nessuno sembra voler capire. Da come il protagonista racconta ogni volta la trama del libro, sembra sempre caratterizzato da una certa nostalgia per dei valori passati che entrano in contrasto con una massmedialità onnipresente e da ambizioni capitaliste; infatti, la moglie continua a ripetergli che il pubblico adora le sue storie e vorrebbe che continuasse a scrivere sceneggiature per il cinema - banali secondo Gil - perché rendono molto e gli danno certezze e stabilità economica. C'è bisogno di un viaggio nel tempo nell'epoca tanto sognata per riuscire ad ottenere quel confronto che serve a Gil per chiarire il suo presente:

Il regalo che Parigi fa a Gil è proprio una specie di "pace dei tempi": la sua specialissima ronde fantasmatica gli insegna qual cosa su come vivere la vita e approfittare del tempo a disposizione, pur mantenendo intatte tutte le sue nostalgie (solo parzialmente curate dalla decisione di restare a Parigi, accanto a una ragazza che, non a caso, commercia in oggetti di modernariato: se non si può possedere il passato, si può almeno vivergli accanto). [...] Allen non finisce come sembrerebbe destinato a fare, almeno stando alle premesse e ai discorsi dei suoi personaggi: e cioè affermando, tra il cinico e il rassegnato, una specie di identità indifferente tra i sogni e i desideri dell'Uomo, chiudendo ancora una volta sulla sostanziale incapacità del genere umano di godere del presente, di capirlo e amarlo se non quando è ormai passato e irrecuperabile – e dunque di poterlo amare sono rimpiangendolo, in forma di sentimentalismo nostalgico. Al contrario: Allen ci mostra un tempo e un luogo più belli e felici, quegli specialissimi anni Venti parigini [...] *Midnight in Paris* prova a dire qualcosa sul modo (giusto) di guardare e vivere il passato (senza limitarsi a rimpiangerlo), sulla necessità stessa di riportarlo in vita – letteralmente – senza confinarlo nel piagnisteo borghese dei tempi che corrono.¹⁶²

Quando Gil riesce a incontrare Hemingway, Scott Fitzgerald, Gertrude Stein e tutte quelle altre personalità rappresentative di quel ritrovo artistico parigino degli anni '20 - la cosiddetta Generazione Perduta - lo scrittore ha la possibilità di avere una visione più chiara sul suo lavoro grazie alle idee e i pensieri degli artisti apparentemente liberi da tutte quelle aspettative sociali e ragionamenti capitalistici dell'epoca di Gil, e portatori di una visione della vita chiara e sincera.

Non dovrebbe sorprendere che la macchina del tempo, rappresentata dalla Peugeot d'epoca, arrivi a prendere Gil vicino alla zona di Montparnasse¹⁶³, luogo famoso proprio per essere frequentato da quel gruppo di artisti che Gil conoscerà. Quando Gil esce dal locale dove incontra Hemingway per la prima volta¹⁶⁴, ritorna subito indietro per chiedere allo scrittore dove incontrarsi, ma si ritrova di

¹⁶² Malavasi Luca, *Una ronde prodigiosa*, Cineforum Vol. LI, Fasc. 510, Dicembre 2011, p.30

¹⁶³ Precisamente, Gil si ferma sulla scalinata della chiesa di Saint-Étienne du Mont in piazza Sainte-Geneviève; <https://www.woodyallenpages.com/2017/06/every-location-midnight-paris-paris-versailles-france/>

¹⁶⁴ Nella realtà è il ristorante Polidor, <https://www.woodyallenpages.com/2017/06/every-location-midnight-paris-paris-versailles-france/>

fronte a una lavanderia a gettoni. Nonostante i due luoghi nella realtà siano distanti qualche chilometro, la somiglianza delle due vie serve per mostrare il cambiamento capitalistico avvenuto in molte zone della città, dove alcuni posti caratteristici dell'identità francese passata vengono sostituiti dai simboli del consumismo e dei servizi moderni.

Quando il cinema di Allen guarda al passato, lo fa per provare a cercare strumenti capaci di spiegare il presente: ma come oggi egli non trova modo di adeguarsi al mondo (ai rapporti con l'altro sesso, all'amore, ai massimi sistemi), ritrovandosi con numerose domande e nessuna risposta, così si accorge che ieri, nonostante i film, la radio, il jazz, non c'erano dispositivi migliori per pensare e vivere nella società di oggi.¹⁶⁵

Trovando sintonia con un'artista bellissima di nome Adriana, interpretata da Marion Cotillard, Gil crede di aver trovato un luogo in cui poter riconoscersi, ma questo breve idillio si sgretola quando scopre che in realtà lei desidererebbe vivere in un'altra epoca del passato, la Belle Époque, e alcuni massimi esponenti della cultura di quel periodo vorrebbero addirittura poter vivere durante il Rinascimento. Gil capisce di non poter risolvere i problemi legati alla sua identità scappando – o esiliandosi - in un altro luogo, e che quel senso di insoddisfazione che prova verso il presente è dato dal fatto che forse la vita in sé è un po' insoddisfacente, perché «nonostante la sua apparente inadeguatezza davanti a un modello ideale, la vita va avanti e soprattutto perché si può scoprire di non essere gli unici segnati dalla frustrazione e dal rimpianto di un'epoca mai vissuta e che tutti, proprio tutti, persino, che so, Gauguin e Degas, hanno sognato un altrove passato e irraggiungibile»¹⁶⁶.

L'arte del passato sembra onnipresente nella città francese, ma, oltre a Gil, gli altri personaggi non la guardano con nostalgia, sembra piuttosto che venga vissuta come ogni altra esperienza capitalista dell'epoca contemporanea, ovvero un'esperienza che va vista, discussa e archiviata; questo almeno per quanto riguarda la classe sociale a cui appartengono Gil e gli amici di sua moglie, come dimostrato dall'atteggiamento eccessivamente erudito di Paul che appunto infastidisce Gil a tal punto da voler allontanarsi da quel gruppo alla prima occasione disponibile per poter vivere la città a modo suo, come un flâneur Baudelairiano di un tempo¹⁶⁷ che cammina senza meta lasciandosi andare alle riflessioni artistiche e intellettuali.

Quando Paul ascolta l'occupazione del protagonista del romanzo che sta scrivendo Gil - un gestore di un negozio di antiquariato -, commenta che sarebbe bello vivere in un periodo senza il

¹⁶⁵ *Woody Allen, l'ultimo genio*, cit. p.97

¹⁶⁶ Martini Emanuela, *Midnight in Paris*, Cineforum, Vol. LI, Fasc. 505, Giugno 2011, p.55

¹⁶⁷ *A Companion to Woody Allen*, cit. p. 325

riscaldamento globale, le bombe nucleari, i cartelli della droga, ma la nostalgia è una negazione di un presente doloroso e con cui non si riesce a convivere, mettendo ancor di più in ansia il protagonista.

