

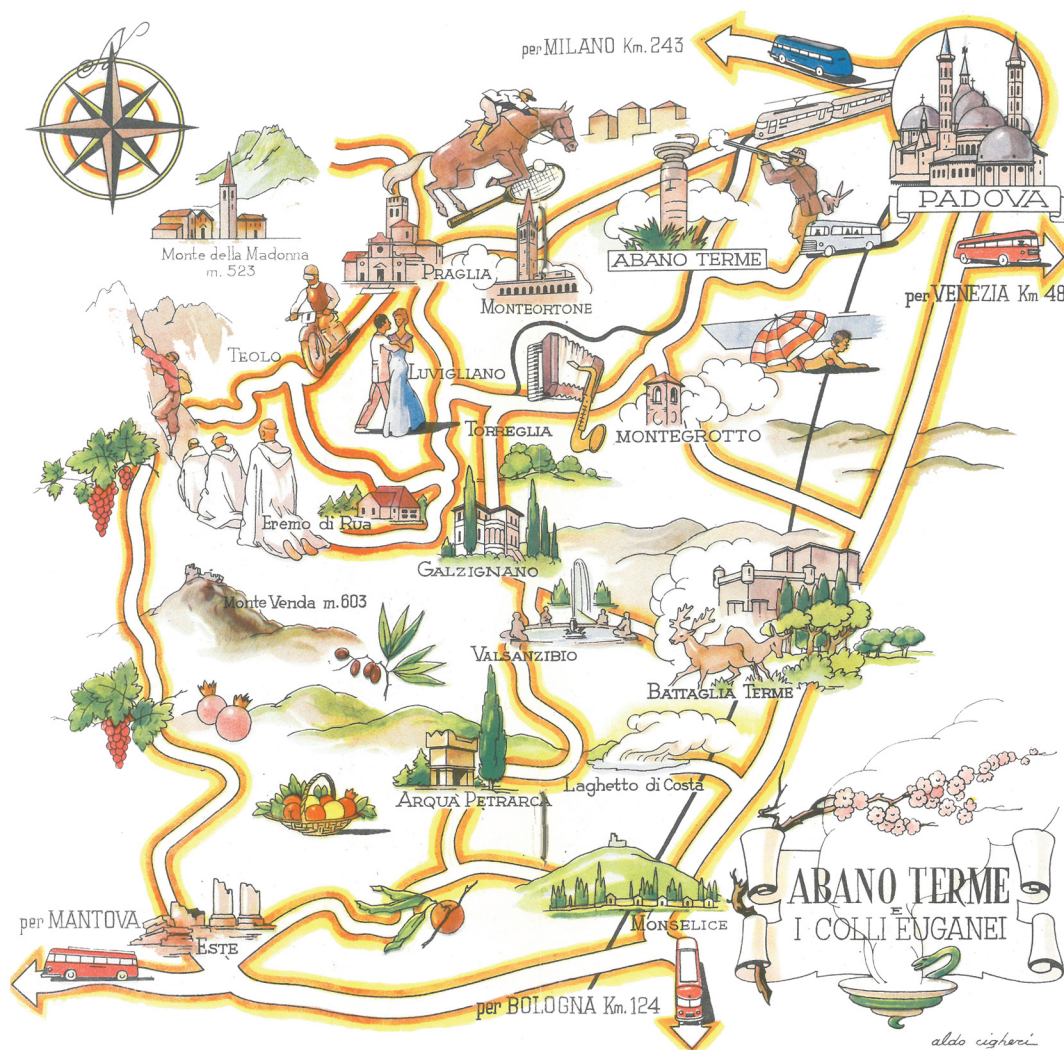
ISSN 2499-1422

eikonocity

Storia e Iconografia delle Città e dei Siti Europei - History and Iconography of European Cities and Sites



Università degli Studi di Napoli Federico II
CIRICE - Centro Interdipartimentale
di Ricerca sull'Iconografia
della Città Europea
Associazione Eikoncity



anno IV, n. 1, gen.-giu. 2019

ISSN 2499-1422

eikonocity

Storia e Iconografia delle Città e dei Siti Europei - History and Iconography of European Cities and Sites

Federico II University Press



fedQA Press



rivista in open access pubblicata da

Federico II University Press

con

Centro Interdipartimentale di Ricerca sull'Iconografia della Città Europea (CIRICE)

dell'Università degli Studi di Napoli Federico II

Associazione Culturale eikonocity - History and Iconography of European Cities and Sites

Federico II University Press



Proposte di contributi, manoscritti e pubblicazioni per recensioni:

www.serena.unina.it/index.php/eikonocity

Tutte le proposte sono valutate secondo il criterio internazionale di double-blind peer review.

I diritti di traduzione, riproduzione e adattamento totale o parziale con qualsiasi mezzo sono riservati per tutti i Paesi. L'editore si dichiara a disposizione degli eventuali proprietari dei diritti di riproduzione delle immagini contenute in questa rivista non contattati.

SeReNa (System for electronic peer-Reviewed journals @ university of Naples) è la piattaforma per la gestione e per la pubblicazione online di riviste scientifiche ad accesso aperto, realizzata nel 2007 dal Centro di Ateneo per le Biblioteche "Roberto Pettorino" dell'Università degli Studi di Napoli Federico II con il software Open Journal Systems.

Registrazione Cancelleria del Tribunale di Napoli, n. 7416/15 | Autorizzazione n. 2 del 14 gennaio 2016
ISSN 2499-1422

In copertina: I Colli Euganei in una mappa dell'illustratore Aldo Cigheri (1909-1995) per un opuscolo dell'Enit e dell'Ente provinciale per il turismo di Padova del 1950 circa. Opuscolo. «Abano Montegrotto Terme», Ente provinciale per il turismo Padova e Enit, SAIGA già B & G, Genova, sd ma 1950 circa (Archivio storico Federterme. "Terme e Riviere", Materiale promozionale).

Direttore

Alfredo Buccaro, *Università di Napoli Federico II*

Condirettore

Annunziata Berrino, *Università di Napoli Federico II*

Comitato scientifico internazionale

Gilles Bertrand, *Université Pierre-Mendès-France (Grenoble II)*
Salvatore Di Liello, *Università di Napoli Federico II*
Antonella di Luggo, *Università di Napoli Federico II*
Michael Jakob, *École polytechnique fédérale de Lausanne*
Andrea Maglio, *Università di Napoli Federico II*
Fabio Mangone, *Università di Napoli Federico II*
Brigitte Marin, *Université d'Aix-Marseille*
Bianca Gioia Marino, *Università di Napoli Federico II*
Tanja Michalsky, *Max-Planck-Institut für Kunstgeschichte*
Juan Manuel Monterroso Montero, *Universidad de Santiago de Compostela*
Roberto Parisi, *Università del Molise*
Stefano Piazza, *Università degli Studi di Palermo*
Piotr Podemski, *Instytut Komunikacji Specjalistycznej Warszawa*
Valentina Russo, *Università di Napoli Federico II*
Anna Tylusińska-Kowalska, *Instytut Komunikacji Specjalistycznej Warszawa*
Carlo Tosco, *Politecnico di Torino*
Ornella Zerlenga, *Università degli Studi della Campania Luigi Vanvitelli*
Guido Zucconi, *Università IUAV di Venezia*

Comitato di redazione

Émilie Beck, *Université Paris 13*
Gemma Belli, *Università di Napoli Federico II*
Gisela Bungarten, *Museumslandschaft Hessen Kassel*
Francesca Capano, *Università di Napoli Federico II*
Anna Ciotta, *Università di Torino*
Anda-Lucia Spânu, *Institutul de Cercetări Socio-Umane Sibiu*
Carla Fernández Martínez, *Universidad de Santiago de Compostela*
Daniela Palomba, *Università di Napoli Federico II*
Maria Ines Pascariello, *Università di Napoli Federico II*
Massimo Visone, *Università di Napoli Federico II*

Direttore responsabile

Alessandro Castagnaro, *Università di Napoli Federico II*

Direttore artistico

Maria Ines Pascariello, *Università di Napoli Federico II*

Segreteria amministrativa

Ilaria Bruno, *Università di Napoli Federico II*

Questo numero è stato curato da Annunziata Berrino.

La redazione è stata curata da Francesca Capano, Daniela Palomba, Maria Ines Pascariello, Massimo Visone.



	Editoriale	7
Il valore dell'iconografia storica per la contemporaneità		
	<i>Annunziata Berrino</i>	

9 Città del turismo, paesaggio e moda nell'iconografia italiana di metà Novecento	
	<i>Ornella Cirillo</i>
27 I luoghi e l'immagine storica delle Terme di San Calogero nell'isola di Lipari	
	<i>Cristina Mollica, Angela Quattrocchi, Francesca Schepis</i>
45 Le cavità e gli ipogei del borgo dei Vergini a Napoli. Immagini di un paesaggio invisibile	
	<i>Amanda Piezzo</i>
59 Rappresentazioni di territori in <i>popular cartography</i> in Italia tra gli anni '30 e '50 e l'intervento pubblico nel turismo	
	<i>Annunziata Berrino, Marco Petrella</i>

Il valore dell'iconografia storica per la contemporaneità

Editoriale

Annunziata Berrino

Con questo numero *Eikonocity* apre la sua quarta annata e con gli articoli accolti conferma la validità del suo progetto editoriale: l'evoluzione storica dell'iconografia delle città è analisi imprescindibile per la comprensione della contemporaneità, ed è presupposto ineludibile per qualsiasi programmazione, progettazione o intervento.

Ornella Cirillo spiega come nell'Italia del dopoguerra, negli anni della ripresa economica il paesaggio mediterraneo e il disegno dei centri minori costieri furono ispirazione e ambientazione della moda italiana, contribuendo a rafforzare l'interesse e la curiosità per le produzioni artigianali del Paese a dispetto di una cultura industrialista che si affermava con forza e contemporaneamente a stratificare identità e cultura visiva a piccole comunità destinate a proiettarsi nell'immaginario dei consumi dell'intero Occidente con una continuità che giunge fino ai giorni nostri. Si pensi solo a Portofino, a Capri, a Ischia.

Cristina Mollica, Angela Quattrocchi e Francesca Schepis si confrontano con un'emergenza culturale di eccezionale valore: le terme di San Calogero dell'isola di Lipari dell'arcipelago siciliano delle Eolie. Oggi il sito delle terme, solo parzialmente restaurato e in attesa di una nuova fruizione, non può essere considerato se non nel contesto paesaggistico nel quale è collocato. Se nel termalismo dell'Ottocento l'attenzione era necessariamente concentrata sulle strutture che potevano essere costruite solo sulle sorgenti captate, oggi il termalismo è altra cosa e a Lipari non resta che aprire una riflessione attenta su un manufatto di immenso valore culturale collocato in un contesto paesaggistico mediterraneo, la cui iconografia storica ha alimentato l'immaginario dell'intero Occidente.

Anche la chiave di lettura che suggeriamo per l'articolo di Armanda Piezzo è la contemporaneità: gli ipogei del borgo dei Vergini rappresentano oggi una delle straordinarie attrazioni che la città di Napoli offre al turismo, ritornato da pochi anni tra le sue strade. Solo la conoscenza e la consapevolezza del valore delle espressioni culturali che il turismo chiede di consumare può indirizzare la fruizione e sottrarla alla mercificazione.

Infine Marco Petrella assieme a chi scrive firmano un articolo che analizza alcuni esempi di cartografia figurata. Si tratta di produzioni che i geografi non hanno mai considerato, ritenendole non scientifiche. Non a caso di recente sono state definite *popular cartography*: carte destinate a parlare a un pubblico semplice, utilizzando vignette e figure. L'articolo colloca la produzione delle prime rappresentazioni a fine anni '30, motivate da intenti politici, e mostra come il modello evolva proprio nel corso degli anni '40 grazie a grandi illustratori che nell'Italia del dopoguerra saranno in grado di rendere con efficacia l'immaginario di un Paese solare, luminoso, mediterraneo, ricco di centri urbani e denso di architetture, tradizioni e produzioni da consegnare al grande fenomeno del turismo massificato.

Città del turismo, paesaggio e moda nell'iconografia italiana di metà Novecento

Ornella Cirillo

Università degli Studi della Campania Luigi Vanvitelli

Abstract

Negli anni '50 il lancio della moda italiana si compie mediante un'azione integrata col turismo, di cui si fa portavoce, tra l'altro, la stampa colta, in cui operano redattori di alto profilo intellettuale e raffinati fotografi, che insieme costruiscono un linguaggio narrativo nuovo, dove il paesaggio s'intreccia ai pregi della modellistica sartoriale e il fascino di luoghi incontaminati, si abbina a proposte esclusive di capi sportivi. Per esaminare questo rapporto, il saggio esplora le pagine di «Bellezza», la principale rivista di settore, che interpreta la moda come un bene intriso di località, ovvero di quel *genius loci* che allora appariva di grande interesse anche per gli stranieri. Ne deriva uno straordinario album iconografico, animato da eventi stagionali, costruiti per mostrare l'esperienza della vacanza nelle sue molteplici sfaccettature, che conferma l'approccio altamente colto con cui allora furono veicolate le ricchezze dell'Italia.

Tourist towns, Landscape and Fashion in mid-twentieth century Italian Iconography

In the 1950s, Italian fashion was launched through an integrated action with tourism, which had the educated press as its mouthpiece, with its high-profile editors and refined photographers, who worked together to create a new narrative language, where the landscape intertwined with the merits of sartorial modelling and the charm of uncontaminated places was combined with exclusive proposals for sports garments. This paper explores this relationship through the pages of «Bellezza», the leading trade magazine, that interpreted fashion as a good infused with locations, that *genius loci* which at the time seemed to be of great interest to foreigners too. The result is an extraordinary iconographic album, animated by seasonal events, constructed to show the experience of the holiday in Italy in its many facets.

Keywords: Storia del turismo, fotografia, storia della moda.

History of tourism, photography, history of fashion.

Ornella Cirillo è ricercatrice di Storia dell'architettura dal 2001. Rivolge la sua attività di ricerca sia alla storia dell'architettura sia a quella della moda, divulgandola in pubblicazioni monografiche e collettanee e partecipando a convegni internazionali e nazionali. Svolge attività didattica nel proprio Ateneo dal 2001.

Author: ornella.cirillo@unicampania.it

Received April 16, 2019; accepted May 28, 2019

1 | Introduzione

Nella stagione successiva al secondo conflitto bellico in Italia la moda, segmento cruciale nella costruzione dell'identità economica e culturale, intesse una importante relazione col turismo, perché si riconosce come una delle leve su cui poter fondare la sua ripresa. A questo risultato contribuisce in maniera sostanziale una solida collaborazione col cinema, la fotografia e la più ampia produzione culturale. La forza dei singoli creativi attivi nel Paese non risulta sufficiente da sola a trainare l'economia nazionale fuori dalle difficoltà lasciate dalla guerra, né a contrastare la supremazia della Francia, ma questo obiettivo, nel quadro dello sviluppo promosso dall'*European Recovery Program*, risulta perseguibile attraverso un'azione integrata col paesaggio e l'arte di cui si fa promotrice, tra l'altro, la stampa colta, in cui lavorano figure di altissimo livello intellettuale, insieme a fotografi aperti al confronto con le esperienze internazionali più avanzate.