As Midnight establishes Gil's fit with the artistic 1920s, it also distances Gil from his American companions, his fiancée Inez (Rachel McAdams), her professor friend Paul (Michael Sheen), and her parents John (Kurt Fuller) and Helen (Mimi Kennedy). While Paul takes an academic approach to appreciating artworks which renders them lifeless, Inez and her family appreciate the past and art in economic terms, a form of aesthetic valuation that the film shows to be equally deadly to artistic life.¹⁶⁸

I differenti modi di vedere l'arte da parte dei personaggi secondari - Paul la affronta in modo accademico, Inez e i suoi genitori la apprezzano in termini economici – fanno risaltare il desiderio creativo di Gil di approfondire il concetto di creazione, ciò che dà vita all'esecuzione artistica e non alla sua morte, provocandogli sempre più riflessioni e nevrosi sul suo soggetto. Ne risulta quindi un tipico protagonista alleniano, insicuro e ansioso perché circondato da una veloce e costante mutevolezza del contesto sociale in cui vive, e dunque anche il suo lavoro artistico sembra risentire della stessa autocommiserazione per non sentirsi adatto a vivere in quel periodo storico.

Abbastanza emblematico è proprio il discorso che fa Gertrude Stein (Kathy Bates) allo scrittore quando si incontrano dopo averle lasciato il suo libro per un consiglio: «Parliamo del tuo libro. È davvero molto insolito, insomma, voglio dire, quasi come se fosse fantascienza. Tutti temiamo la morte e ci interroghiamo sul nostro posto nell'universo. Compito dell'artista non è di soccombere alla disperazione, ma di trovare un antidoto per la futilità dell'esistenza. Tu hai una voce forte e chiara, non essere così disfattista». L'esistenza a cui accenna la Stein fa riferimento ovviamente a quella in cui vive il protagonista, il quale forse sta iniziando a capire che deve affrontare invece di sottrarsi. Hemingway (Corey Stall) gli rammenta che «Nessun soggetto è brutto se la storia è vera... e se la prosa è chiara e onesta e se esprime coraggio e grazia nelle avversità», un modo per fargli capire che un'artista deve credere in quello che fa al di là dei pregiudizi di chi giudicherà il suo lavoro, e che i problemi vanno affrontati senza timore di perdere. «Non scriverai mai bene se hai paura della morte». «Hemingway e Fitzgerald sono lì, in questo film, per ricordare al povero Gil, prossimo alla prigione matrimoniale, parentale, lavorativa, che vanno benissimo il Mito e la Nostalgia, ma ci vuole anche un po' d'amore per la Vita e il Presente»¹⁶⁹.

Allen parla un linguaggio universale, nel senso che interpella direttamente tutti gli spettatori – moderni o postmoderni o postpost che siano – che, come Gil, come tutti (noi), sono in perenne altalena tra la realtà e la fantasia, tra l'accettazione di un Sé minore e il riscatto d'un grande Sé ideale [...] *Midnight in Paris* dà gran sollievo, poiché costituisce l'appagamento fantastico per tutti quegli spettatori che vorrebbero vivere

¹⁶⁸ Ivi, p.299

¹⁶⁹ *Una ronde prodigiosa*, cit. p.31

costantemente di luce riflessa [...] E in maniera astuta si rivolge anche a quei critici (perché negarlo?) che, come tutti prima o poi si è fatto, han da sempre desiderato incontrare Luis Buñuel negli anni '20 per potergli brillantemente suggerire l'idea di base de *L'angelo sterminatore*, 1962.¹⁷⁰

Se Paul ammonisce beffardamente Gil sul discorso della nostalgia, il personaggio di Gabrielle, la bella ragazza francese che lavora in un mercatino vintage interpretata da Lèa Seydoux, potrebbe benissimo rispondergli che questo sentimento può essere valorizzato come l'arte che viene ammirata ogni giorno nella capitale francese. Il regista riesce a trovare a nord della capitale questo piccolo angolo – in cui le bancarelle vennero ricostruite in un giorno in cui il vero mercato era chiuso¹⁷¹ – per enfatizzare il rapporto di Gil con l'epoca passata, ma soprattutto come pretesto per far incontrare due persone attratte da una passione comune. Infatti, la musica che proviene da un vecchio grammofono attira Gil alla bancarella di Gabrielle, dove i due si mettono a discutere del testo della canzone di Cole Porter, conosciuto dallo scrittore americano proprio la sera prima durante il suo viaggio nel tempo.

Nonostante possa sembrare prevedibile la ricerca di luoghi caratteristici per dare risalto alle tematiche del film, le location mantengono due toni coerenti per tutta la durata della storia: uno lussuoso e appariscente per le scene ambientate nel presente (con l'eccezione, appunto, del mercatino vintage), e uno più antiquato e grazioso per le scene ambientate nel passato¹⁷², rappresentando quindi due modi diversi di vedere la città, facendo implicitamente notare che Gil si troverebbe più a suo agio nel secondo, a differenza della moglie e del suo amico. Inoltre, c'è in particolare un luogo significativo non tanto per la storia, quanto per il regista, che cerca di dimostrare una connessione duratura con la città: «in una scena Gil e i Fitzgerald visitano il "Chez Bricktop", lo storico nightclub della cantante e ballerina americana Ada Bricktop Smith, aperto dal 1924 al 1961. Proprio l'artista aveva fatto un cameo nel film *Zelig* (1983) di Woody Allen. Nella scena Ada Bricktop Smith dichiara che il protagonista del film Leonard Zelig (interpretato da Allen) aveva frequentato il suo club negli anni '20»¹⁷³.

Come nel film ambientato a Barcellona, l'interesse rivolto verso l'arte è ancora un buon pretesto per far interagire i personaggi con la parti più interessanti della città. Seppur la sequenza

¹⁷⁰ Barrera Gabriele, *Midnight in Paris*, Segnocinema, Vol. 32, Fasc. 173, Gennaio-febbraio 2012, p.42

¹⁷¹ La zona è quella di Le Marché Paul Bert al 110 di rue des Rosiers; <https://www.woodyallenpages.com/2017/06/every-location-midnight-paris-paris-versailles-france/>

¹⁷² «I did some research and came back and came back to Woody with some ideas for creating a vintage look to distinguish the past from the present [...] to get a softer, more diffused look [...] Then, for the Belle Epoque, we added smoke and more backlight and went even warmer to a true red, as if it were lit by fire. [...] I tried to have the exteriors lit mostly by indoor sources, like light coming through café windows. [...] We ended up with more street lamps than I initially wanted, but I realized the image shouldn't be too dark» B. Benjamin, *Khondji on Allen*, American Cinematographer, Vol. XCIII, Fasc.8, Agosto 2012, p. 22

¹⁷³ <https://www.corriere.it/spettacoli/cards/midnight-paris-8-anni-dall-uscita-ecco-10-cose-che-non-sapete-film-woody-allen/storico-nightclub.shtml>

iniziale cerchi di valorizzare i luoghi e monumenti più famosi della città con una luce diffusa e avvolgente, le scene ambientate nel presente di giorno presentano una messa in scena della città quasi neutrale optando per un'illuminazione naturale, facendo in modo di creare un contrasto con i colori quasi dorati dei lampioni e delle luci degli interni durante le scene notturne, un modo per avvalorare l'idea di un'atmosfera magica che si può trovare solo camminando alla sera. Le lunghe passeggiate di Gil e Adriana permettono di aumentare un senso di sospensione della realtà e di particolarità (essendo due persone di due epoche diverse); la macchina da presa segue i semplici movimenti dei due personaggi nella scoperta delle vie parigine notturne mentre discutono dei loro piaceri e progetti futuri, dotando di significato quei luoghi percorsi, e ridando significato a quel concetto di *flâneur* baudelairiano che i due personaggi sembrano voler incarnare.