2 | Luoghi e abiti, la moda come medium

Per esaminare come questo rapporto si è manifestato nell'editoria di settore basta esplorare le pagine di «Bellezza», una rivista nata nel 1941, col patrocinio dell'Ente nazionale della moda, in seno alle iniziative editoriali milanesi di Gio Ponti, che desiderava pubblicare un mensile dell'alta moda e della vita italiana – da lui idealmente intitolato «Linea» – «per controbattere alla penetrazione di «Vogue» e di «Harper's Bazaar» sia in Italia quanto nel resto d'Europa [Esposito

1982, 63; Martignoni 2002, 105]. Quale manifesto della cultura estetica nazionale e strumento di lotta contro il lusso straniero, *Bellezza* rinuncia al carattere manualistico e pragmatico di altre testate, per farsi portavoce dei valori del genio creativo italiano attraverso un abbondante e raffinato uso della grafica e del disegno, affidato ad artisti del calibro di De Pisis, Prampolini, Gruau, Alberto Lattuada, Lina Bo, Brunetta e Federico Pallavicini, oltre che della parola.

Dopo una breve pausa editoriale dal dicembre 1944, riappare nel dicembre 1945, quando, perdendo l'apporto di Ponti – direttore, ma anche autore di diversi articoli rivolti ai temi dell'architettura della casa vivente e alla ricerca di un costume italiano che si farà sempre più di *stile* che di fantasia, sempre più di qualità che di capriccio¹ – viene guidata da Michelangelo Testa e continua ad avvalersi della collaborazione costante di Elsa Robiola e Irene Brin (pseudonimo di Maria Vittoria Rossi), figure chiave del giornalismo impegnato nella promozione della moda italiana nel mondo. Si conferma allora come rivista ufficiale del settore, rivolta agli addetti ai lavori e a una raffinata cerchia di aristocratici e borghesi, desiderosi di conoscere lo spaccato complessivo della produzione nazionale e di assumere atteggiamenti e costumi prima degli altri. Dal 1948, con il nuovo direttore Arturo Tofanelli e l'editore Aldo Palazzi – che dal 1946 pubblica anche il *Tempo*, sul modello dello statunitense *Life* – il ruolo comunicativo dell'immagine tende a prevalere sui testi, con una progressiva supremazia della fotografia rispetto al disegno, rendendo *Bellezza* un luogo di sperimentazione del servizio fotografico come strumento narrativo dell'evoluzione del gusto e dei comportamenti dell'Italia da godere, grazie ai lavori sapientemente condotti da Pasquale De Antonis, Fortunato Scrimali, Giuseppe Cesano, Regina Relang [Barbaro 1987, 187-188; Bonetti 2005, 60-65; Caratozzolo 2006; Gnoli 2012, 139-141; Cirillo 2017¹, 2095-2101]. Insieme alle testate più divulgative, quali *Grazia*, *Linea*, *Novità*, *Annabella*, *Bellezza* dà consapevolezza del proprio valore ai creativi presenti nelle diverse aree regionali, ma soprattutto insegna agli italiani a vedere la produzione come un valore intriso di località, ovvero di quel *genius loci* che allora appariva di enorme attrattiva anche per gli stranieri.

In particolare, Irene Brin, collaboratrice di Carmel Snow per *Harper's Bazaar* dagli ultimi anni '40 fino al 1952, quando ne diventa ufficialmente *Rome editor*, ha piena cognizione degli interessi americani verso il nascente made in Italy e il turismo culturale e li riflette anche nell'attività che svolge per l'influente testata italiana [Morini 2010, 395-396; Caratozzolo 2014, 354-357]. Il lavoro colto che compie all'interno di *Bellezza* riesce a bandire il carattere frivolo dell'abbigliamento, portandolo a diventare un aspetto capace di incidere sui gusti e sui comportamenti di ampi strati della società. È per questo che il suo approccio alla lettura della moda va oltre il dato puramente sartoriale, per aprirsi a una dimensione territorialmente vasta, in cui il dialogo tra produzione e consumo è letto attraverso forti relazioni con la scena sociale e culturale dei luoghi.

Anche la Robiola, che guida la rivista in esame per due decenni [Robiola Elsa 2003], incita sin dall'inizio donne e sartorie italiane a non imitare le griffe d'oltralpe, valorizzando piuttosto l'autonomia della creatività peninsulare che, soprattutto dopo la guerra, si traduce in invito consapevole a un sistema di ideazione, produzione e comunicazione fortemente integrato, al fine di accreditare l'Italia nello scenario interno e internazionale [Monti 2014, 37].

Le riviste di moda, insieme alle istituzioni e agli altri media, in questo arco temporale impongono la nazione come il prototipo del luogo dello svago, dell'eleganza e delle vacanze, rilanciando quindi anche oltre i confini locali l'immagine complessiva della creatività italiana. Il viaggio che essi ora raccontano non descrive solo i paesaggi e le atmosfere, ma parla delle capacità e dei valori del popolo che li abita, alimentando la rete capillare di poli in cui prende forma il tessuto produttivo italiano [Franceschini 2016, 194-203]. È in questo senso che *Bellezza*, se inizialmente

¹ Ponti, G. *Abbigliamento e arredamento*, in «Bellezza», 36, gennaio 1947.

² Cirillo 2017¹ è un lavoro di cui la presente pubblicazione, alla luce di ulteriori acquisizioni, rappresenta un ampliamento.

sostiene la realtà segmentata e spontanea attiva nei laboratori delle città principali, in un secondo tempo punta alla divulgazione del loro operato come parte significativa del patrimonio italiano e spinge sul paesaggio, sull'arte e sul turismo di qualità per veicolare contenuti di preziosità e di gusto, cioè sul binomio 'bello e ben fatto' del prodotto italiano. Mettere in relazione luoghi e abiti significa usare la moda come mezzo di conoscenza, sfruttandone, appunto, l'accezione di maggiore valore culturale.

Protagonista, dunque, del mondo intellettuale e mondano del secondo dopoguerra, questa rivista funge da guida per la cerchia di benestanti che girano tra atelier, circoli artistici e salotti, contribuendo all'incremento della domanda di turismo interno, con testi e immagini volutamente riferiti ai centri del loisir, dove emergono nuovi stili di vita, particolarmente apprezzati da quei lettori che bandiscono la ripetitività a favore del nuovo e del diverso.

L'esame dei numeri editi dal 1947 fino alla prima metà degli anni '60 costituisce dunque una rassegna completa della relazione costruita tra moda e turismo da quei professionisti ed evidenzia una netta differenza con i periodici di utenza più comune, dove alcuni aspetti risultano raramente accennati o trattati con un linguaggio senz'altro meno impegnativo sul piano culturale. Se, infatti, in pubblicazioni come *Novità* e *Linea* il tema del turismo si limita generalmente a indicazioni pratiche per l'abbigliamento estivo e a suggerimenti per le escursioni familiari, qui, invece, si presenta un panorama molto ricco di riflessioni che fa comprendere chiaramente il taglio altamente critico e lo sguardo d'insieme con cui si è voluto concepire il progetto promozionale della moda del momento.

Scritti, racconti di viaggi di lavoro, rubriche a sfondo geografico e commerciale riguardanti aspetti di rilevanza turistica, come i sistemi di collegamento e la varietà delle escursioni vacanze, e articoli dedicati alla presentazione dei prodotti dell'abbigliamento disponibili in ogni posto, si configurano come una componente effettiva degli strumenti che indirettamente agiscono nella promozione del turismo e senz'altro degni di rientrare tra le fonti utili per la costruzione complessa della sua storia.

3 | La «vacanza dal guardaroba»

Nelle pagine di *Bellezza* il tema del turismo affiora inizialmente attraverso l'annuncio del risveglio delle località mondane dopo la difficile parentesi bellica³ e, principalmente, come invito a trascorrere brevi soggiorni al mare o ai monti, alla riconquista della natura per motivi igienici o culturali, con timide indicazioni sul vestiario adatto a questa ritrovata forma di piacere⁴. Tornare al Sestriere per arrampicarsi sulle vette con le moderne funivie⁵, sulle spiagge per «spogliarsi o meno»⁶, sono, infatti, i primi segnali della volontà di far ritrovare ai lettori nella vasta geografia del territorio luoghi da ri-frequentare per rigenerare il fisico e lo spirito, nei quali l'offerta turistica ritorna ai livelli prebellici con un progressivo miglioramento qualitativo delle attrezzature ricettive.

Nella sequenza stagionale la pausa estiva è il momento in cui poter liberare il corpo dai dogmi dell'*haute couture* e dalle norme formali consolidate, si consentono «piccoli tradimenti» e «perdonabili evasioni complici dell'abbandono e del riposo»⁷, in una sorta di travestimento stravagante che esprime lo stato gioioso delle vacanze. In estate le donne apprezzano l'idea di potersi concedere la semplicità dei grembiuli da giardino, la leggerezza dei piccoli abiti variopinti, dei cappelli e delle borsette di paglia, l'informalità delle scarpe basse e l'audacia degli shorts, e possono rimpiazzare i paletot e le mantelle con scialletti sfrangiati. Possono scegliere tra stampati con motivi floreali, lini, canape, rigati o dipinti a mano, e tra ornamenti bizzarri con cannuce di legno, valve di conchiglie e nocchie. Anche nel contesto montano il mascheramento vacanziero permette di

³ Sono ritornate a Venezia e Panorama di Venezia, in «Bellezza», 9, 1946; Settembre a Venezia, in «Bellezza», 23, 1947, pp. 62-63.

⁴ Solleone, in «Bellezza», 7, 1946, pp. 2-5.

⁵ Sestriere, in «Bellezza», 11, 1946, pp. 147-148.

⁶ Spogliarsi o meno..., in «Bellezza», 6, 1949, pp. 82-83.

⁷ Robiola, E. Abbandono e riposo nella lieta stagione, «Bellezza», 6, 1951, p. 21.



Fig. 1: Foto Porta, mantello di Lionella sullo sfondo delle macerie lasciate dalla guerra. *Bellezza*, 11, 1945.

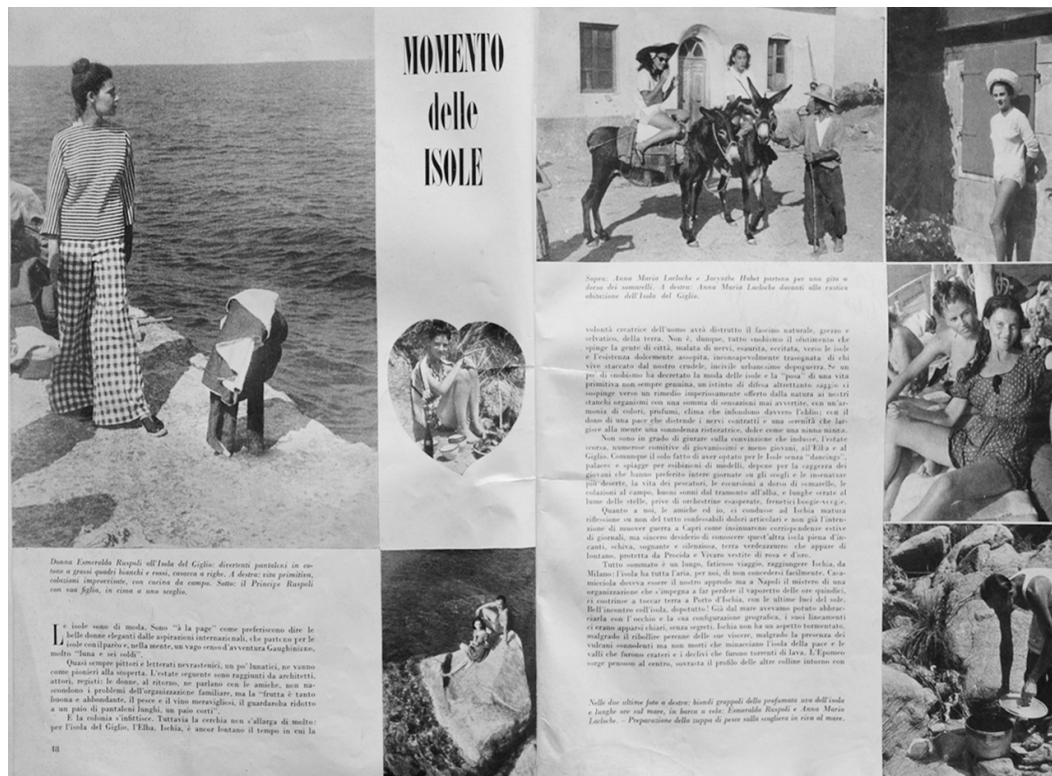


Fig. 2: L'isola del Giglio nelle prime frequentazioni estive aristocratiche. *Bellezza*, 3, 1947, pp. 48-49.



Fig. 3: F. Pallavicini, sullo sfondo del duomo di Firenze scarpe di Ferragamo e Frattegiani. *Bellezza*, 6, 1949, p. 29.

Fig. 4: R. Relang, Giugno a S. Angelo d'Ischia. *Bellezza*, 6, 1954, pp. 18-19.



spingersi a insolite combinazioni di capi, con pantaloni, casacche, sottane «allegre come Gretel», calze colorate, nastri svolazzanti, calzoni da eschimesi, ispirati ai costumi regionali e intonati allo stile degli alberghi, perché nella concezione aristocratica della vacanza le signore sulle cime alpine non puntano alla pratica sportiva, ma cercano principalmente «una pausa di serenità per lo spirito»⁸ o un'occasione per esaudire il proprio desiderio di apparire.

Il tema del travestimento, guardato in quel momento con stupore anche dalla commedia che esorta, nelle parole di Totò, ad essere «eccentrici e futili» per farsi ammettere a frequentare Capri (*L'imperatore di Capri* di Luigi Comencini, 1949), acquista un significato speciale da parte di quella categoria di persone – aristocratici, ma anche fasce medio-alte della borghesia [Battilani 2001, 238] – che vede la vacanza come *status symbol* e interpreta la ricchezza conquistata dagli italiani nella corsa alla scoperta dei territori peninsulari con un'utilitaria carica di bagagli, ma anche cambiando spesso abito, per riguadagnare cioè un piacere che la guerra aveva invece impedito. Il viaggio, l'automobile e l'abbigliamento diventano, allora, metafore concrete del desiderio di emergere socialmente degli italiani, rientrati solo adesso nel club dell'opulenza mondiale [Menduni 2011, 169]. Il forte aumento del reddito nazionale, la conseguente urbanizzazione, stanno modificando i consumi turistici, tanto che si stima che nel passaggio dagli anni '30 ai '60 la presenza di italiani nelle località montane e balneari triplica, e l'aumento della domanda interna di turismo si estende gradualmente alle famiglie medio borghesi fino alla massa [Battilani 2001, 238]. All'alba degli anni '50, dunque, la stabilità economica raggiunta da molti e lo sviluppo dei mezzi di trasporto determinano una rinnovata attenzione al godimento del tempo libero, esortando anche i creativi a sperimentare tipologie varie di abiti, in materiali inconsueti, pratici e meno costosi, e i redattori a dedicare ampio spazio a rubriche in cui fornire indicazioni per le *mise* da portare nei luoghi della villeggiatura. A tal riguardo, dopo un primo periodo conoscitivo che tasta gli interessi del pubblico e gli esiti nelle vendite, inaugurando i successi della cosiddetta *resort fashion*, si arriva, dunque, a definire una gamma articolata di «stili della vacanza»⁹ connessi ai tanti aspetti climatici e geografici dell'Italia e alle diverse pratiche che essa ora contempla, dalla sportiva alla mondana, dalla marina alla montana, culturale o di relax, per i quali il *bon-ton* permette di indossare tutto ciò che non si porta in città.