Se a Parigi succedono certe cose, è perché qui sono nati la metropoli del futuro (*Parigi, capitale del XIX secolo*), il cinema (e le sue molteplici anime) e, soprattutto, il suo spettatore, non ancora seduto in sala ma a passeggio per le strade del centro, quel *flâneur* di cui hanno scritto in tanti, primo tra tutti Baudelaire. Il Gil di *Midnight in Paris* ne è l'incarnazione lontana e forse ultima, quando ormai tutto è stato visto, ogni *shock* sperimentato, ogni "impressione" registrata e svelata: eppure, sarà Parigi o la nostalgia per ciò che non ha vissuto o una personalissima ricerca archeologica, Gil non riesce a fermarsi e soddisfarsi.¹⁷⁴

Non potendo condividere il suo piacere notturno con la sua futura moglie - più attratta dagli eventi mondani e dalle discoteche, piuttosto che camminare alla sera o rischiare di bagnarsi sotto la pioggia -, Gil inizia a sentirsi meno malinconico e nevrotico quando riesce a trovare in Adriana un'ottima complice nell'esplorazione e ammirazione per tutte le particolarità di Parigi, essendo lei originaria di un'altra città francese e quindi alla ricerca di nuovi stimoli visivi da usare come ispirazione per i suoi studi di moda.

Woody Allen usa Parigi esattamente come fece quarant'anni fa con Manhattan, ovvero con l'occhio dell'innamorato che anche quando vive nei luoghi del suo desiderio percepisce se stesso altrove (in un altro tempo e in un altro luogo), e attraverso quella falsa distanza costruisce lo sguardo poetico. La capitale - i suoi paesaggi, i suoi monumenti, la sua storia - non sono solo lo sfondo del racconto, ma l'espressione di uno stato d'animo, quello del protagonista e quello del regista.¹⁷⁵

In seguito alla difficile separazione tra i due e la presa di coscienza del protagonista riguardo alla relazione con la fidanzata, ormai priva di significato dopo l'esperienza piena di emozioni con Adriana e dopo il tradimento di Inez con Paul, Gil si sente ancora un po' malinconico ma decisamente più sereno verso il futuro, e il Caso decide di mettergli subito a disposizione il risultato adatto a lui di tutte quelle esperienze vissute, ovvero Gabrielle, la bella negoziante con cui aveva scambiato qualche

¹⁷⁴ *Una ronde prodigiosa*, cit. p.30

¹⁷⁵ Viaro Giorgio, <https://www.bestmovie.it/recensioni/midnight-in-paris-la-recensione-di-giorgio-viaro/127501/>

considerazione comune sul piacere della musica degli anni '20, la quale dice a Gil di averlo pensato dopo aver trovato un nuovo disco di Cole Porter. Dopo averle detto di voler trasferirsi a Parigi, Gil si offre di accompagnarla a casa, o meglio in un caffè, così da poter continuare a vivere l'atmosfera notturna della città, finalmente con una persona del presente, anche sotto la pioggia¹⁷⁶, che, secondo lei, rende Parigi ancora più bella.

Nella commedia, la città ha nei confronti dei suoi abitanti un atteggiamento "materno", che si esplicita e concretizza solitamente in un *happy ending*, cioè in una soluzione positiva delle contraddizioni vissute dai personaggi. Soluzioni sostanzialmente positive possiamo considerare infatti sia i finali "dolce-amaro" tipo quelli dei film di Woody Allen, sia quello che potremmo definire "il ritorno della quiete dopo la tempesta".¹⁷⁷

Una rappresentazione già di per sé così esplicita delle bellezze della capitale non può che favorire un proseguo dell'idea romantica del regista anche in chiave turistica. Infatti, il principale ufficio turistico di Parigi, Paris Info, continua a promuovere un tour guidato per le vie della capitale, in particolare del Quartiere Latino, seguendo le locations utilizzate nel film per far rivivere quell'atmosfera magica degli anni '20, permettendo ai visitatori di rivivere alcune scene attraverso un tablet e ascoltando ulteriori aneddoti legati ai luoghi¹⁷⁸. Inoltre, il tour funge da collegamento alle altre opere cinematografiche che sono state girate nei medesimi luoghi, un modo per dare ancora più valore ai quartieri della città e stimolare la memoria emotiva dei viaggiatori.

Questi luoghi, per lo più spazi semi-pubblici, assumerebbero secondo tale prospettiva la funzione di osservatori privilegiati della città e della società urbana, soprattutto di porzioni di questa – come quartieri, unità di vicinato, strade ecc. -. Si tratta di luoghi che permettono uno sguardo a distanza della città pur essendone parte integrante. Ciò in virtù della loro particolare configurazione, idonea a diventare scenario di rapporti di socialità quotidiana, teatro di intensi scambi verbali e di incroci di storie di vita individuali o di riflessioni in solitudine, condensazione di esperienze, di pratiche o semplicemente di traiettorie spaziali.¹⁷⁹

Nel sito della film commission francese¹⁸⁰ si possono trovare informazioni sulle location utilizzate durante le riprese, insieme a un link che rimanda a una panoramica degli incentivi fiscali messi a disposizione dalla film commission per girare in Francia.

¹⁷⁶ «una pioggia particolare, che ha ispirato poeti e chansonniers, fra i quali Cole Porter il quale, non a caso, è presente nella compagnia di américains à Paris del film di Woody Allen, e la cui celeberrima canzone I Love Paris recita: «I love Paris in the summer / when it sizzles / I love Paris in the winter / when it drizzles» (amo Parigi d'estate, quando sfrigola, amo Parigi d'inverno, quando pioveggina)» Invernici Arturo, *Le jour où la pluie viendra...*, Cineforum, Vol. LI, Fasc. 510, Dicembre 2011, p. 33

¹⁷⁷ *Al cinema con la valigia*, cit. p.158

¹⁷⁸ https://prenotazione.parisinfo.com/il4-offerta_i1262-visita-guidata-sulle-orme-del-film-midnight-in-paris.aspx

¹⁷⁹ *L'immagine della città nel cinema*, cit. p.120

¹⁸⁰ <https://www.filmfrance.net/v2/gb/home.cfm?choixmenu=films2&filmsphotos=1&monidfilm=754>

3.5 ROMA

A guardare l'incipit di *To Rome With love* si avverte subito l'impressione di stare per assistere a una nuova esplorazione romanticamente alieniana di un'altra capitale europea, sebbene si differenzi un po' dall'inizio del precedente film parigino con un punto di vista subito in movimento, come se fosse l'occhio di una persona qualsiasi che si muove tra le altre auto nel traffico per percorrere le strade accompagnate dagli onnipresenti e imponenti edifici antichi.

Si ha una prima interazione con un vigile che gestisce il traffico a Piazza Venezia, considerato il centro esatto della città e quindi punto ideale per far partire la narrazione; il pizzardone dalla sua postazione fa scorrere il traffico e dice che da lì può osservare tutte le storie che accadono davanti a lui, e quindi invita il pubblico a scoprire i quattro episodi che compongono il film: un regista operistico sul punto della pensione arriva a Roma insieme alla moglie per conoscere il futuro marito italiano della figlia; una giovane coppia arriva da Pordenone per conoscere gli zii di lui che vorrebbero inserirlo nell'azienda di famiglia; un architetto americano rivive il suo periodo di studi a Roma attraverso un giovane architetto indeciso tra due donne; un comune impiegato si ritrova improvvisamente inseguito da paparazzi e giornalisti che ne vogliono documentare la fama.

Woody Allen, lontano da Manhattan, prosegue attraverso il Vecchio Continente il suo personale Grand Tour [...] che lo porta da Londra, la città dei desideri frustrati a Barcellona, nuova capitale libertina, a Parigi, romantica culla della cultura novecentesca, e infine a Roma. Ma è difficile trovare un'analogia chiave d'interpretazione univoca in quella che più che un'opera compiuta sembra un album di *sketches* [...]; e se i viaggi in Italia servivano agli artisti per conoscere i maestri del passato, *To Rome With Love* è un film sorprendentemente orfano da questo punto di vista, pur realizzato da un autore la cui opera è da sempre costellata di tributi ai propri numi tutelari [...], fino al *Jules et Jim* di Truffaut, sentitamente omaggiato (nel tema, nello spirito, nella costruzione narrativa) nella trasferta barcellonese, o alla galleria ironica e affettuosa di mostri sacri in quella parigina. Se una chiave ci deve essere, potrebbe essere quella della città-crocevia, labirinto d'incontri e occasioni (molti dei personaggi fanno reciproca conoscenza per strada, o nelle stanze d'albergo) dove s'inscena il contrasto fra la città eterna [...] e la precarietà delle vicende umane.¹⁸¹

Sin dall'inizio del primo episodio (le storie si sviluppano alternandosi tra di loro, senza aspettare che finisca una prima che inizi l'altra) si può capire che il film si articolerà in modo più simile a *Incontrerai l'uomo dei tuoi sogni*, piuttosto che agli altri film presi in esame.

Tutte le storie narrate sembrano ruotare intorno al tema dell'identità dei personaggi: i giovani ne cercano una nuova, sentimental-essenziale (oltre che professionale: cfr. il confronto fra gli architetti di diversa generazione o lo scopo lavorativo del trasferimento dei giovani sposi); gli anziani cercano di riconfermarla sia attraverso il tentativo di riparare agli errori del passato (l'architetto) che attraverso la loro ripetizione (una nuova opera "in

¹⁸¹ Caron Mauro, *To Rome with Love*, Segnocinema, Vol.32, Fasc.176, Luglio-agosto 2012, p. 48

anticipo sui tempi” per il regista). Il tema dell’identità sembra poi implicare quasi necessariamente quello del doppio: così i giovani di Pordenone si troveranno a fianco rispettivamente di una prostituta-finta moglie e di un ladro d’albergo-finto marito (dopo la seduzione da parte da parte di un attore che si finge sedotto incontrato su di un set cinematografico); l’architetto anziano è un doppio saggio del suo omologo giovane e immaturo, che a sua volta deve optare tra un doppio oggetto d’amore; il regista teatrale costruisce una nuova identità all’impresario di pompe funebri facendone una star dell’opera e allestendo una rappresentazione dove i vincoli del reale vengono sublimati da una messa in scena tanto assurda quanto apprezzata da un pubblico incapace di distinguere l’arte dalla sua caricatura. E ancora non si è detto di Benigni, uomo comune per eccellenza che si trova trasformato in un suo doppelgänger d’improvvisa, ingiustificata, immeritata, incomprensibile (ed effimera) popolarità mediatica.¹⁸²

Per quanto arricchiti dalle esperienze vissute, i personaggi principali degli episodi ritornano al loro punto di partenza senza un significativo cambiamento morale, ma soprattutto senza definire un legame particolare con la capitale italiana. In questo film, ci si ritrova di fronte al rischio che il regista aveva sfiorato nei film di Barcellona e Parigi, ovvero una rappresentazione troppo esplicita del valore turistico della città che risulta poco funzionale allo sviluppo della storia, e quindi pone la presenza architettonica allo stesso livello di accompagnamento di un commento musicale o dei dialoghi letterari¹⁸³. Inoltre, gli stereotipi socioculturali sull’Italia risultano troppo evidenti, facendo appassire subito le potenzialità narrative delle premesse, come il vano tentativo di citazione cinefila de *Lo Sceicco bianco* felliniano¹⁸⁴ nell’episodio dei due giovani coniugi, i quali per non rimanere corrotti da un fascino ambivalente della città, decidono di tornare alle loro modeste origini. Proprio in questo episodio, però, si può notare maggiormente (almeno nella parte iniziale) una mobilità costante dei personaggi all’interno del contesto urbano, la cui mutevolezza è caratterizzata dal variare dei luoghi e monumenti storici e dal flusso della folla che li attraversa, mettendo i due protagonisti in una posizione di sconforto che si può associare al loro spaesamento emotivo:

tra cinema e città esiste un forte e radicato rapporto di reciproca implicazione che va oltre il discorso dell’ambientazione di un film. Da un lato, infatti, il cinema nasce e si sviluppa come la più compiuta espressione di quello shock che caratterizza l’esperienza sensoriale del soggetto metropolitano; ma dall’altro è la stessa metropoli che si offre come un dispositivo di intensificazione della vita nervosa prodotta da una molteplicità diffusa di stimoli.¹⁸⁵

La città appare dunque caotica e portatrice di un’identità culturale e artistica, concetti già noti che non portano a nessuna nuova sfaccettatura, ma piuttosto a una sua eccessiva sottolineatura.

¹⁸² Ibidem

¹⁸³ Cfr. *Il cinema, l’architettura, la città*, cit. p.7

¹⁸⁴ Nepoti Roberto, *Woody Allen in vacanza nel folklore della Città eterna*, da La Repubblica, 14 aprile 2012, <https://www.mymovies.it/film/2012/bopdecameron/rassegnastampa/628714/>

¹⁸⁵ *L’invenzione del luogo*, cit. p.13

Allen gira la sua Roma felliniana, non da o di Fellini (già fin troppo omaggiato in *Stardust Memories*); attraversa Roma come se fosse Fellini, con lo stesso modo curioso e insolente (dal punto di vista cinematografico), consapevolissimo che nella Città niente si tiene perché, tutto, appunto, è frammento o memoria, fugace apparizione (anche di attori del cinema italiano) o passaggio frettoloso; come si può raccontare una storia, quando si è dentro un set del genere? Piuttosto, bisogna accettare una specie di mimetismo contagioso, e strutturale: Roma – questa Roma che non esiste e che è, semmai, una specie di sintesi schizofrenica di romanità e italianità – impone il ritmo e l'andamento, i colori locali e il sentimento “mediterraneo”, proprio come Parigi dava letteralmente forma al racconto di *Midnight in Paris*. Solo che Parigi è una città notturna e magica e ordinata in lunghi viali, da interni e bistrot, mentre Roma è solare e intricata e un po'oscena.¹⁸⁶