Tra le diverse mete dello show estivo, il mare, che negli anni '20 era stato il contesto in cui audaci pioniere come Chanel avevano spinto a un'iniziale rivoluzione dei costumi con forme androgine, scollature e pigiama prendisole, rappresenta il luogo in cui le signore danno sfogo alla fantasia ma, soprattutto, ritrovano un'utile legittimazione a scegliere capi moderni, sentendosi più disinvolute nelle scelte e nei comportamenti – la qualità può essere sacrificata a vantaggio della quantità, il desiderio stagionale fa trascurare la ricerca del capo di lunga durata, le risorse artigianali e i materiali inconsueti sostituiscono quelli preziosi – [Somarè, Sorteni 1989, 52; Giannetti 2015, 78]. Di riflesso la «vacanza dal guardaroba»¹⁰, ammessa nella stagione più calda, allarga le prospettive di ricerca dei creativi, che si orientano verso audaci sperimentazioni tessili, con stoffe inguicibili e leggere come il nylon e il terital – adatti pure ai 30 chili imposti dalle compagnie aeree – per creare capi «quasi tascabili», «stirati una volta per sempre», da portare in valigia¹¹. Sul piano formale, come al contempo accade anche per l'architettura, il loro progetto si apre a incursioni nella modernità secondo un indirizzo mediterraneo, che parte dalla scoperta delle tradizioni vestimentarie capresi. Il linguaggio che il sarto di turno mette in campo per l'abito delle vacanze è, dunque, più libero da scelte convenzionali e, rivolto prevalentemente a una ristretta élite sociale, riesce a spingersi verso forme molto connotate che, di fatto, definiscono uno stile, intriso di valori materiali e immateriali assunti direttamente dal contesto in cui il capo nasce o

⁸ *Sestriere*, in «Bellezza», 11, 1946, p. 147.

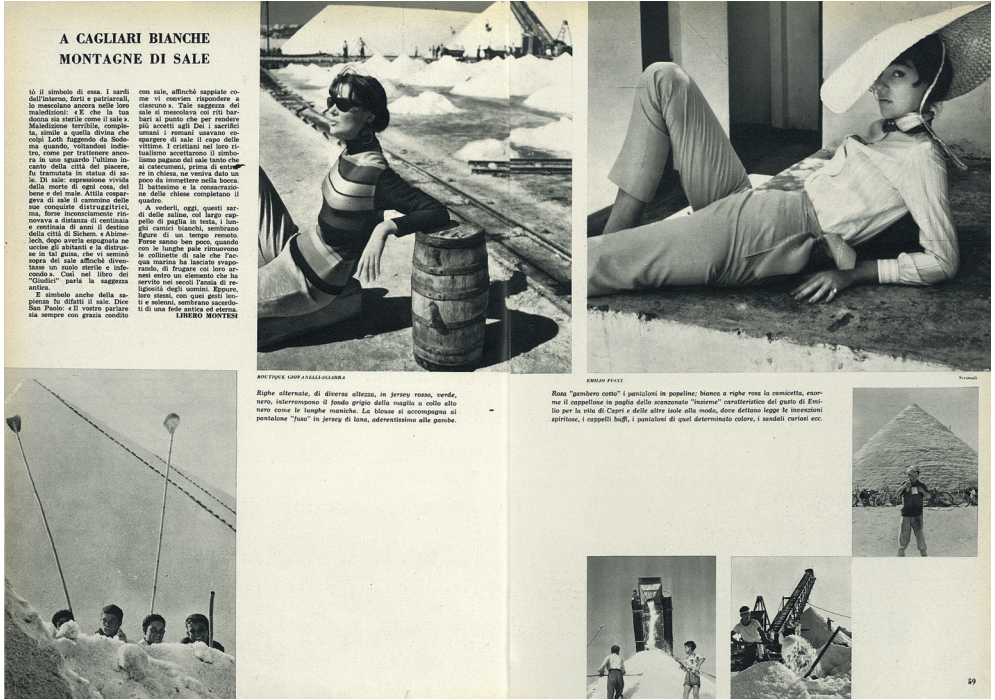
⁹ *Stile delle vacanze*, in «Bellezza», 7, 1957, pp. 58-63.

¹⁰ Robiola, E. *Prospettive di maggio*, in «Bellezza», 5, 1953, p. 18.

¹¹ Brin, I. *Operazione giro del mondo*, in «Bellezza», 6, 1955, pp. 62-68; *Lunga felice giornata dei tessuti del nostro tempo*, in «Bellezza», 4, 1957, pp. 82-84; Brin, I. *Viaggi ben organizzati e guardaroba internazionale*, in «Bellezza», 6, 1957, pp. 46-47.



L'ETERNA CANZONE DEL MARE



BIN FICCA L'ARABIA E L'ARABIA

BIN FICCA L'ARABIA E L'ARABIA

Righe alterate, di diversa altezza, in jersey rosa, verde, nero, interruzione di fondo grigio della "materia" sostituita dal punto di fissato come le lunghe maniche. La bianca si accompagna ai puntelloni "jerry" in jersey di lana, aderentissimo alle gambe.

Roma "gambero cotto" i puntelloni in popeline; bianchi e righe rosa la camicetta, esume il cappellino in pannello dello scuro "materia" sostituita dal punto di fissato per la vita di Capri e delle altre tinte alla moda, dove dettano legge le invenzioni ispirazioni, i cappelli berti, i puntelloni di quel determinato colore, i sandali variati ecc.



Gli scavi di Piazza Armerina in Sicilia dove sono stati trovati i mosaici sorprendenti nei quali sono raffigurati i più antichi "bikini" che si conoscano.

ARABIA

PUCCI



Sopra: la prima donna in bikini, la signora di San Gilla (Cagliari) e gli abiti di Pucci e Giovannelli-Sciarra. Bellezza, 2, 1955, pp. 58-59.



RAGAZZE A PORTOFINO

I "bikini del Portofino" modellati a mano, dorati al punto e alla tecnica di Gianni Rodin, sono diventati gli "accessori" del costume da bagno che rende una serata di bellezze irripetibili. Ecco, a destra, LILIA GUERRA, la puntellina di costume prima con righe "ton fella" blu, che l'occasione con "Bianco" il più vecchio marino di Portofino. Sotto: LILIA BELLONE in piuma di corno bianco decorata con drappi che riproducono, come a loro, connessi con Carmelo, uno degli antichi marinai del celebre porticciolo.



Fig. 5: Costumi di Dazza sullo sfondo dei Faraglioni di Capri. *Bellezza*, 5, 1955, p. 76.

Fig. 6: F. Scrimali, le saline di San Gilla (Cagliari) e gli abiti di Pucci e Giovannelli-Sciarra. *Bellezza*, 2, 1955, pp. 58-59.

Fig. 7: (Interfoto), gli scavi di Piazza Armerina, il bikini di Armonia e il 'saio' di Pucci. *Bellezza*, 5, 1955, p. 73.

Fig. 8: Gli 'stampati del Portofino' indossati da nobildonne che conversano con vecchi marinai del celebre porticciolo. *Bellezza*, 8, 1955, p. 63.

viene adoperato. La ricerca in questo settore si avvia, infatti, tra modernità e vernacolo, oltre la mimesi del folklore e verso una palese matrice moderna – cioè meno costrittiva e più funzionale –, con caratteri comuni a tutte le città italiane e toni dialettali nelle diverse location.

Si tratta di un fenomeno di ampio valore culturale, che prende le mosse dalle isole e dai centri costieri, che costituiscono le maggiori attrattive turistiche dell'immaginario italiano. È a Capri, a esempio, che nasce la fortuna di Emilio Pucci e di figure altrettanto intraprendenti come la Tessitrice dell'isola (Claretta Gallotti), Sonia de Lennart e, poi, di Livio de Simone, creativi che avevano intuito la possibilità di far maturare in un progetto inedito e di ampia portata internazionale le competenze manifatturiere locali, abbinando alla fama del luogo la propria vena ideativa. Basti pensare che sin dal 1947 il marchese toscano opera sull'isola del golfo di Napoli con la baronessa Gallotti – insediatasi nel laboratorio di tessitura creato da Edwin Cerio negli anni '30 [Cirillo, Rupe 2018] – con l'obiettivo di renderla un centro di moda di portata europea [Cirillo 2018]. Qui Emilio di Capri – così si definisce – disegna pantaloni e camicie in colori accesi, foulard con i temi dell'isola, lancia i cappellini a tagliatelle, puntando tanto su un abbigliamento specificamente rivolto al tempo libero, quanto sull'esclusività del sito a cui decide di legare strategicamente il proprio nome. Così come la Tessitrice dell'isola, cogliendo spunti «dai colori del mare e del cielo di Capri»¹² e attingendo suggerimenti progettuali dai costumi popolari e dal repertorio artistico di Napoli, senza cadere nel citazionismo provinciale dei decenni precedenti, intesse trame e confeziona capi molto portabili e di alto contenuto manuale; Sonja de Lennart nel 1948 confeziona il primo rinomato modello di *Capri Pants* reinterpretando un capo più volte adottato da pescatori e avventori locali, vantaggiosamente veicolato, insieme ai *Capri Blouse*, *Capri Skirt* e *Capri Belt*, nella cinematografia coeva [Morini 2010, 402-404; Esposito 2015, 156]. Sono loro che in questo periodo, insieme ai proprietari della boutique La Parisienne e ai calzalai autoctoni [Esposito 2015, 91-103], danno vita allo chic caprese, confortati, di fatto, non solo dagli apprezzamenti di pubblico e critica, quanto dalle potenti campagne promozionali che la natura stessa dell'isola consente di realizzare.

Come a Capri, anche a Ischia, al fianco degli artigiani locali, si insedia una rappresentanza dell'élite straniera impegnata a creare forme contemporanee di abbigliamento balneare per quei rappresentanti del jet-set e dell'imprenditoria internazionale che vi giungono sempre più numerosi: esemplare in tal senso è la tedesca Elena Wassermann che, come Livio de Simone, gioca sul poetico accostamento tra superfici chiare e vivaci grafiche d'artista per configurare capi semplici ma esclusivi [Tagliatela 2010, 47-51].

In Sardegna invece, dopo il 1950, quando gli ospiti internazionali rivalutano la naturalità e la semplicità di quelle spiagge [Berrino 2011, 246], la reinterpretazione in senso moderno dell'artigianato regionale viene portata avanti dall'Esvam, Ente sardo valorizzazione artigianato moda nato tra 1951 e 1952 con lo scopo di potenziare le produzioni ispirate al costume tradizionale, impiegando manodopera e materiali isolani [Caoci 2005, 579].

Anche sulle coste liguri rappresentanti dell'imprenditoria regionale e astuti forestieri si attivano per alimentare una redditizia industria balneare: qui sono la venezuelana Carmen Cecilia Correa Sanchez (Cica) e Gianni Baldini a dare corpo a questo settore, secondo un indirizzo creativo a metà strada tra arte e moda, che privilegia gonne dipinte a mano e capi sportivi in tessuti segnati da righe «non finite» o da tratti irregolari¹³.

A molti di questi nomi che hanno saputo individuare nella *resort fashion* un campo di lavoro convincente rispetto al crescente bacino delle vendite, insieme a quelli ben noti di Salvatore Ferragamo, Giuliana Camerino, Luisa Spagnoli, Myrica, Frattegiani, la critica attribuisce gli aspetti più nuovi

¹² Erti (o E. Haertter), *La tessitrice dell'isola*, in «Grazia», 442, 13 agosto 1949, p. 13.

¹³ Cattania, I. *Fantasia a Portofino*, in «Bellezza», 7, 1953, pp. 58-67; *Ragazze a Portofino*, in «Bellezza», 8, 1955, pp. 62-64.

della moda italiana di metà secolo per ricerca formale e materica [Morini 2010, 402-404; *Bellissima* 2014], col risultato di connotare tale produzione come un volto incomparabile dell'italianità.

4 | Un album italiano, tra siti e set

A nobilitare e rendere manifesto tale valore interviene il contributo determinante della fotografia che in questi anni e a questo scopo subisce una radicale trasformazione, perché uscendo dagli atelier e dagli schermi anonimi si sposta per strada, tra i borghi o sulle terrazze panoramiche, acquisendo dalla cinematografia nuovi spunti narrativi. Se prima, infatti, la comunicazione di moda, ancora semplice e poco costruita, si limitava generalmente a inquadrare le *mannequins* su fondi generici o allusivi, dove il paesaggio restava implicito o solo posto in subordine, oppure a utilizzare suggestivi bozzetti per presentare le poche novità eclatanti, all'alba degli anni '50 la fotografia riscopre nel contesto un tramite di enorme potenza evocativa.

La svolta risolutiva in tale direzione è segnata in via definitiva dalle sfilate fiorentine del 1951, dove un folto pubblico di *buyers* e giornalisti internazionali assistite nella storica villa Torrigiani al primo *High Fashion Show* organizzato dall'imprenditore toscano Giovanni Battista Giorgini: l'occasione pubblica è considerata il trionfo della creatività nazionale nello scenario mondiale [Vergani 1992]. A colpire l'interesse dei visitatori non è solo l'eleganza delle collezioni e la loro maestria esecutiva o, nel caso della moda boutique, il loro essere chiaramente *wearable* e, quindi, rispondenti alle abitudini informali degli americani [Vergani 1992, 48], quanto la cornice colta e suggestiva della villa fiorentina, percepita, di fatto, come l'anima espressiva dell'intera visione. Apparve a chiunque quanto «l'atmosfera del luogo» abbia contribuito a «idealizzare tutti gli abiti»¹⁴, persuadendo gli addetti ai lavori a un definitivo cambio di indirizzo nelle strategie di comunicazione, ritrovando, appunto, nella combinazione di valori – il paesaggio, l'arte e il saper fare nazionale – lo strumento vincente. Dalla città d'arte per eccellenza partiva verso il mondo intero il messaggio della moda come espressione artistica della nazione, mentre da Roma, attraverso il cinema e i suoi divi (in specie con *Vacanze romane*, 1953; *La contessa scalza*, 1954) irrompeva negli occhi del pubblico internazionale l'idea di un luogo da raggiungere anche per fare acquisti di classe [Gnoli 2012, 119-137; Scarpellini 2017, 52-58]. Nel grande schermo, difatti, la collaborazione tra *couturier* e costumisti per la creazione dei guardaroba di scena contribuiva ai successi della moda italiana, creando effetti indiretti sul rilancio del movimento turistico in tutta Italia, ma anche nella prassi espressiva del tempo.