Si può intuire che il regista sia stato influenzato da luoghi comuni nati, o veicolati, da co-produzioni cinematografiche del passato¹⁸⁷ - si veda ad esempio *Vacanze romane (Roman Holiday, 1953)* e *Tre soldi nella fontana (Three Coins in the Fountain, 1954)* - e fatti di cronaca arrivati fino ad oltre oceano, ma l'esplorazione di questioni sociali universalmente riconosciute legate alla fama, al successo, all'ambizione, non si accompagna a un reale e significativo approfondimento psicologico dei personaggi. Per cui, non si riesce a percepire una visione personale della città come negli altri film europei, si rimane fermi invece su un superficiale incanto che può ammaliare chi la città la osserva o vive di sfuggita. Una Roma che appare così lontana dalla realtà nella sua idealizzazione, simile alla New York di Allen, senza traffico, spazzatura e rischio di non trovare parcheggio¹⁸⁸, ma proprio per questo, essendo un osservatore esterno non esperto, invece di avvalorare un mito come per la città americana, rischia di demolirlo. È a questo punto che dovrebbe entrare in gioco la co-produzione ospitante, una guida che aiuti il regista, senza interferire nei suoi intenti artistici, a portare avanti un racconto convincente offrendo le proposte più adatte di location e attori:

[...]la coproduzione italiana si fa sentire pesante. Pesante tanto da innestare nella struttura alleniana, attraverso i corpi ingombranti, riconoscibili e iconici di certi interpreti, stilemi e situazioni del nostro cinema più popolare, che il regista di New York non si spreca nemmeno a sbeffeggiare, tutto concentrato sui suoi patemi e sull'esotismo decadente della Capitale. Perché non dovete dar corda a coloro che, superficiali, accusano *To Rome with Love* di essere folkloristico e cartolinesco sul nostro paese. Primo, perché lo stesso accadde con Londra, Barcellona e Parigi, e non è quello il problema. Secondo, perché dell'Italia Allen proprio non parla, nonostante alcune boriosamente provinciali letture che vorrebbero leggere della critica sociale in quel che è lì solo per questioni personali e interiori dell'autore.¹⁸⁹

¹⁸⁶ Malvasi Luca, *Tracce di materia e niente accademia*, Cineforum, Vol. LII, Fasc.514, Maggio 2012, p.26

¹⁸⁷ Cfr. Cappi Marianna, *Un Allen poco ispirato ripropone stancamente alcuni pezzi del suo repertorio*, <https://www.mymovies.it/film/2012/bopdecameron/>

¹⁸⁸ Crespi Alberto, *Una fanta-Roma per Woody Allen*, da L'Unità, 20 aprile 2012, <https://www.mymovies.it/film/2012/bopdecameron/rassegnastampa/629830/>

¹⁸⁹ Gironi Federico, *To Rome with Love - la recensione del film di Woody Allen*, <https://www.comingsoon.it/film/to-rome-with-love/48515/recensione/>

Per la coproduzione sembra essere stata un'occasione di cui approfittare maldestramente per mettere in mostra il meglio che la città – e di conseguenza l'intera nazione – possa offrire, un *product placement* umano, artistico e commerciale un po' pesante e invadente, come l'inserimento di comparse fuori luogo (come Edoardo Leo e Gianmarco Tognazzi) e di noti marchi italiani (si veda l'enorme logo Alitalia alle spalle di Woody Allen mentre è a bordo dell'aereo e i pacchi di pasta Garofalo che emergono dalla borsa della spesa esposti in primo piano).

Gli stereotipi abbondano, le idee sono deteriorate e il mitico tocco leggero si fa greve; ne è un sinistro emblema la colonna sonora che, dimentica delle raffinate scelte musicali del passato, spazia alla ricerca dell'italianità fra ovvietà che vanno dal repertorio operistico a “Volare”, in una *compilation* che sembra raccattata da qualche “Italian Favorites” e che culmina con il recupero *trash* in chiave *electro-dance* di “Amada mia amore mio”, successo del '76 di El Pasador (*sic!*), ingeneroso e irritante *leit motiv* che mette a dura prova la pazienza dell'orecchio dello spettatore.¹⁹⁰

Seppur risultasse anche in *Vicky Cristina Barcelona* e *Midnight in Paris* un iniziale esibizionismo del patrimonio artistico delle due capitali, le coproduzioni avevano saggiamente limitato il *product placement*, concentrando di più gli sforzi nel mettere a disposizione del regista le giuste location che si adattassero al meglio alla storia. Infatti, la visione personale del regista appare più evidente nelle vicende dei personaggi, dando significato alla presenza di quei luoghi e creando negli spettatori una memoria emotiva a lungo termine, merito soprattutto del lavoro di scrittura dei personaggi.

Potrebbe non risultare automatico per uno spettatore straniero, che ha meno familiarità con la produzione cinematografica in generale dell'Italia, ma il pubblico italiano, in base a quanto appurato nelle recensioni della maggioranza dei critici, pare cogliere subito un divario culturale in termini recitativi e produttivi che purtroppo non favorisce quella sospensione dell'incredulità necessaria per apprezzare tutto lo scorrere del film.

Anzitutto, per noi italiani il pasticcio viene enfatizzato dall'effetto di straniamento dato da doppiaggio e attori nostrani. Scarmario o Albanese non sembrano affatto naturali nel mondo di Allen, e tutta l'amalgama tra volti noti del nostro cinema, comparse imposte dagli agenti (Ornella Muti, Giuliano Gemma, Dolce e Gabbana per fare alcuni esempi) e attori americani pare inconciliabile fin dalla prima inquadratura. Persino Benigni sembra straniero in casa sua, quasi trattenuto dalla trama di un episodio che ha già esaurito la sua idea principale dopo i primi minuti. Il problema linguistico/culturale è triplice. Per prima cosa, la convivenza tra doppiaggio e presa diretta denuncia gravi problemi tecnici. In secondo luogo, tutti i dialoghi tra americani e italiani vengono resi solamente nella nostra lingua, con grottesche conseguenze per cui tutti i personaggi parlano un esperanto

¹⁹⁰ *To Rome with Love*, Segnocinema, cit. p.49

italofono e sembrano non capirsi. Terza ragione: per gli spettatori italiani il gioco sugli stereotipi diventa irricevibile.¹⁹¹

Questa confusione linguistica/culturale crea il rischio di favorire un distacco da parte del pubblico italiano verso il film (e anche verso simili produzioni future) che potrebbe sentirsi mal rappresentato dagli stereotipi incarnati dai personaggi, e si crea inoltre il rischio di mantenere nella mente del pubblico straniero un'immagine dell'Italia che a noi pare poco "autentica", troppo iperbolica. Per cui, una rappresentazione della città fatta in questo modo non porta alcuna varietà significativa all'esplorazione che potrebbe compiere un cineturista, perché le azioni svolte dai personaggi durante la struttura narrativa del film non hanno aggiunto un significato diverso a dei luoghi che già ne posseggono uno storico, relegandoli quindi a sole attrazioni turistiche.