Da allora, quindi, i fotografi ingaggiati dall'editoria più sensibile non si muovono alla ricerca di corrispondenze formali tra le arti figurative e i lavori di sarti, orafi e calzolari, ma cercano di cogliere nella sintesi iconografica qualità altrimenti invisibili, spingendosi a scrutare il multiforme palinsesto archeologico della capitale o gli interni sontuosi delle ville nobiliari, a seguire le modelle sui lidi, nelle baite o negli scorci urbani, dove si snoda la finzione scenica della turista in vacanza o della nobildonna di prestigio [Lucas, Agliani 2004, 29].

Il repertorio noto alla storiografia di settore e, nondimeno, quello emerso dall'analisi capillare delle rassegne pubblicate in *Bellezza* evidenzia che i centri mitici dell'Italia artistica – Roma, Firenze, Venezia – si prestano principalmente ad autori come Pasquale De Antonis, Federico Patellani e Federico Pallavicini per proporre la migliore produzione di alta moda; quelli nascosti e incantati delle isole e dei litorali costieri a nobilitare, invece, le rassegne dedicate ai capi per le vacanze, affidati prevalentemente a Fortunato Scrimali, Elsa Robiola, Regina Relang, Federico Garolla, Elsa Haertter e all'agenzia Interfoto [Barbaro 1987, 187-196; Calzona, Strukelj 1987, 153-154; Bianchino 2004, 602-604]. Questi, come attenti perlustratori, guidati dalla competenza

¹⁴ *Ciò che abbiamo visto a Firenze*, in «Bellezza», 9, 1952, p. 18.

degli astuti giornalisti, si addentrano nei borghi, nei siti antichi del Mezzogiorno o nelle strade cittadine, ne riscoprono la bellezza, rendendoli a loro volta stimoli per nuovi itinerari turistici e, al contempo, veicoli di profondi contenuti culturali. In questo senso il *genius loci* viene valutato come una risorsa capace di proiettare il design italiano in una dimensione transnazionale e transculturale, oggi pienamente riconosciuta, modificando il connotato aulico e solenne della moda di quel tempo, fino a renderla «ambiente» [Caratozzolo 2006, 29], rivelato ai lettori attraverso squarci fotografici inediti, con pose inquadrare in luoghi forse ancora mai visti.

Sono loro, dunque, che, coniugando le tendenze artistiche d'oltralpe conosciute attraverso il lavoro compiuto per le riviste internazionali e le nuove esigenze di una nazione in progressiva trasformazione, riescono a imporre uno stile fotografico nuovo, dove il realismo del paesaggio s'intreccia al pregio della modellistica e il fascino di località incontaminate si abbina a proposte esclusive di capi della *resort fashion*.

La fotografia, dunque, tende ad associare gli interessi della moda a quelli del turismo e nella presentazione di capi e accessori scopre l'occasione per veicolare le prerogative naturali e logistiche dei luoghi, tratteggiando una geografia di forte carica estetica. Isolando nella pagina il singolo contesto, esaltandone la morfologia e i caratteri, ogni luogo assume un'unicità che ne sottolinea le peculiarità e attraverso l'artefatto comunicativo si mostra in uno «pseudo-evento» di forte presa mediatica [Vitta 2005, 300].

Non di rado i singoli posti sono presentati all'interno di una scenografia quotidiana, in cui gli squarci paesaggistici trovano senso nell'uso di abiti e di pratiche non convenzionali. All'interno dello speciale album di viaggio costruito da *Bellezza*, a esempio, nel racconto dedicato a Napoli la sequenza delle esperienze delle indossatrici ritratte da Pallavicini si snoda sul lungomare, sullo sfondo del Vesuvio e dinanzi alle rinomate trattorie, come segnali evidenti della fisionomia ambientale partenopea di cui è intrisa la produzione delle sartorie autoctone Cassisi e Di Fenizio, oppure, in seguito, lo sguardo di Scrimali si sofferma sui carri allegorici e sulle luminarie di Piedigrotta per celebrare gli ultimi successi di Fausto Sarli¹⁵; così, nella sintesi visiva il meglio dell'arte sartoriale femminile partenopea convive con l'anima solare e turistica più tradizionale della città. Nei ritratti di Elsa Robiola sull'aspro paesaggio marino delle isole «senza dancing» delle Eolie e del Giglio, i «pochi capi divertenti» indossati dalle nobildonne *à la page* nella crociera tra i vulcani – una prassi suggerita dal modello francese – sono illustrati nel contesto naturalistico della vita straordinariamente quieta dei luoghi, mentre i riferimenti all'architettura e ai siti naturali – in Sicilia il villaggio dell'associazione *La connaissance du monde*, il circolo dei subacquei, le grotte e i giardini fioriti – hanno la funzione di inquadrare nel tempo stagionale e nello spazio fisico i nuovi comportamenti femminili e i pregi della struttura semplificata dei loro abiti¹⁶. A Ischia, invece, le pensioni «senza lusso», il castello e gli ambienti rocciosi degli stabilimenti termali illustrano il carattere ancora primitivo e genuino del sito¹⁷, prima che Angelo Rizzoli e il conte Gaetano Marzotto orientassero l'esclusivo rifugio verso un altro destino [Maglio 2018, 111-112].

La Sardegna ancora integra e selvaggia è circoscritta alle saline di San Gilla, presso Cagliari, il cui reportage acquista una singolare forza rappresentativa allorché nei primi piani delle indossatrici costruiti da Fortunato Scrimali sui bordi dei grandi stagni artificiali, come ai lati di una moderna piscina, si costruisce una convincente analogia con i riti della pratica balneare¹⁸.

L'intuizione del paesaggio si innerva, dunque, nella cultura giornalistica della moda proposta da «Bellezza» in una sequenza scandita dall'avvicinarsi delle stagioni e delle attività che ciascuna di esse consente. Pertanto, la scansione temporale si trasforma nel disegno di una società istruita che incarna un modello di vita adeguatamente integrato alla natura e al paesaggio, che muta-

¹⁵ Napoli eterna primavera, in «Bellezza», 2, 1949, pp. 31-37; Con la regina di Piedigrotta e Mergellina, in «Bellezza», 11, 1954, pp. 46-47; Atmosfera «giovani firme» a Napoli, in «Bellezza», 8, 1955, pp. 66-69.

¹⁶ Momento delle isole, in «Bellezza», 3, 1947, pp. 48-51; Proto Calcagni L., La crociera dei vulcani, in «Bellezza», 6, 1953, pp. 16-25.

¹⁷ Brin, I. Gugno a S. Angelo d'Ischia, in «Bellezza», 6, 1954, pp. 16-21.

¹⁸ Montesi, L. A Cagliari bianche montagne di sale, in «Bellezza», 2, 1955, pp. 56-63.

no ciclicamente, in un caleidoscopio narrativo che richiama gli itinerari delle vacanze italiane. Questo consente alle immagini di raffigurare momenti tipici dei vari siti: sullo sfondo di architetture spontanee, di vette innevate, di porticcioli appena abitati sono proiettati gli svaghi dei primi villeggianti e il tema paesaggistico si trasforma in immagine allusiva alla loro frequentazione, preannunciandone l'inserimento nella pratica turistica aristocratica e borghese. Ora il punto forte del turismo italiano non sono le città, alle quali riserva un'attenzione peculiare il cinema, ma le aree provinciali, montane e costiere, dove i turisti restano colpiti non solo dalla terra e dal mare, ma dalla vita che vi si svolge e dal «modo di vestire di colore locale»¹⁹. Per trasmettere ai lettori la molteplicità di questi valori e principalmente le diverse sfumature di gusto che la moda assume dal nord al sud, *Bellezza* dai primi anni '50 costruisce dei veri e propri itinerari di vacanza. L'idea è quella di restituire con un criterio «turisticamente preciso» un calendario-guida con cui abbinare abiti e luoghi per indicare come ci si veste in ciascun sito in ragione delle sue peculiarità climatiche e manifatturiere, mostrando così la natura comunicativa della moda e la sua vocazione a incrociare istanze e saperi di varia natura. A Capri, a esempio, località già turisticamente matura, i pochi accenni destinati a darle visibilità inquadrano le nuove proposte per il mare della Tessitrice dell'isola e di Emilio Pucci sullo sfondo dei Faraglioni o delle casette di pietra, con occhi e parole attenti a evidenziare come le loro peculiarità cromatiche e materiche fossero distillate dalla natura stessa dell'isola. Parimenti a Ischia spicca l'intraprendenza del celebre Nico che, in un piccolo laboratorio taglia pantaloni su misura e li consegna in due ore agli avventori, impressionati dalla sua semplice maestria²⁰.

Fig. 9: Interfoto, squarci di vita e di natura a Madonna di Campiglio. *Bellezza*, 7, 1954, pp. 10-11.



¹⁹ Robiola, E. *Calendario di luglio*, in «Bellezza», 7, 1953, p. 12.

Il Sud proposto nei servizi è quello poco noto delle isole, dei siti classici e dei piccoli centri già apprezzati dagli ufficiali inglesi e americani nei *rest camp* allestiti nel 1943, ovverosia quello dei contesti nei quali con la Cassa per il Mezzogiorno ora si compiono i primi investimenti statali per la fruizione turistica di Piazza Armerina, Taormina, Selinunte e Positano [Besusso 1962, 358-364; Cirillo 2018]. Qui, dove ancora non emergono i nomi della creatività locale dedicata a rispondere alle esigenze del crescente turismo con l'apertura di botteghe-laboratorio per la confezione e vendita di abiti e accessori per la spiaggia, perché le iniziative promozionali animate da intraprendenti amministratori locali sono ancora in una fase embrionale, giornalisti e fotografi ritrovano le cornici ideali per presentare gli abiti delle case italiane più stravaganti, come le camicie variopinte di Pucci, i completi di Biki e Marucelli, e i costumi elastici e sgambati di Armonia, Massa e Glans, approfittando della carrellata di ritratti costruiti nel «denso alveare color di albicocca [...] senza confini né distacchi»²¹ del pittoresco paesino campano, oppure dei mosaici siciliani, raffiguranti *i più antichi bikini noti*²², o dello spettacolo di Taormina²³, per mostrare ai lettori suggestivi spunti di evasione in periodi possibilmente non convenzionali²⁴.

Nel paesaggio costiero uno spazio notevole è rivolto pure al Levante ligure dove, accanto ai rinomati centri di richiamo turistico cosmopolita di Santa Margherita e Rapallo, dagli anni '30 si era imposta Portofino [Rocca 2013, 219-221]; qui la scorsa tra le spiagge e le case dei pescatori si addentra negli appartamenti dei ricchi villeggianti e nella casa-studio della venezuelana Cica per descriverne la moda «spiritosa»²⁵; poi passa tra gli ormeggi del porto, la baia di San Fruttuoso e i paesaggi esotici di Paraggi, le terrazze in fiore e le botteghe di souvenir, fino a raggiungere le pedane delle folle serali. Ovunque si aggirano eleganti signore in vacanza, vestite da Gianni Baldini, Veneziani, Biki, Valditevere e ritratte da Cesano e Robiola in pose gaudenti, evocative della felicità procurata dalla frequentazione del luogo²⁶. In questa narrazione gli spazi aperti e quelli interni sono tra loro complementari ed esibiscono l'esperienza della villeggiatura in tutte le sue sfaccettature. La geografia d'Italia in questa speciale guida turistica non si limita alla linea di costa, perché si addentra pure tra i laghi lombardi e le grandi ville dell'Italia centrale, come Boboli²⁷ e Bomarzo²⁸ – cornice scherzosa adeguata a mostrare le variopinte collezioni dell'ESVAM –, salendo spesso fino ai siti alpini di Cortina²⁹, del Sestriere, del Tirolo, delle Dolomiti del Brenta e del Cervino³⁰, in quanto qui il turismo si sta ulteriormente sviluppando verso la conquista della doppia stagionalità, novità bisognosa di una specifica evidenza mediatica [Leonardi 2007, 201]. Le stazioni turistiche di alta quota, inizialmente veicolate nella rivista col semplice uso della cartellonistica pubblicitaria, vengono in seguito ritratte dal vero, insieme ai capi sportivi di Luisa Spagnoli, Leo Gasperl, Italo Sport e Brigatti, e a quelli folcloristici di Myricae e Derigu, col fine esplicito di informare i lettori che «c'è una moda anche lassù»³¹: una moda funzionale sulle piste e festosa negli interni decorati di legno lucido e di ferro battuto nelle baite e negli hotel, che ricerca, come al mare, la «fantasia osservante della semplicità confortevole»³². Una prerogativa questa che risponde a un doppio orientamento progettuale: da un lato quello estraneo al vincolo della tradizione regionale, che privilegia aspetti tecnici e apre la strada all'uso di pantaloni stretti e di bluse di lana, precorrendo la rivoluzione che stravolgerà il guardaroba femminile dopo oltre un decennio; dall'altro quello più sensibile al condizionamento ambientale, che riflette quella tendenza verso il tipico, ovverosia verso la reinvenzione della tradizione, riscontrata allo stesso tempo in molte strutture sorte per l'accoglienza turistica [Zanon 2015, 343-362]. Del resto è noto che anche nell'architettura residenziale e alberghiera delle stazioni alpine allora si imponesse una doppia linea di indirizzo, verso il vernacolo da una parte e verso il moderno, autentico e sobrio, dall'altra [Tamborrino 2015, 137-157].

²⁰ *Isola prodigiosa dieci anni dopo*, in «Bellezza», 10, 1955, pp. 90-91, 136-137.

²¹ Brin, I. *Maggio a Positano*, in «Bellezza», 5, 1954, p. 54.

²² *L'eterna canzone del mare*, in «Bellezza», 5, 1955, pp. 74-75.

²³ *Primavera siciliana*, in «Bellezza», 2, 1955, pp. 65-67.

²⁴ Brin, I. *Maggio a Positano*, cit., pp. 54-63; *Primavera siciliana*, in «Bellezza», 2, 1955, pp. 64-67; *Vacanze sullo sfondo di Positano*, in «Bellezza», 6, 1960, pp. 46-48.

²⁵ Cattania, I. *Fantasia a Portofino*, in «Bellezza», 7, 1953, pp. 58-67; *Santa Margherita suite*, in «Bellezza», 6, 1958, pp. 16-33.

²⁶ Vergani, G. *Portofino si risveglia*, in «Bellezza», 7, 1961, pp. 10-37.

²⁷ *Anfiteatro magico*, in «Bellezza», 18-19, 1947, pp. 4-7.

²⁸ Luraghi, C. *Le belle e i mostri*, in «Bellezza», 7, 1955, pp. 54-59.

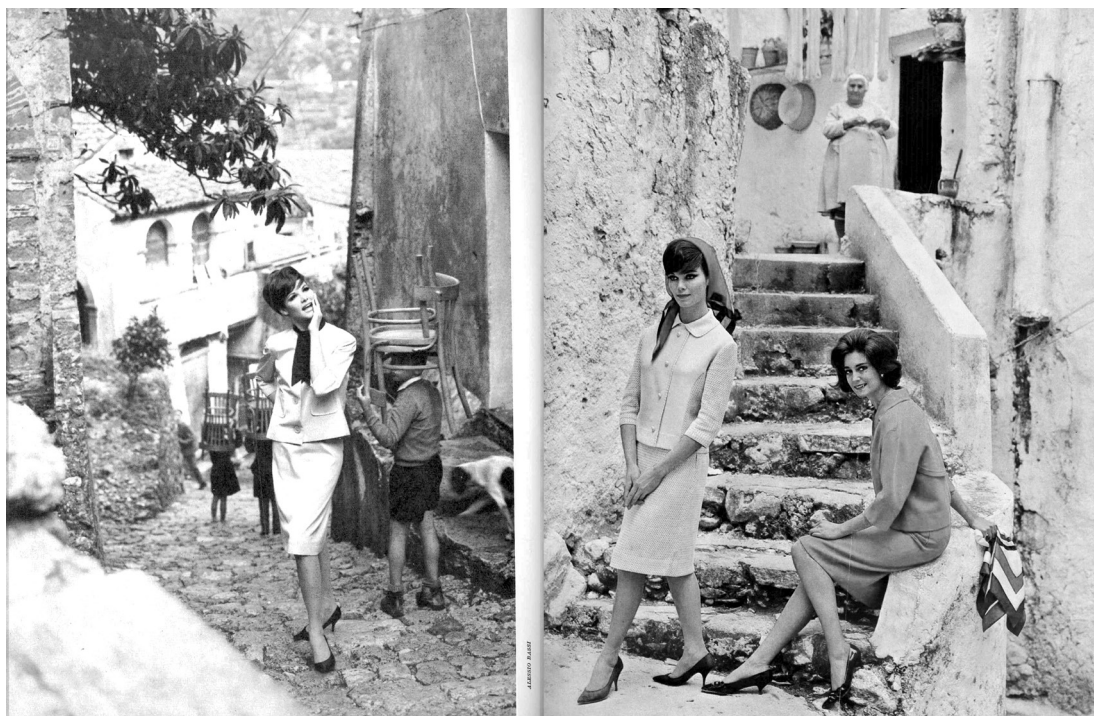
²⁹ *La giornata di Cortina*, in «Bellezza», 8, 1953, pp. 21-29.

³⁰ Luraghi, C. *Vette di luglio*, in «Bellezza», 7, 1954, pp. 10-43; Palazzi, G., Robiola, E. *Moda quota 3800*, in «Bellezza», 11, 1953, pp. 22-35; Robiola, E. *Bellezza prende il primo treno della neve*, in «Bellezza», 12, 1956, pp. 56-67; *Vita in baita*, in «Bellezza», 1, 1957, pp. 10-16.

³¹ *Vita in baita...* cit., p. 10.

³² Robiola, E. *Lo sport sovrano della montagna*, in «Bellezza», 12, 1952, p. 28.

Fig. 12: Il centro storico di Maratea animato da modelle con abiti prêt-à-porter. *Bellezza*, 2, 1963, pp. 39-40.



³³ *Torino Palazzo Reale*, in «Bellezza», 10, 1946; Capalbi, F. *Da Torino a Stupinigi dieci chilometri di moda*, in «Bellezza», 6, 1953, pp. 30-39.

³⁴ Brin, I. *Protagonisti e interpreti dell'incontro internazionale di Venezia*, in «Bellezza», 10, 1956, pp. 92-104.

³⁵ *A Napoli una reggia per la moda*, in «Bellezza», 5, 1956, pp. 72-73, 101-102; *Atmosfera "giovani firme" a Napoli*, in «Bellezza», 8, 1956, pp. 66-69.

³⁶ *Primavera 1946*, in «Bellezza», 4, 1946, pp. 88-89; Robiola, E. *Pausa estiva*, in «Bellezza», 6, 1949, p. 29.

³⁷ *Partiti per l'Australia*, in «Bellezza», 6, 1955, pp. 56-59.

³⁸ Luraghi, C. *Natale a Roma in trattoria*, in «Bellezza», 12, 1954, pp. 62-65; Luraghi, C. *Giorno e notte a via Margutta*, in «Bellezza», 1, 1955, pp. 38-47; *Aprile a Roma*, in «Bellezza», 4, 1955, pp. 67-70; *Partiti per l'Australia*, in «Bellezza», 6, 1955, pp. 56-61;.

³⁹ Robiola, E. *Vacanza meravigliosa Venezia*, in «Bellezza», 7, 1957, 12.

⁴⁰ *Giornata di shopping a Venezia*, in «Bellezza», 7, 1957, 54.

⁴¹ Valsecchi, M. *Bellezza alla corte dei Gonzaga*, in «Bellezza», 1, 1957, pp. 32-41.

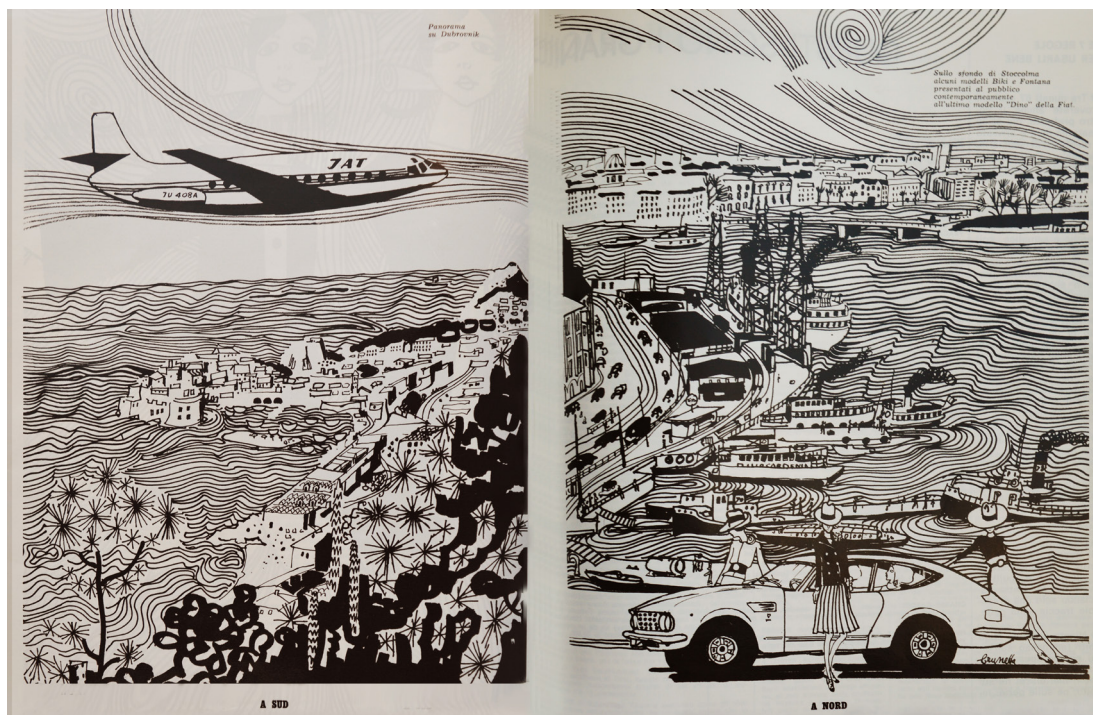
⁴² Brin, I. *Spoleto per la terza volta vive il suo Festival*, in «Bellezza», 7 1960, pp. 9-53; Vergani, G. *Un giorno un mese a Spoleto Alta*, ivi, pp. 16-17.

Gli itinerari del turismo culturale toccano naturalmente le città interne di Firenze, Roma, Venezia, Mantova, Spoleto, dove i capolavori della storia dell'architettura italiana e gli sguardi urbani fortemente connotati dal tempo si presentano come le indispensabili componenti culturali per dare ricchezza e validità all'esposizione, e pure quelle di Torino³³, Venezia³⁴ e Napoli³⁵ nelle occasioni in cui queste, per recuperare un ruolo nello scenario generale della moda italiana, ospitano nelle proprie sedi monumentali eventi volti a dare visibilità alle case di produzione locali, col vantaggio di inserire ulteriori mete negli itinerari di lavoro della stampa specialistica [Cirillo 2017²].

Tra le città d'arte, in particolare, il primato spetta al capoluogo fiorentino, la cui architettura monumentale accompagna le immagini dedicate alla presentazione delle scarpe di Salvatore Ferragamo e di Frattegiani sin dal 1946, quando si anticipa quel *modus operandi*, divenuto poi regola, che decreterà il rinascimento italiano postbellico³⁶. La capitale, più volte esibita in relazione ai siti archeologici del centro e dei dintorni³⁷, viene ritratta anche nei suoi angoli più lussuosi e pittoreschi con scorre tra via Veneto, le trattorie di Trastevere e gli studi di via Margutta, così da poter presentare in una cornice inedita gli abiti di Sarli, Antonelli, Carosa, Schubert, particolarmente apprezzati dall'industria cinematografica³⁸ che sceglie la Hollywood sul Tevere come set in cui e di cui girare le riprese [Di Biagi 2003, 48-49; Capalbo 2007, 440-461].

Nessun viaggio in Italia può trascurare Venezia, città incantatrice, serena e ineguagliabile che funge da vetrina e ingranaggio attivo per il sistema della moda, grazie alla sua capacità di tenere insieme qualcosa di assolutamente desiderabile, i molteplici riti previsti da un soggiorno di *loisir* e i mascheramenti che vi si addicono [Monti 2016, 228-237]. È il luogo della «meravigliosa vacanza», «che tutto promette e tutto mantiene, il riposo e la vita brillante, la mondanità e l'arte, la vita dello spirito e la vita frivola»³⁹. E il Lido che le sta accanto è il posto esclusivo, dove la turista si

Fig. 13: Brunetta, panorama su Dubrovnik e Stoccolma con alcuni modelli di Biki e Fontana. *Bellezza*, 7, 1968, pp. 60-61.



gode il sole e il mare prima di balzare tra cocktail, cene e spettacoli teatrali e cinematografici, o di spostarsi sulla terraferma tra laboratori e botteghe per lo shopping, trovandovi «tutto ciò che può soddisfare le proprie esigenze e i propri desideri»⁴⁰ [Dotto 2016, 106-115].

Nell'affondo sulla città dei Gonzaga, invece, al fianco della descrizione testuale scorre una lunga sequenza di montaggi creati dalla Robiola, in cui l'intreccio tra i dettagli architettonici e pittorici più rappresentativi con gli eleganti abiti di Tizzoni, Cerri, Fercioni, Marucelli e Zoen rendono il luogo una parte assolutamente integrante del racconto⁴¹.

Nel luglio 1960, poi, è Spoleto a fornire la vetrina idonea alla promozione delle ultime creazioni dell'*haute couture* italiana, laddove le tonalità chiare delle antiche mura, le sequenze di arcate e di gradinate pietrose costituiscono lo scenario per celebrare, con gli scatti di Scrimali e Cesano sui capolavori sartoriali di alta moda, la terza edizione del Festival dei Due Mondi promosso da Giancarlo Menotti. Ma qui l'apprezzamento della Brin per il faticoso impegno organizzativo dell'evento artistico che ha costruito il mito della cittadina umbra, va di pari passo con la denuncia di Guido Vergani contro il «travestimento stagionale», il «ritorno al medio evo che si compie sui registri di una falsificazione alla Disneyland durante il Festival», perché le trovate pittoresche e i trucchi scenografici – luci, fiaccole, menù medievali – ideate per rendere gli avventori protagonisti di una straordinaria rappresentazione, tra realtà e finzione, e per accrescere il rumore giornalistico, alterano a suo giudizio la percezione del contesto paesaggistico con una sfumatura artificiosa di dubbia qualità⁴². Al di là delle proposte promozionali e dei suggerimenti operativi con cui educare le lettrici su come ci si veste in ogni luogo e occasione, l'ambizione complessiva di «Bellezza» è quella di manifestare ai lettori la pluralità di connotazioni che la moda assume nella composita geografia italiana. Ciascun luogo impone una sua regia, unica e inconfondibile alla propria produzione,

⁴³ Robiola, E. *Con la regia di Venezia*, in «Bellezza», 11, 1954, p. 22.

⁴⁴ *Anteprima di moda in ridotto*, in «Bellezza», 2, 1949, p. 51.

⁴⁵ Robiola, E. *Con la regia di Venezia...* cit., p. 22.

⁴⁶ Robiola, E. *Calendario di luglio*, in «Bellezza», 7, 1953, p. 12.

⁴⁷ Ivi, p. 14.

col vantaggio di comporre, nella totalità del quadro nazionale, un patrimonio tanto multiforme quanto autentico e inimitabile⁴³. Sono, infatti, «proprio le sottili differenze stabilite ormai tra una città e l'altra – afferma la redazione nel 1949 – a dare la certezza di una moda che rappresenta ampiamente l'eterogeneità italiana»⁴⁴: se a Venezia, a esempio, tra gondole e sale teatrali prevalgono abiti sontuosi intrisi di gusto europeo, a Napoli nasce «una moda [...] che sa di mare, di scogli, di incanti di sirene»⁴⁵; gli stampati del Portofino sono una peculiarità unica del rinomato paese ligure, mentre a Capri «i sandali e le scarpe di pezza, i pantaloni di velluto nero o di cotone azzurro e le camicie colorate non hanno nulla a che vedere con la suggestione e i richiami che le botteghe del Lido di Venezia esercitano sugli ospiti»⁴⁶. La moda italiana «ha sfumature di colore e sapore diverso dal nord al sud» – scrive Elsa Robiola nel 1953⁴⁷ – e tale diversità allora definisce l'unicità del sistema creativo della nazione di cui il patrimonio artistico e paesaggistico si fa metafora ideologica. Non appare inopportuno evidenziare che nella cultura del viaggio sia proprio nelle immagini costruite in questo frangente che matura la prima consapevolezza della moda come componente del quadro culturale. E se lo sguardo dei fruitori tende a sintetizzare, poi, tale connubio in una facile banalizzazione, spetta agli studi di settore e alla cultura del design il compito di dilatarne lo spessore, indagando questa produzione oltre il puro dato di mercato e, quindi, nel perimetro più ampio del giacimento intellettuale addensatosi nel tempo in ciascun quadrante geografico.

5 | Conclusioni

Nei primi anni '60, raggiunti i successi sperati, il viaggio di «Bellezza» rispetto alla promozione dell'italianità, prosegue con minore enfasi, ma con altrettanto interesse verso i pochi siti finora tralasciati, come Maratea, cittadina costiera della Basilicata alla quale solo in questi anni le iniziative di audaci imprenditori piemontesi stanno dando un destino turistico importante⁴⁸. Qui, infatti, dal 1961, col sostegno economico della Cassa per il Mezzogiorno, si sta compiendo il programma di sviluppo concepito dall'industriale tessile Stefano Rivetti, che prevede la costruzione di collegamenti viari con l'Autostrada del Sole, il porto diportistico, centri di accoglienza di lusso, parchi residenziali e la nota statua del Redentore, emblema del legame tra la località e il suo promotore [Berrino 2011, 256-257]. In questo senso, l'articolo edito nel febbraio 1963, in anticipo rispetto alla conclusione di queste opere, si incentra sui caratteri semplici del primigenio nucleo cittadino e sul lungo litorale incontaminato, mostrando un'autenticità da contemplare nell'attesa della imminente rivoluzione urbanistica e paesaggistica.