Allen ritiene che nel cinema la sceneggiatura sia praticamente tutto: con una buona sceneggiatura, è molto probabile che il risultato finale sia abbastanza buono, anche se l'interpretazione, la fotografia o perfino la regia sono mediocri o addirittura pessime. Invece è impossibile il contrario, vale a dire che con una brutta sceneggiatura non c'è nulla da fare. Per quanto ci si sforzi, pur avendo altri elementi, di qualità o addirittura brillanti, il risultato finale non potrà mai essere soddisfacente.¹⁹²

Dunque, si può capire che se i precedenti tre film europei analizzati hanno contribuito a creare un'immagine alternativa a quella turistica, è merito anche dello sforzo intellettuale oltre che quello produttivo: se in *Match Point* la capitale londinese viene presentata nei suoi ambienti più di tendenza per raccontare una spietata scalata sociale, Barcellona può essere riconosciuta per un'immersione artistica e sensoriale legata anche alla musica e alla cucina, mentre a Parigi si ricorre alla nostalgia per la scoperta di quel lato vintage della capitale.

Roma, invece, mantiene solo la fama di città eterna per le sue rovine e bellezze monumentali, non si approfondisce un certo romanticismo come potrebbe aver fatto *Vacanze romane*, né si cerca di sfaldare cliché e pregiudizi di viaggiatori e abitanti per scoprire un lato inedito della capitale. Lo dimostra anche il fatto che ad oggi non risultano tracce di possibili tour promozionali ed esplorativi nella città legati al film in questione, a riprova del fatto che le storie non hanno saputo valorizzare in modo autentico i luoghi utilizzati durante le riprese¹⁹³.

¹⁹¹ Menarini Roy, *Gli italiani lo fanno peggio*, <https://www.mymovies.it/film/2012/bopdecameron/news/gliitalianilofannopeggio/>

¹⁹² *Woody Allen, l'ultimo genio*, cit. p.76

¹⁹³ Un elenco dei luoghi utilizzati nel film appare sul sito <https://www.turismoroma.it/it/page/i-film-degli-anni-2000>, mentre su altri riferimenti come <http://www.romalaziofilmcommission.it/> e <http://www.guidaturisticaroma.eu/roma-e-il-cinema.html> non risulta nessuna rilevante menzione

CONCLUSIONI

Le storie della città e del cinema sono connesse fra loro a partire dalle origini del cinema stesso e si sono, nel tempo, sovrapposte e intersecate a tal punto da suggerire uno sviluppo comune e un'influenza reciproca. [...] Il mezzo cinematografico, prima ancora di divenire "arte", ha, fin dai suoi inizi, subito il fascino della città, eleggendola a luogo ideale da rappresentare per esprimere le nuove capacità del mezzo, basato sulla rappresentazione di "immagini in movimento".¹⁹⁴

Con questo lavoro si è cercato di far risaltare l'importanza del contesto urbano all'interno di un film, inteso come valore aggiunto per rendere credibile e attraente la storia raccontata. Inoltre, con i quattro film presi in esame, si è provato a dimostrare quanto l'efficacia di una buona rappresentazione della città legata allo sviluppo della storia possa diventare successivamente uno strumento di valorizzazione del territorio.

Le chiavi di lettura proposte – l'identità urbana, la mutevolezza spaziale e temporale della città, la mobilità degli abitanti – sono servite per analizzare quanto l'immagine della città possa essere influente all'interno di un racconto cinematografico, mentre il processo di ricerca e allestimento di una location nella fase di pre-produzione risulta sempre importante per favorire successivamente, durante le riprese, un'immedesimazione credibile nell'immaginario della storia.

Il cinema in quanto attività economica segue le logiche d'impresa per quanto riguarda l'orientamento a ridurre il peso dei fattori di produzione, ad ottimizzare i processi produttivi di un film e a confrontarsi con il mercato, in questo caso con il pubblico. Così operando, è anche orientato a utilizzare ambientazioni che rispondono non solo a requisiti di ordine tecnico (qualità della luce, dei suoni, delle atmosfere ecc.) ma anche di ordine economico – come un qualsiasi altro fattore di produzione.¹⁹⁵

La valorizzazione di un contesto urbano all'interno della storia raccontata può sicuramente portare dei benefici al territorio anche dopo l'uscita del film grazie al fenomeno del *film-induced tourism* che, come si è visto nel capitolo dedicato, risulterà efficace se c'è un rapporto collaborativo tra film commission locale ed enti turistici in seguito a una preparazione svolta con anticipo e grazie a un'attenta valutazione del potenziale che può offrire il film. Con potenziale si può intendere la capacità del film, e quindi delle persone che ci lavorano, di trasmettere al pubblico la particolarità del luogo attraverso l'immaginario della storia.

¹⁹⁴ *Città, cinema, società*, cit. p.27

¹⁹⁵ *L'immagine della città nel cinema*, cit. p.11

«Anche se resta in balia della sua incertezza, l'obiettivo per Woody è raccontare una storia che appassioni il pubblico: “Quello che io offro, sempre, è una storia. Per me è questo che sono i film”»¹⁹⁶. Il regista americano non ha mai sottovalutato l'importanza di curare bene la scrittura dei suoi film per presentare i suoi temi ricorrenti nella cornice urbana di Manhattan. Nell'“esilio” europeo, con l'eccezione di *Match Point*, la scelta della città ha definito fin dall'inizio il tono e l'idea dei film, rischiando in molti casi di incorrere a una rappresentazione turistica o facilmente riconducibile a degli stereotipi nazionali, ma proprio grazie all'esperienza di scrittura del regista le storie si sono adattate bene al contesto urbano in cui erano rappresentate.

Londra si presenta come una città raffinata ed elegante che fa da specchio a una scalata sociale da parte di un giovane freddo uomo; Barcellona è una città ricca di arte, musica e divertimento, il luogo giusto, forse solo in parte, per due turiste americane per cercare di non pensare al loro futuro; Parigi, invece, trasuda un'atmosfera magica che si riflette nella possibilità di viaggiare indietro nel tempo e permettere così al protagonista di incontrare i suoi idoli letterari degli anni '20; Roma, infine, risulta affollata e monumentale, una città-crocevia d'incontri e occasioni «dove s'inscena il contrasto tra la città eterna [...] e la precarietà delle vicende umane»¹⁹⁷.

In alcuni casi, l'immaginario della città stimolato dal film si può ritrovare in alcuni tour a Londra e Parigi, mentre nelle altre città risultano mancanti, sinonimo di un mancato interesse a far perdurare una visita di tipo cineturistico e, dunque, un mancato sfruttamento di tutte le potenzialità che questo fenomeno può offrire per la valorizzazione turistica ed economica di una città.