Lungo questo crinale, il sodalizio paesaggio-turismo-moda che si snoda costantemente dagli albori degli anni '50 ha una graduale risoluzione negli anni '60, poiché la spinta verso la produzione di *prêt-à-porter*, l'emergere di nuovi modelli culturali a partire dalle metropoli mondiali, proiettano la fotografia dedicata alla moda italiana in una diversa direzione culturale, che sostituisce ai miti dell'arte e del paesaggio nazionali quelli della periferia urbana e della fabbrica internazionali. Il lettore ora vuol essere portato verso ampi orizzonti geografici e il suo atlante di viaggio, grazie alla notevole diffusione dell'aereo, si apre lungo itinerari sempre più lontani. Il dinamismo della società industrializzata e il suo crescente interesse per paesi esotici e cosmopoliti determina, infatti, lo sviluppo di un altro genere narrativo, in cui dominano altri paradigmi estetici e un tempo, né lento né riflessivo come quello del passato, ma mutevole e veloce come il presente, in cui affiorano grattacieli, ciminiere e grandi vetrine luminose come simboli della nuova monumentalità, oppure palme, cammelli e piramidi quali emblemi di moderne rotte di viaggio, che «Bellezza» seguirà con altre modalità fino al 1970, quando l'irrompere nel contesto milanese di rinnovate forme editoriali e serie difficoltà economiche ne causeranno la chiusura.

⁴⁸ Pezzi, M. *La primavera passeggia in Calabria*, «Bellezza», 2, 1963, pp. 46-47 e segg.

Bibliografia

- Architettura e paesaggi della villeggiatura in Italia tra Otto e Novecento* (2015), a cura di F. Mangone, G. Belli, M.G. Tampieri, Milano, FrancoAngeli.
- BARBARO, P. (1987). *Fotografia di moda negli anni Cinquanta in Italia*, in *La moda italiana. L'origine dell'Alta Moda e la maglieria*, a cura di G. Bianchino, G. Butazzi, A. Mottola Molfino, A.C. Quintavalle, Milano, Electa, pp. 184-197.
- BARONCINI, D. (2017). *Scrittrici e giornaliste di moda*, Milano-Torino, Bruno Modadori.
- BATTILANI, (2001). *Vacanze di pochi, vacanze di tutti. L'evoluzione del turismo europeo*, Bologna, Il Mulino.
- BERRINO, A. (2007). *Storia del turismo. Annale 2005*, Milano, Franco Angeli.
- BERRINO, A. (2011). *Storia del turismo in Italia*, Bologna, Il Mulino.
- Bellissima. L'Italia dell'alta moda 1945-1968* (2014), a cura di M.L. Frisa, A. Mattiolo, S. Tonchi, Milano, Electa; Roma, MAXXI.
- BESUSSO, M. (1962). *Una politica per il turismo nel Mezzogiorno*, in *Industria, servizi e scuola*, Bari, Laterza, pp. 358-364.
- BIANCHINO, G. (2004). *La foto di moda*, in *Storia d'Italia. Annali 20. L'immagine fotografica 1945-2000*, a cura di U. Lucas, Torino, Giulio Einaudi, pp. 601-612.
- BONETTI, M.F. (2005). *Con la regia di Venezia...* Souvenir d'Italie, in *Lo sguardo italiano. Fotografie italiane di moda dal 1951 a oggi*, a cura di M.L. Frisa, F. Bonami, A. Mattiolo, Milano, Edizioni Charta, pp. 60-65.
- CALZONA, A., STRUKELJ, V. (1987). *Moda, grafica e pubblicità*, in *La moda italiana. Le origini dell'Alta Moda e la maglieria*, Milano, Electa, pp. 146-183.
- CAOCI, A. (2005). *Note preliminari per lo studio della moda ispirata alla tradizione popolare in Sardegna*, in «Lares», 71, 3, pp. 575-586.
- CAPALBO, C. (2007). *L'attrazione dello stile. Il richiamo turistico della moda nella Roma del secondo dopoguerra*, in *Il turismo e le città tra XVIII e XXI secolo: Italia e Spagna a confronto*, a cura di P. Battilani, D. Strangio, Milano, Franco Angeli, pp. 440-461.
- CARATOZZOLO, V. C. (2006). Irene Brin. *Lo stile italiano nella moda*, Venezia, Marsilio.
- CARATOZZOLO, V.C. (2014). Irene Brin, in *Bellissima* (2014), pp. 354-357.
- CIRILLO, O. (2017)¹. *Il caleidoscopio narrativo della moda italiana degli anni '50. Un itinerario ideale tra borghi e città del Belpaese*, in *La città, il viaggio, il turismo. Percezione, produzione e trasformazione*, a cura di G. Belli, F. Capano, M.I. Pascariello, Napoli, CIRICE, pp. 2095-2101.
- CIRILLO, O. (2017)². *La moda a Napoli, un bene im/materiale da ri-conoscere*, in *La Baia di Napoli. Strategie integrate per la conservazione e la fruizione del paesaggio culturale*, a cura di A. Aveta, B.G. Marino, R. Amore, Napoli, Artstudio Paparo, pp. 452-457.
- CIRILLO, O. (2018). *Fashion and Tourism in Campania in the Middle of the Twentieth Century: a Story with Many Protagonists*, in «Almatourism. Journal of Tourism, Culture and Territorial Development», a cura di D. Calanca, 9, 9, dicembre, pp. 23-46.
- CIRILLO O., RUPE M. (2018). *La Tessitrice dell'isola', un'interprete della moda italiana alla metà del novecento tra artigianato e ricerca artistica*, in CIMODE 4° International Fashion and Design Congress *DISEÑO AL REVÉS*, a cura di A.C. Broega, J. Cunha, H. Carvalho, M. Blanco, G. Garcia-Bardell, L. Diana, Centro de Ciência e Tecnologia Têxtil Universidade do Minho, pp. 48-59.
- DI BIAGI, F. (2003). *Il cinema a Roma. Guida alla storia e ai luoghi del cinema nella capitale*, Roma, Palombi.
- DOTTO, S. (2016). *Viaggio in un'isola moderna. Attraversamenti di moda e architettura nel Lido di Venezia degli anni venti*, in *Moda, città e immaginari*, pp. 106-115.
- ESPOSITO, C. (1982). *Riviste italiane di Alta Moda 1940-1970*, in *Il disegno dell'alta moda italiana 1940-1970*, a cura di B. Giordani Aragno, vol. 1, Roma, pp. 62-70.
- ESPOSITO, R. (2015). *Caprimoda. Protagonisti, imprese, eventi*, Capri, La Conchiglia.
- Federico Garolla. In scena e fuori scena*. (2008), a cura di U. Lucas, T. Agliani, s.l., Incontri internazionali d'arte Peliti Associati.
- Federico Patellani: professione fotoreporter*. (2015), a cura di K. Bolognesi, G. Calvenzi, Silvana.

- FRANCESCHINI, M. (2016). *Viaggi di carta. Il libro* Bellissima: l'Italia dell'Alta Moda 1945-1968, in *Moda, città e immaginari*, pp. 194-203.
- GIANNETTI, A. (2015). *Club nautici e stabilimenti balneari. La villeggiatura per tutti e lo "style paquebot"*, in *Architettura e paesaggi della villeggiatura*, pp. 73-86.
- GNOLI, S. (2012). *Moda. Dalla nascita della haute couture a oggi*, Roma, Carocci.
- LEONARDI A. (2007). *Le trasformazioni del modello di sviluppo turistico tra belle époque e miracolo economico: il caso del Trentino*, in *Il turismo e le città tra XVIII e XXI secolo: Italia e Spagna a confronto*, a cura di P. Battilani, D. Strangio, Milano, Franco Angeli, pp. 187-210.
- LUCAS, U., AGLIANI, T. (2004). *L'immagine fotografica 1945-2000*, in *Storia d'Italia. Annali 20. L'immagine fotografica 1945-2000*, a cura di U. Lucas, Torino, Giulio Einaudi, pp. 3-53.
- MAGLIO, A. (2018). *Ischia nel secondo dopoguerra: una modernità "imprevista"*, in «Ananke» 85, pp. 111-117.
- MARTIGNONI, M. (2002). *Gio Ponti gli anni di Stile 1941-47*, Milano, Abitare Segesta.
- MENDUNI, E. (2011). *Il paesaggio livellato. Il viaggio, un'esperienza della modernità*, in *Il turismo trasforma l'Italia*, a cura di L. Martini, Poggibonsi, Carlo Cambi, Roma, Promoart, pp. 125-187.
- Moda, città e immaginari* (2016), a cura di A. Vaccari, Milano-Udine, Mimesis.
- MORINI, E. (2010). *Storia della moda XVIII-XXI secolo*, Milano, Skira.
- MONTI, G. (2014). *Attraverso uno specchio di carta*, in *Bellissima*, pp. 34-39.
- MONTI, G. (2016). *Glamour e stregoneria. Venezia vista dalla moda*, in *Moda, città e immaginari*, pp. 228-237.
- MUZZARELLI, F. (2009). *L'immagine del desiderio. Fotografia di moda tra arte e comunicazione*, Milano, Bruno Mondadori.
- Pasquale De Antonis. La fotografia di moda 1946 1968* (2008), a cura di M.L. Frisa, Venezia, Marsilio.
- Robiola Elsa* (2003), in *Dizionario della moda 2004*, Milano, Baldini Castoldi Dalai, pp. 1025-1026.
- ROCCA, G. (2013). *Dal prototurismo al turismo globale: momenti, percorsi di ricerca, casi studio*, Torino, Giappichelli.
- SCARPELLINI, E. (2017). *La stoffa dell'Italia. Storia e cultura della moda dal 1945 a oggi*, Roma-Bari, Laterza.
- SOMARÈ, M., SORTENI, M. (1989). *Dai vestiti ai costumi*, in *Lido e lidi, società, architettura e cultura balneare tra passato e futuro*, Venezia, Marsilio, pp. 48-57.
- TAGLIALATELA, M.A. (2010). *Moda e personaggi famosi degli anni '50-'70 nell'incantevole scenario dell'isola d'Ischia*, in *La creatività sartoriale campana. Abbigliamento maschile e moda balneare*, a cura di M. A. Tagliatela, Napoli, Arte'm.
- TAMBORRINO, R. (2015). *I convegni di architettura montana a Bardonecchia, Roberto Gabetti e la questione del moderno nel Piemonte del dopoguerra*, in *Architettura e paesaggi della villeggiatura*, pp. 137-157.
- TOMMASINI, D. (1994). *La costruzione dell'immagine turistica dell'Alto Adige-Südtirol*, in *Il paesaggio tra ricerca e progetto*, a cura di M.C. Zerbi, Torino, Giappichelli, pp. 123-146.
- VERGANI, G. (1992). *La Sala Bianca: nascita della Moda Italiana*, Milano, Electa.
- VITTA, M. (2005). *Il paesaggio. Una storia fra natura e architettura*, Torino, Giulio Einaudi.
- ZANON, B. (2015). *La costruzione del territorio turistico in Trentino. Tipologie insediative e modelli di intervento tra la fase pionieristica di fine Ottocento e la "stagione dello sviluppo" degli anni Sessanta del Novecento*, in *Architettura e paesaggi della villeggiatura in Italia tra Otto e Novecento*, a cura di F. Mangone, G. Belli, M.G. Tampieri, Milano, FrancoAngeli, pp. 343-362.

Fonti dai periodici di settore

«Bellezza»:

4, 1946; 7, 1946; 9, 1946; 10, 1946; 11, 1946; 3, 1947; 18-19, 1947; 23, 1947; 36, 1947; 2, 1949; 6, 1949; 11, 1949; 6, 1951; 9, 1952; 12, 1952; 5, 1953; 6, 1953; 7, 1953; 8, 1953; 11, 1953; 5, 1954; 6, 1954; 7, 1954; 11, 1954; 12, 1954; 1, 1955; 2, 1955; 4, 1955; 5, 1955; 6, 1955; 7, 1955; 8, 1955; 10, 1955; 5, 1956; 8, 1956; 10, 1956; 12, 1956; 1, 1957; 4, 1957; 7, 1957; 6, 1957; 6, 1958; 6, 1960; 7 1960; 7, 1961; 2, 1963.

«Grazia»:

442, 1949.

I luoghi e l'immagine storica delle Terme di San Calogero nell'isola di Lipari

Cristina Mollica, Angela Quattrocchi, Francesca Schepis

Università degli Studi Mediterranea di Reggio Calabria

Abstract

Nel momento di passaggio al termalismo, alcuni antichi stabilimenti non sono stati in grado di adeguarsi ai nuovi modelli di consumo e di far fronte in tempi rapidi ai cambiamenti imposti anche da una pratica turistica più diffusa e accessibile, giungendo a un progressivo e irreversibile abbandono. Tra questi casi rientrano le Terme di San Calogero a Lipari, che, nonostante le riconosciute proprietà delle sue acque, la diffusa notorietà del luogo sin da epoche remote, versano attualmente in uno stato di incuria e oblio.

The places and the historic image of the Baths of San Calogero on the island of Lipari

At the time of transition to thermalism, some ancient establishments were not able to adapt to new consumption patterns and to quickly respond to changes imposed also by a more widespread and accessible tourist practice, reaching a progressive and irreversible abandonment. Among these cases are the Baths of San Calogero in Lipari, which, despite the recognized properties of its waters, the widespread notoriety of the place since ancient times, are currently in a state of neglect and oblivion.

Keywords: Corpo architettonico, paesaggio d'acqua, arte ambientale.
Architecture body, Water landscapes, Land art.

Cristina Mollica è laureata in Architettura ed è fotografa freelance.

Francesca Schepis è laureata in Architettura, PHD nel 2009 con la tesi Il Massiccio del Monte Bianco di Viollet-le-Duc e l'Etna. Iconografia come progetto. È assegnista di ricerca nel 2011 e negli anni 2014-15 e 2016-17 presso Dipartimento di architettura e territorio dell'Università degli studi Mediterranea di Reggio Calabria.

Angela Quattrocchi è ricercatrice universitaria, docente di Teoria del restauro e Restauro architettonico. Studia teoria e pratica nella conservazione degli edifici, la storia delle istituzioni incaricate della protezione dei monumenti di valore, i metodi e i processi per gli interventi di conservazione del paesaggio.

Authors: cristina.mollica@hotmail.it, francesca.schepis@unirc.it, angela.quattrocchi@unirc.it

Received April 4, 2019; accepted May 5, 2019

L'acqua è infra li quattro elementi il secondo men grave, e di seconda volubilità, questa non ha mai quiete, insinochè si congiunge al suo marittimo elemento, dove, non essendo molestata da venti si stabilisce, e riposa con la sua superficie equidistante dal centro del Mondo. Questa è l'aumento ed umore di tutti li vitali corpi. Nessuna cosa sublunare senza lei ritiene di se la prima figura e forma. Lei collega, ed aumenta li corpi, e gli dà accrescimento. Nessuna cosa più lieve di lei la può senza violenza penetrare. Volentieri si leva per il caldo in sottile vapore per l'aria. Il freddo la congela; stabilità la corrompe...