¹⁹⁶ Woody Allen. *Dall'inizio alla fine*, cit. p.18

¹⁹⁷ *To Rome With Love*, Segnocinema, cit. p.49

BIBLIOGRAFIA

Bibliografia teorica

- Arcagni Simone, *Oltre il cinema: metropoli e media* (2010), Kaplan, Torino
- Arecco Sergio, *Il paesaggio del cinema* (2001), Le Mani, Recco
- Bertozzi Marco, *Il cinema, l'architettura, la città* (2001), Librerie Dedalo, Roma
- Biondi Teresa, *Elio Petri: l'indagine infinita*, in Flavio De Bernardinis (a cura di), *Storia del cinema italiano vol. XII, 1970-1976*, Venezia-Roma, Marsilio-CSC, 2008
- Bisciglia Sergio, *L'immagine della città nel cinema* (2013), Progedit, Bari
- Brancato Sergio, *Cinema e metropoli. Storia di un processo culturale da Metropolis a Matrix*, in *La città delle luci* (2003), Carrocci, Roma
- Cucco Marco, Richeri Giuseppe, *Il mercato delle location cinematografiche* (2013), Marsilio, Venezia
- Dell'Agnese Elena, Rondinone Antonella (a cura di), *Cinema, ambiente, territorio* (2011), UNICOPLI, Milano
- Di Cesare Francesco, Rech Gloria, *Le produzioni cinematografiche, il turismo, il territorio* (2007), Carrocci, Roma
- Fagiani Maria Luisa, *Città, cinema, società: immaginari urbani negli USA e in Italia* (2008), Angeli, Milano
- Filippi Luca, *Cineturismo e marketing territoriale: un film è sempre l'inizio di un viaggio* (2011), Edizioni Savine, Ancarano Te
- Lavarone Giulia, *Cinema, media e turismo: esperienze e prospettive teoriche del film-induced tourism* (2016), UP, Padova
- Licata Antonella, Mariani Travi Elisa, *La città e il cinema* (1985), Dedalo, Bari
- Lori Renato, *Il lavoro dello scenografo. Cinema, teatro, televisione* (2000), Gremese Editore, Roma
- Minuz Andrea, *L'invenzione del luogo: spazi dell'immaginario cinematografico* (2011), ETS, Pisa
- Nicosia Enrico, *Cineturismo e territorio: un percorso attraverso i luoghi cinematografici* (2012), Patron, Bologna
- Penz François, Lu Andong (edited by), *Urban Cinematics. Understanding Urban Phenomena through the Moving Image* (2011), Intellect, Bristol-Chicago (IL)

- Provenzano C. Roberto (a cura di), *Al cinema con la valigia: i film di viaggio e il cineturismo* (2007), Franco Angeli, Milano
- Ravesi Giacomo, *La città delle immagini: cinema, video, architettura e arti visive* (2011), Rubettino, Soveria Mannelli
- Webber, Andrew, Wilson Emma (edited by), *Cities in Transition: the moving image and the modern metropolis* (2008), Wallflower Press, London-New York

Monografie su Woody Allen

- Allen Woody, *A proposito di niente: autobiografia* (2020), traduzione di Alberto Pezzotta, La Nave di Teseo, Milano
- Bailey Peter J., Girgus Sam B., *A Companion to Woody Allen* (2013), Wiley-Blackwell, Chichester, U.K.
- Brenna Stefano, *Woody Allen: guida a un uso responsabile* (2011), Book Time, Milano
- Bocchi Pier Maria, *Woody Allen: quarant'anni di cinema* (2010), Le Mani, Recco
- Escobar Roberto, *Il mondo di Woody Allen* (2020), Il Mulino, Bologna
- Grueso Natalio, *Woody Allen, l'ultimo genio* (2016), Salani Editore, Milano
- Ianuale Nicola, *Woody Allen: un sadico commediografo* (2021), Pubblicato indipendentemente
- Lax Eric, *Woody Allen. Dall'inizio alla fine* (2017), Utet, Milano
- Marcolisi Paolo, *Woody Allen dalla A alla Z* (2013), Barbera Editore, Siena
- Quilliot Roland, *La filosofia di Woody Allen* (2011), Mimesis, Milano-Udine

Riviste

- Mozzati Tommaso; Turrini Davide, *Match Point*, Segnocinema Vol. 26, Fasc. 138, Marzo-Aprile 2006, p. 54-56
- Malvasi Luca, *La Fortuna non ha Morale*, Cineforum, Vol. 47, Fasc. 451, Gennaio-febbraio 2006 cit. p. 23-26
- Fuller Graham, *Court Jester*, Sight and Sound, London, Vol. 16, Fasc. 1, Gennaio 2006, p. 14-18
- McCarthy Todd, *Match Point*, Variety, Vol. 398, Fasc. 13, Maggio 16-22, p.38
- Jacobson Harlan, *Manhattan Transfer*, Film Comment, Vol. 42, Fasc. 1, Gennaio-febbraio 2006, p. 48

- Bellavita Andrea, *Vicky Cristina Barcelona*, Segnocinema, Vol. 28, Fasc. 154, Novembre-dicembre 2008, p. 57-58
- Emiliani Simone, *Spettri e desideri*, Cineforum, Vol. 48, Fasc. 479, Novembre 2008, p. 26-28
- Fuller Graham, *No City for Old Men*, Sight & Sound, London, Vol. 19, Fasc. 2, Febbraio 2009, p. 24-27
- McCarthy Todd, *Woody revels in sex and the Spanish city*, Variety, Vol. 411, Fasc. 3, Giugno 2008, p. 31
- Robey Tim, *Midnight in Paris*, Sight & Sound, London, Vol. 21, Fasc. 11, Novembre 2011, p. 66-67
- Martini Emanuela, *Midnight in Paris*, Cineforum, Vol. 51, Fasc. 505, Giugno 2011, p. 55
- Malavasi Luca, *Una ronde prodigiosa*, Cineforum Vol. 51, Fasc. 510, Dicembre 2011, p. 30-32
- Invernici Arturo, *Le jour où la pluie viendra...*, Cineforum, Vol. 51, Fasc. 510, Dicembre 2011, p. 33-34
- Barrera Gabriele, *Midnight in Paris*, Segnocinema, Vol. 32, Fasc. 173, Gennaio-febbraio 2012, p.42
- Zanolin Daniela, *The end*, Segnocinema, Vol. 32, Fasc. 173, Gennaio-febbraio 2012, p. 60
- B. Benjamin, *Khondji on Allen*, American Cinematographer, Vol. 93, Fasc. 8, Agosto 2012, p. 22-26
- Malvasi Luca, *Tracce di materia e niente accademia*, Cineforum, Vol. 52, Fasc. 514, Maggio 2012, p. 25-27
- Debruge Peter, *Breezy "Love" Affair*, Variety, Vol. 427, Fasc. 6, Giugno 18-24, p.15
- Caron Mauro, *To Rome with Love*, Segnocinema, Vol. 32, Fasc. 176, Luglio-agosto 2012, p. 48-49
- Porro Maurizio, *Il poliziotto Volonté uccide l'amante e svia le indagini*, Corriere della Sera, 17 agosto 2012, p. 43

Filmografia di riferimento

- *Match Point* (2006), prodotto da BBC Films, Thema Production, Jada Productions; distribuito in Italia da Medusa Film
- *Vicky Cristina Barcelona* (2008), prodotto da Mediapro, Wildbunch; distribuito in Italia da Medusa Film