Leonardo da Vinci, *Del moto e misura dell'acqua*

1 | Introduzione

La Sicilia, terra di vulcani, è, sin dall'antichità, ricca di fonti termali. Molte delle strutture termali ancora oggi presenti iniziarono la loro storia in epoca romana, quando l'impiego delle acque perse lentamente la sua connotazione esclusivamente curativa per arricchirsi di valenze sociali e culturali, dando vita alle prime forme di turismo termale e, con esse, alla costruzione di architetture specialistiche.

Gli studi sull'idrologia raggiunsero l'apice tra il XIV e il XV secolo mentre, contemporaneamente, lo sviluppo delle cure idrologiche continuò a evolversi per tutto il Rinascimento, periodo durante il quale, però, non si assistette a un reale avanzamento teorico e applicativo, anche rispetto al Medioevo, delle pratiche igieniche e terapeutiche e dell'impiego dell'acqua. Bisognerà attendere il secolo dei lumi per assistere allo sviluppo del metodo sperimentale e della moderna chimica, che permetterà

di indagare più puntualmente sulla composizione dell'acqua e di adottare finalmente un approccio scientifico alle terapie, ampliandone le possibilità di intervento e migliorandone sensibilmente le pratiche [Faroldi, Cipullo, Vettori 2007]. I primi decenni del Settecento segnarono un momento di passaggio. Il valore e l'utilità degli elementi naturali, di volta in volta prescritti nelle diverse terapie, appariva indiscutibile, garantito dal sempre maggiore rigore col quale erano condotte analisi fisiche e chimiche. La legittimazione scientifica della valenza di sorgenti, fanghi, aria e vapori in risposta a specifiche patologie non forniva garanzie solo a medici e ammalati, ma anche agli imprenditori per i loro investimenti, e ai governanti per le loro politiche.

Bere e bagnarsi, queste due pratiche così naturali, riprendevano forza nell'immaginario comune, divenendo uno dei tanti miraggi di uomini e donne moderni. E la modernità le reinterpretava a suo modo, mescolandole a quell'ansia di fuga, di partecipazione e di svago che andava a costituire una domanda che si faceva sempre più spazio nella nascente società borghese; domanda alla quale era ben lieta di rispondere una cultura dei servizi sempre più perfezionata e raffinata, anche nel ricavare profitti. I dettami medici consigliavano di consumare le acque alle sorgenti per ricevere tutta l'efficacia terapeutica e questo favorì e alimentò un movimento di persone mai prima conosciuto, anche se l'imbottigliamento e il trasporto, da sempre praticati, ebbero uno sviluppo altrettanto eccezionale. Dalla metà del Settecento crebbe rapidamente il numero dei frequentatori delle località di acque e bagni, grazie al miglioramento continuo dei sistemi di trasporto, dei servizi di viaggio e ospitalità. A metà Ottocento, nel linguaggio comune, mentre iniziava a diffondersi la parola turismo, si imponeva anche la parola termalismo: la pratica delle acque e dei bagni si fondeva alla componente diportistica [Berrino 2014, 9-16].

Tra l'Ottocento e il Novecento le terme da luogo puramente curativo acquisiscono una connotazione architettonica e una complessità funzionale maggiore e tale da rendere possibile un accostamento alle antiche costruzioni di epoca romana. Dotandosi di strutture imponenti e fastose, che comprendono anche parchi botanici e ricchi giardini, sale da gioco e lussuosi alberghi, le terme diventano luoghi che, pur dedicati alla cura della persona, diventano sede di dibattito politico, d'incontro e di arricchimento culturale. Andare alle terme non è più soltanto un'esigenza terapeutica ma è considerata una conquista sociale, quasi il raggiungimento di uno status symbol, e lo sarà fin quasi alla contemporaneità, tempo in cui una maggiore distribuzione di possibilità economiche sufficienti e il progressivo incremento di strutture più accessibili permettono anche ai ceti medi di poter vivere le terme.

È in questo contesto che il termalismo in Italia passa dall'essere considerato un settore prettamente rivolto alle cure mediche ad assumere una connotazione più turistica, legata al tempo della vacanza e dello stare bene in senso ampio, fino a quando, intorno agli anni '80 del Novecento, se ne intuisce di nuovo il potenziale anche in termini economici.

Per questa ragione, infatti, facendo leva sulla promozione del benessere, all'immagine del recupero della salute fisica viene pian piano accostata l'idea dello svago, del relax, del riposo, fondamentali per la rigenerazione totale della persona. Inizia a essere promossa l'idea di un termalismo che rilassi la mente e curi il corpo, e gli stabilimenti sono progettati in maniera tale da valorizzare le risorse ambientali e naturalistiche dei luoghi in cui sorgono. Si assiste così alla rapida diffusione di architetture termali come luoghi di un organico dialogo tra risorse naturali da scoprire e tecnologie avanzate, messe a disposizione degli ospiti delle strutture.

In Italia, paese ricco di sorgenti dalle proprietà curative, il termalismo riscuote un consenso di un certo rilievo e, da nord a sud, è possibile trovare numerosi stabilimenti costruiti in luoghi naturalmente ricchi di acque benefiche in cui è possibile soggiornare e compiere un percorso completo

* Anche se il saggio è il risultato di un lavoro condiviso, i paragrafi 1, 2, 3 e 4 vanno attribuiti a Cristina Mollica; il paragrafo 6 va attribuito ad Angela Quattrocchi; i paragrafi 5 e 7 a Francesca Schepis.

Questo articolo riprende gli aspetti storico-teorici più significativi della tesi di laurea di Cristina Mollica intitolata *Le forme dell'acqua. Progetto per il Parco termale di San Calogero nell'isola di Lipari*, relatore Gianfranco Neri, correlatrici Angela Quattrocchi e Francesca Schepis, discussa presso l'Ateneo reggino nel dicembre 2018.



Fig. 1: L'area dello stabilimento termale di San Calogero (foto Cristina Mollica, 2018).

attraverso le diverse forme di trattamenti possibili. L'arcipelago eoliano, come noto di origine vulcanica, situato a nord della costa siciliana nel Mar Tirreno, conta la presenza di diverse fonti termali: a Lipari, Panarea, Stromboli e Vulcano sono presenti numerose fumarole e sorgenti, vasche di fanghi sulfurei e vapori, mentre nelle isole di Alicudi, Filicudi e Salina l'attività endogena è per il momento meno evidente.

Nell'isola di Lipari oltre le più note Terme di San Calogero, si trovano altre memorie nelle località di Bagno Secco, Pignataro e anche nell'ambito più urbanizzato del centro storico.

Seguendo le linee storiche rapidamente tracciate, è bene evidenziare che nel momento di passaggio al termalismo contemporaneo, alcuni degli stabilimenti sorti tra l'Ottocento e l'inizio del Novecento non sono stati in grado di adeguarsi alle mutate condizioni d'uso e di far fronte, in tempi rapidi, ai cambiamenti imposti da una forma di turismo più diffusa e accessibile, decretando, in molti casi, il loro progressivo e irreversibile abbandono.

Tra questi casi rientrano le sorti dello stabilimento delle Terme di San Calogero a Lipari, che, nonostante le proprietà ipertermali – raggiungono naturalmente temperature superiori ai 50° – delle sue acque, la cui efficacia nel trattamento di varie patologie è stata ampiamente dimostrata, nonostante la diffusa notorietà del luogo sin da epoche molto remote, non è riuscito a superare la prova del tempo e versa attualmente in uno stato di incuria.

2 | Note storiche e testimonianze iconografiche della fonte termale di San Calogero

La struttura termale di San Calogero, sita sul versante ovest dell'isola di Lipari, si presenta oggi come un edificio a due elevazioni, all'interno del quale, nel periodo di maggiore attività registrato

negli ultimi anni dell'Ottocento, era possibile per gli ospiti soggiornare, ricevere trattamenti quali abluzioni e applicazioni di fango, e pregare nella cappella dedicata al santo che dà il nome all'edificio. Il luogo in cui sorge lo stabilimento, anch'esso identificato con il nome di San Calogero, fa parte della frazione di Pianoconte ma, posto a una distanza sufficiente dall'abitato, preserva delle qualità naturali speciali. Collocato in una posizione privilegiata che guarda Salina, il paesaggio di questo tratto dell'isola si presenta roccioso, a dirupo sul mare, con terreni coltivati soprattutto con ulivi e alberi da frutto, punteggiati da rare e appartate residenze rurali. È in effetti un luogo in cui difficilmente ci si reca, lontano dai ritrovi del turismo eoliano, a meno che non si intenda ammirare il panorama che da lì si può cogliere, oppure cimentarsi in passeggiate lungo il sentiero che collega le terme alle cave di caolino, anch'esse oggi abbandonate.

L'architettura termale ottocentesca non è stata costruita su un terreno vergine, bensì su resti molto antichi di strutture di epoca ellenistica, che già sfruttavano a scopo terapeutico le acque calde sulfuree. La decisione di costruire uno stabilimento termale al fine di potere disporre in maniera più agevole e completa dei bagni a vapore di San Calogero fu sostenuta da una lunga e argomentata discussione, che tendeva a dare conto dell'eccezionalità del luogo oltre che delle esigenze di rispondere ai viaggiatori che, arrivati a Lipari, volevano raggiungere e soggiornare presso la fonte termale. Ancora prima della costruzione dello stabilimento moderno, tra la fine del XVIII secolo e i primi decenni del XIX, grazie a un primo sviluppo dei mezzi di trasporto, cominciò a diffondersi anche fra i rappresentanti della borghesia agiata, oltre che della nobiltà, del clero e dei militari, con una particolare attenzione da parte di artisti, letterati e scienziati, la pratica di compiere viaggi verso le Isole Eolie, che si presentavano sospese in una dimensione aspra e premoderna. Durante quei decenni la fonte delle acque di San Calogero, le cui strutture architettoniche erano costituite dai resti ben visibili e ancora funzionanti di epoca greca e romana, rappresentava una delle mete dei viaggiatori. Le avevano visitate, solo per limitarsi a citarne alcuni tra i più noti, anche per le testimonianze documentali pervenute, Jean-Pierre Houël nel 1778, Déodat de Dolomieu nel 1781 [Cincotta, 1991], Lazzaro Spallanzani nel 1788 [Spallanzani, 1788], William Henry Smyth intorno al 1814. Il canonico Carlo Rodriguez nel 1841 riguardo ai bagni termali di San Calogero scrisse:

(...) per tradizione di venerandi vecchi di questo paese è mirabile la varietà di morbi per esse curati. Ed in tempi non ai nostri lontani di Sicilia, Calabria, ed altre parti vedeasi ragguardevoli personaggi qui venire afflitti da diverse malattie, e per queste acque sanarsi. Ed è sfortunatissima cosa il dire, che non più a noi recarsi da vicini, o lontani paesi si veggono degli ammalati per la incuria dei nostri naturali, i quali fanno un abbandono deplorabile giacere i nostri bagni [Carlo Rodriguez, 1841, senza paginazione].

Le sorgenti termali di Lipari erano notissime fin dall'antichità classica. Diodoro Siculo le nomina esplicitamente nei suoi scritti:

«restano da ricordare le cause per le quali Lipari crebbe in modo da raggiungere non solo il benessere, ma anche la notorietà. Essa ha della natura buoni porti e famose sorgenti termali che richiamano gente dalla Sicilia non solo per le loro virtù terapeutiche, ma anche come ristoro».

Altre testimonianze delle sorgenti sono da ascrivere a Strabone e ad Ateneo, che le annovera fra le più rinomate del Mediterraneo.

Un epigramma di Marziale narra delle bizzarre avventure di un parassita che, deciso a scroccare un pranzo, si aggirava per il centro di Roma nella speranza di trovare uno sprovveduto disposto a



Fig. 2: J. Houel, 1776. Il complesso termale di San Calogero. Al centro la tholos; a destra la cupoletta del bagno demolito nel 1867 quando si costruì il nuovo edificio termale.

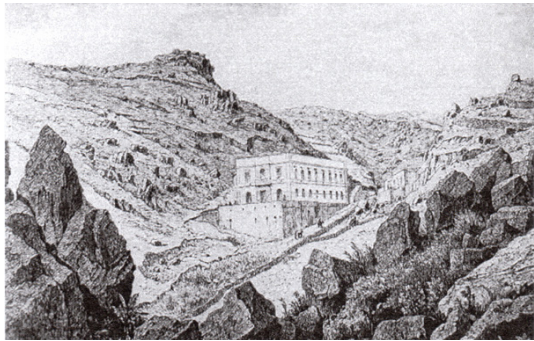
Fig. 3: Iconografia di San Calogero eremita.



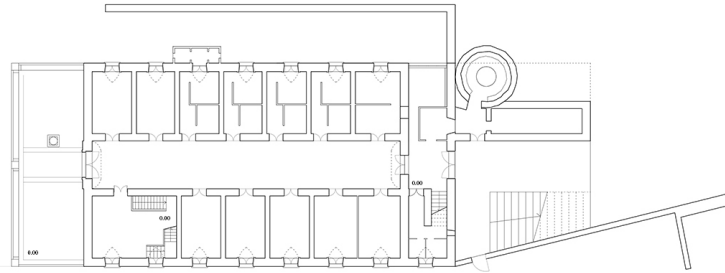
pagarglielo. Uno dei rovinosi episodi accorsogli si compie tra le mura di un'imponente terma che portava il nome di Eolia, probabilmente in rapporto alla notorietà delle sorgenti termali isolane. In età medievale le testimonianze sono legate alle leggende narrate da Pietro Campis, secondo le quali san Calogero, fra gli altri miracoli avrebbe compiuto anche quello di fare risorgere le acque termali che erano perdute per incuria degli uomini, sicché le terme, a quel punto, avessero da lui preso il nome che ancora conservano [Bernabó Brea, Cavalier 1985, 4-5].

Lo stato della sorgente termale precedente ai lavori del 1867 e alla costruzione della grande fabbrica è noto attraverso l'accurata descrizione e la splendida restituzione di Jean-Pierre Houël. Architetto, pittore e incisore nativo di Rouen, egli soggiornò in Sicilia dal 1776 al 1780, visitando Lipari nel 1778 e lasciando la prima testimonianza iconografica. Il viaggiatore riporta che al di sopra della sorgente che sgorgava dalla viva roccia, era stato costruito un edificio quadrangolare coperto da una cupola, una stufa per bagni di vapore, dove era possibile immergersi in una vasca d'acqua caldissima.