- *Midnight in Paris* (2011), prodotto da Mediapro, Versátil Cinema, Gravier Productions, Televisió de Catalunya; distribuito in Italia da Medusa Film
- *To Rome With Love* (2012), prodotto da Gravier Productions, Mediapro, Medusa Film; distribuito in Italia da Medusa Film

SITOGRAFIA

- Match Point, <https://www.imdb.com/title/tt0416320/>
- Gironi Federico, Match Point: Woody Allen, l'Inghilterra, il caso e una Scarlett Johansson supersexy, <https://www.comingsoon.it/film/match-point/153/recensione/>
- The Woody Allen guide to London, <https://www.theguardian.com/film/2005/apr/08/1>
- Match Point filming locations, The Woody Allen Pages, <https://www.woodyallenpages.com/2018/03/match-point-filming-locations-london-reading-uk/>
- Vicky Cristina Barcelona, https://www.imdb.com/title/tt0497465/?ref_=nv_sr_srsg_0
- Zappoli Giancarlo, *Vicky Cristina Barcelona*, <https://www.mymovies.it/film/2008/vickycristinabarcelona/>
- Proto Carola, Vicky Cristina Barcelona - recensione del film di Woody Allen, <https://www.comingsoon.it/film/vicky-cristina-barcelona/1715/recensione/>
- Giangrasso Caterina, Vicky Cristina Barcelona: recensione del film di Woody Allen, <https://www.cinematographe.it/recensioni/vicky-cristina-barcelona-recensione-del-film-woody-allen/>
- <https://www.bcnatfilmcommission.com/ca/films/vicky-cristina-barcelona>
- <https://www.barcelona-life.com/bar-marsella>
- <https://www.barcelonaturisme.com/wv3/en/enjoy/67/gastronomy-in-cultural-centres.html?>
- <https://www.spain.info/en/search-results/?q=woody+allen>
- Set e location di “Vicky Cristina Barcelona”, <https://www.cineturismo.it/index.php/news-1/movie-tours-nel-mondo-1/874-set-e-location-di-qvicky-cristina-barcelonaq>
- Vicky Cristina Barcelona filming locations, The Woody Allen Pages, <https://www.woodyallenpages.com/2017/12/vicky-cristina-barcelona-filming-locations-barcelona-oviedo-spain-new-york/>
- Woody Allen: “Il menage à trois? È già dura in due” <http://www1.lastampa.it/redazione/cmsSezioni/cannes/200805articoli/32886girata.asp>
- Midnight in Paris, https://www.imdb.com/title/tt1605783/?ref_=nv_sr_srsg_0

- Gironi Federico, Midnight in Paris - la recensione del film di Woody Allen, www.comingsoon.it, <https://www.comingsoon.it/film/midnight-in-paris/48181/recensione/>
- Viaro Giorgio, Midnight in Paris: la recensione di Giorgio Viaro, <https://www.bestmovie.it/recensioni/midnight-in-paris-la-recensione-di-giorgio-viario/127501/>
- Midnight in Paris filming locations, The Woody Allen Pages <https://www.woodyallenspages.com/2017/06/every-location-midnight-paris-paris-versailles-france/>
- Visita guidata sulle orme del film «Midnight in Paris», Paris info, https://prenotazione.parisinfo.com/il4-offerta_i1262-visita-guidata-sulle-orme-del-film-midnight-in-paris.aspx
- Tortora Francesco, «Midnight in Paris», a 8 anni dall'uscita, ecco 10 cose che non sapete del film di Woody Allen, <https://www.corriere.it/spettacoli/cards/midnight-paris-8-anni-dall-uscita-ecco-10-cose-che-non-sapete-film-woody-allen/storico-nightclub.shtml>
- Bucci Emanuele, Pesaro 57: evento speciale con Paolo Mereghetti e Midnight in Paris, <https://www.ciakmagazine.it/news/pesaro-57-evento-speciale-con-paolo-mereghetti-e-midnight-in-paris/>
- Midnight In Paris at The 64th Cannes Film Festival 2011 <https://www.youtube.com/watch?v=lehj0Lh54Ww>
- Film France <https://www.filmfrance.net/v2/gb/home.cfm?choixmenu=films2&filmsphotos=1&monidfilm=754>
- To Rome with Love, https://www.imdb.com/title/tt1859650/?ref_=nv_sr_srsrg_0
- Gironi Federico, To Rome with Love - la recensione del film di Woody Allen, <https://www.comingsoon.it/film/to-rome-with-love/48515/recensione/>
- Viaro Giorgio, To Rome with Love: la recensione di Giorgio Viaro, <https://www.bestmovie.it/recensioni/to-rome-with-love-la-recensione-di-giorgio-viario/152366/>
- Morganti Tiziana, Recensione To Rome with Love (2012), https://movieplayer.it/articoli/arrivederci-roma_9314/
- Cappi Marianna, UN Allen poco ispirato ripropone stancamente alcuni pezzi del suo repertorio, <https://www.mymovies.it/film/2012/bopdecameron/>
- To Rome With Love filming locations, The Woody Allen Pages, <https://www.woodyallenspages.com/2017/02/rome-love-filming-locations-rome-italy/>

- www.cineturismo.it
- TO ROME WITH LOVE - conferenza stampa con Allen, Benigni e Cruz
WWW.RBCASTING.COM <https://www.youtube.com/watch?v=qVBnzWrB5JY>
- Nepoti Roberto, *Woody Allen in vacanza nel folklore della Città eterna*, La Repubblica, 14 aprile 2012, <https://www.mymovies.it/film/2012/bopdecameron/rassegnastampa/628714/>
- Crespi Alberto, *Una fanta-Roma per Woody Allen*, L'Unità, 20 Aprile 2012, <https://www.mymovies.it/film/2012/bopdecameron/rassegnastampa/629830/>
- Menarini Roy, *Gli italiani lo fanno peggio. La delusione di To Rome With Love: qualche riflessione*,
<https://www.mymovies.it/film/2012/bopdecameron/news/gliitalianilofannopeggio/>
- Italy for Movies <https://www.italyformovies.it/chi-siamo>
- LEGGE 14 novembre 2016, n. 220
<https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2016/11/26/16G00233/sg>
- Ischia Film Festival <https://www.ischiafilmfestival.it/index.php/it/storia/benvenuti>
- www.cineturismo.it
- 'Hobbit' Trilogy Has Cost \$561 Million So Far, <https://variety.com/2013/film/news/hobbit-trilogy-has-cost-561-million-so-far-1200694351/>
- Il Signore degli Anelli (serie di film),
[https://it.wikipedia.org/wiki/Il_Signore_degli_Anelli_\(serie_di_film\)#Produzione](https://it.wikipedia.org/wiki/Il_Signore_degli_Anelli_(serie_di_film)#Produzione)
- *Witness* – Trivia, https://www.imdb.com/title/tt0090329/trivia/?ref_=tt_trv_trv
- Monica Chiari, Location & Scouting, <https://www.locationscouting.it/location-scouting-come-si-fa/>