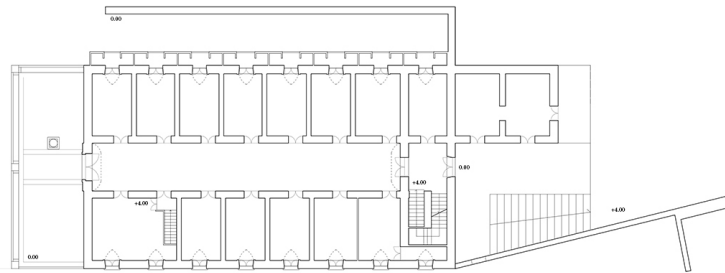
Il disegno di Houël mostra la parte delle strutture che furono utilizzate per la cura dei degenti lungo tutto l'arco temporale che va dal ritrovamento attribuito a san Calogero durante il Medioevo fino alla costruzione dell'edificio negli anni '60 dell'Ottocento. Dall'osservazione del disegno e dalla lettura della descrizione è possibile ritenere che, mentre la struttura di forma rettangolare fosse un corpo che includeva quella che verrà poi identificata come la *tholos*, la piccola cupola adiacente ricoprì invece i resti di una piccola vasca per pediluvio quadrangolare risalente al periodo tardo romano (I-II secolo d.C.).



Pianta piano terra, quota 0.00



Pianta primo piano, quota +4.00



Prospetto est



Prospetto ovest



Prospetto nord

TS



Prospetto sud

Fig. 4: Processione del 18 giugno in onore di San Calogero (foto Cristina Mollica, 2018, alla pagina precedente).

Fig. 5: L. S. D'Austria, 1868. Disegno delle Terme di San Calogero (pagina precedente).

Fig. 6: L'ingresso della stufa (tholos) e il vestibolo antistante dell'edificio termale ottocentesco nella vecchia sistemazione (pagina precedente).

Fig. 7: Rilievo edificio ottocentesco (ridisegno Cristina Mollica, alla pagina precedente).

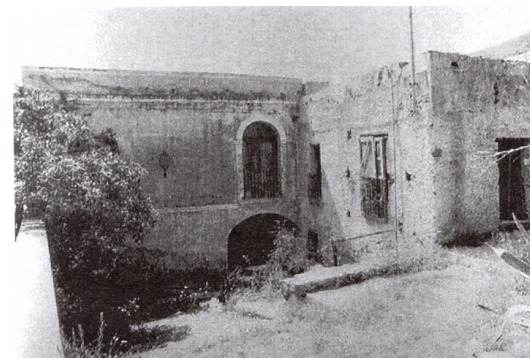


Fig. 8: L'interno della tholos. Il lato nord col canale di adduzione dell'acqua termale.

Fig. 9: Il prospetto est sovrastante l'attuale area archeologica.

Fig. 10: Panoramica sull'area archeologica (a sinistra la tholos micenea con accanto la piccola vasca quadrata di età romana; nella parte centrale le canalette di drenaggio di età diversa; a destra la grande vasca ellenistica di forma irregolarmente tondeggiante) (foto Cristina Mollica, 2018).

Fig. 11: L'ingresso alle terme prima dei lavori di restauro.



3 | La leggenda di San Calogero

Ancora oggi lo stabilimento termale, così come l'intera area in cui esso sorge, è dedicato a San Calogero, la cui biografia si presenta frammentaria e può essere considerata una combinazione di mito e storia. Con il termine Calos-gero (composto da *καλός* buono, bello e *γέρων* uomo anziano, vecchio in greco antico, ovvero buon vecchio) durante il Medioevo erano indicati quei monaci eremiti che si ritiravano in zone impervie e remote e spesso fornivano sollievo alle anime dei popoli afflitti da stenti ed epidemie con la loro aura di stoicismo e santità [Iacolino 2001, 135-145]. Stando agli atti di un breviario siculo-gallicano risalente al periodo tra l'XI e il XVI secolo, il Calogero oggi indicato come santo nacque intorno al 466 d.C. a Calcedonia, nei pressi di Costantinopoli e trascorse la sua vita come pellegrino nei dintorni di Roma, finché non ricevette dal papa il permesso di vivere da eremita in luoghi non meglio precisati. Fu durante il suo peregrinare che nacque la sua vocazione di evangelizzare la Sicilia, così, dopo aver ricevuto il benestare papale, Calogero si fermò sull'isola di Lipari, il cui arcipelago durante il periodo medioevale era provato da una ripresa dell'attività eruttiva, fatto che incoraggiò la diffusione di varie leggende che vedevano nei crateri vulcanici il vestibolo degli inferi.

Non passò molto tempo dal suo arrivo perché Calogero fosse considerato dagli isolani come la rappresentazione vivente del protettore, un saggio portatore di speranza, un guaritore dei corpi e delle anime capace di contrastare la presenza dei diavoli che infestavano le Eolie, all'epoca provate anche da invasioni piratesche, dalla guerra goto-bizantina (535-553), da epidemie, carestie e soprattutto dalle continue eruzioni di Monte Pilato e Forgia Vecchia.

Le maggiori informazioni sulla permanenza di Calogero a Lipari le traiamo dagli scritti di Pietro Campis [Iacolino 1980, 99-103] che ci riferisce come il santo, giunto sull'isola, abbia trovato rifugio presso una grotta sita nei dintorni delle terme greco-romane, dalle quali avrebbe fatto risorgere le acque benefiche che, a causa dell'incuria degli abitanti, erano andate perse. Dal ritrovamento a opera di Calogero, la sorgente termale fu rivalutata e l'uso delle acque venne nuovamente promosso tra la popolazione che, considerando le cure ricevute come eventi miracolosi, dedicò al santo l'edificio ottocentesco. All'interno dell'architettura fu costruito un luogo sacro, una cappella presso la quale i malati pregavano e non esitavano a lasciare in dono ex-voto, costituiti non soltanto da oggetti preziosi ma soprattutto da bastoni e stampe che, una volta raggiunta la guarigione grazie al santo, non erano più necessari.

Ma Calogero non concluse la sua vita sull'isola: dopo qualche anno si spostò nei dintorni di Sciacca, trovando rifugio in una grotta sul monte Chronos, oggi Monte San Calogero, dove dimorò per 35 anni fino alla morte e a questi episodi è riconducibile la tradizionale iconografia con cui viene rappresentato ancora oggi.

Tale immagine, ripresa da una maiolica risalente al 1545, murata in una grotta di Sciacca su un altare, rappresenta l'eremita con le Sacre scritture nel braccio destro, il bastone del pellegrino, tramite il quale, si racconta, riuscisse a far risorgere le sorgenti, nella mano sinistra e, ai suoi piedi, un fedele inginocchiato. Presente nell'iconografia anche una cerbiatta ferita da una freccia, rappresentazione questa legata all'episodio della sua morte, avvenuta tradizionalmente quando Calogero, non essendo più in grado di procacciarsi da solo il cibo, ricevette in dono da Dio l'animale che, essendo dotato di un latte molto nutriente, avrebbe sfamato l'eremita.

Quando però un cacciatore trafisse con una freccia la cerva, essa si trascinò nella grotta di Calogero morendo tra le sue braccia e il cacciatore, riconoscendo il vecchio che anni prima lo aveva battezzato, chiese perdono in lacrime. Fu in questa occasione che Calogero trasmise al cacciatore le istruzioni per l'uso delle acque sulfuree presenti nei dintorni ed egli, divenutone discepolo, si

recò spesso sul monte per trovare il santo finché, dopo 40 giorni dalla morte della cerva, tra il 17 e il 18 giugno 561, trovò il santo anch'egli morto, seppellendolo prima nella grotta stessa e poi in un'altra caverna. Ancora oggi in tutte le città dove Calogero soggiornò, Lipari compresa, il santo è venerato e vengono organizzate delle celebrazioni in suo onore il 18 giugno di ogni anno.

4 | La costruzione dello stabilimento termale nel XIX secolo

Le architetture presenti nel disegno di Jean-Pierre Houël, con grande probabilità le uniche presenti al tempo del suo viaggio, non erano sufficienti ad accogliere in maniera continuativa i degenti che richiedevano di farsi curare, al punto da richiedere un radicale ripensamento. Per questo motivo negli anni 1865-'66, durante l'amministrazione del sindaco Angelo Florio Paino, si progettò di realizzare un edificio più complesso e adeguato alle esigenze, la cui costruzione fu completata durante il mandato del sindaco Giuseppe Maggiore (1867-1890) che si presentava secondo le caratteristiche insediative, tipologiche e volumetriche riportate nel disegno dell'arciduca Luigi Salvatore D'Austria. Nella descrizione a corredo egli descrive lo stabilimento come «un imponente edificio di buona fattura [...] con alla destra, all'ingresso, la grotta a volta con sedile a giro, dove sgorga la sorgente, le cui acque defluiscono nelle vasche di raffreddamento poste a riparo di un'altra volta a botte più pronunciata» [Paino 1982, 54].

L'arciduca, le cui visite alle Eolie divennero più frequenti soprattutto dopo il 1875, riteneva meravigliosi i panorami e «ristoratrice anche l'aria che qui si respira», tanto che descrisse accuratamente le bellezze dell'arcipelago negli otto volumi di *De Liparischen Inseln*. Nello stesso periodo le acque termali di San Calogero furono oggetto di studio da parte del geologo Guglielmo Jarvis che le incluse nella sua *Guida alle acque minerali d'Italia* (1868-1876, 1881) [Berrino 2014, 129-130].

Per rendere possibile la costruzione del nuovo grande complesso edilizio non ci si fece scrupolo nel demolire la totalità dei resti delle costruzioni ricettive a valle della *thòlos*, cui facevano cenno le descrizioni di Campis e di Houël. Lo stesso complesso termale greco-romano originario fu radicalmente ristrutturato. È possibile, ad esempio, notare che la cupoletta minore riportata a destra nel disegno di Houël fu demolita, mentre la cupola maggiore, identificata con la *thòlos*, fu inglobata in un nuovo corpo di fabbrica e collegata tramite un angusto vestibolo che consentiva l'accesso diretto alla stufa termale dal nuovo edificio a essa addossato. Questo vestibolo si prolungava poi verso est in una vasca di forma molto allungata, coperta con una volta, nella quale defluivano le acque termali, provenienti dal volume con la cupola maggiore, utile forse per contribuire a mantenere la temperatura costante. Al di sopra della struttura così descritta, in corrispondenza del piano superiore dell'edificio, furono inoltre aggiunti due grandi vani.

La vasca era accessibile dal vestibolo solo attraverso una finestrella da cui, con difficoltà, poteva appena passare un uomo, mentre sia la vasca sia il vestibolo si aprivano ciascuno verso l'esterno con una finestra di dimensioni piuttosto ridotte. A fronte di una complessità interna, data dalla necessità di collegare le parti storiche con i nuovi corpi di fabbrica, la struttura termale si presentava esternamente come un grande parallelepipedo a due livelli, poggiato su di un basamento lasciato quasi appena sgrezzato, sia per le funzioni di servizio secondarie che ospitava, sia probabilmente per meglio raccordarlo con il carattere naturale del sito. La stereometria dell'architettura è apprezzabile dalla ricostruzione del disegno in pianta, due piani sovrapposti da 463 mq circa (17,00 m x 31,00 m), cui si aggiunge un'ariosa terrazza posta a ovest che si affacciava direttamente sul mare. Dalla descrizione di Luigi Bernabò Brea si legge: «si costruì allora, addossandolo immediatamente alla cupola termale principale, un grande edificio a due piani con finestre sul lato lungo e due ai lati di un balcone mediano sul lato breve sia verso valle che verso monte» [La Greca 2004, 49].

Il basamento, impostato a quota -4,00 m rispetto al piano principale, era composto da una cantina e da una grande vasca di riserva d'acqua dolce. Il piano d'ingresso era strutturato secondo un asse centrale, un ampio corridoio lungo quasi 26,00 m e largo 4,00 m, da cui si accedeva a otto camerini per la balneo-fangoterapia, sei camere da letto, una cucina, due locali per la preparazione e l'applicazione dei fanghi, una cappella, una vasca di raffreddamento, fino a raggiungere un ambiente dalla conformazione simile a una grotta naturale utilizzata come sauna, l'antica *thòlos*.

La *thòlos* delle Terme di San Calogero è un'architettura, fortunatamente preservata, del XV secolo a.C. che documenta della secolare frequentazione delle acque termali di Lipari e che riporta in quel piccolo volume voltato l'originario rapporto tra le culture del Mediterraneo.

Nel corso dei lavori di restauro degli anni Ottanta quell'antichissima stufa divenne accessibile e per la prima volta fu visto il suo interno: era spettacolare. Si scoprì allora che era di una struttura singolare, che rimandava a quella delle *thòloi* funerari micenei: non era dunque un avanzo romano, come tanta letteratura aveva ripetuto, bensì una *tholos* che risaliva all'epoca micenea, la cui presenza andava letta all'interno dei rapporti che univano le Eolie al mondo egeo. La storia del termalismo in Italia conquistava una profondità storica vertiginosa come la volta di quella *tholos* [Berrino 2014, 133-134].

Il piano superiore, raggiungibile attraverso una scala interna, era distribuito, allo stesso modo, secondo il corridoio centrale e ospita dodici camere da letto, una sala pranzo e due magazzini. La struttura era in muratura portante, costituita da grossi setti dallo spessore di 60 cm, e voltata. Distaccata dal fabbricato principale era inoltre presente una piccola costruzione di supporto a un unico livello, con cinque locali adibiti a magazzini.

I prospetti dell'edificio principale, eretti con uno spessore murario di circa 70 cm, erano intonacati e pitturati con una colorazione giallo ocre – come mostra anche il manifesto litografico originale – che è stata mantenuta anche a seguito dei lavori di restauro novecenteschi. La partitura delle superfici è segnata da cornici che corrono lungo il marcapiano, all'altezza del colmo dell'arco delle finestre del piano terra e lungo il profondo davanzale al primo piano, concludendosi poi con un cornicione modanato piuttosto aggettante.

Il lato del prospetto considerato secondario era stato lasciato in muratura; su di esso erano praticate delle aperture solo per ragioni funzionali: un'apertura e una finestra al pianterreno e tre affacci al piano superiore, uno verso l'interno del cortile e l'altro verso ovest.

L'area archeologica totalmente nascosta, era ricoperta da un piazzale che fungeva da ingresso principale alla struttura, al quale si accedeva direttamente dalla strada attraverso una cordonata in ciottoli, sorretta da un muro alto circa 4,00 metri e su cui si apriva un cancello sul lato nord-est. Solo con i lavori di scavo condotti da Luigi Bernabò Brea e Madeleine Cavalier, fu riscoperta, identificata e rilevata l'area archeologica.

Subito dopo la sua costruzione, lo stabilimento fu considerato un'opera notevole per la sua capacità di interpretare le esigenze degli avventori e di far fronte alle diverse funzioni medico-terapeutiche richieste – antroterapia, fangoterapia, idropinoterapia – conquistando una certa rinomanza per le qualità delle acque, classificate come ipertermali e ad alta efficacia terapeutica. Gli ospiti dello stabilimento, data la difficoltà nel raggiungerlo, in genere permanevano nella struttura per un periodo variabile da qualche giorno a qualche settimana. Le camere da letto, situate al piano superiore, potevano accogliere fino a due ospiti alla volta, che trascorrevano le loro giornate, come consigliato anche dal medico liparese Cincotta, tra abluzioni, ingestioni di liquido e permanenza nella “stufa” o “forno”. Questa la struttura, di certo la più originale e caratterizzante del complesso termale, era utilizzata durante le prime ore del mattino e per un massimo di 5 minuti alla volta, seguiti da almeno un paio

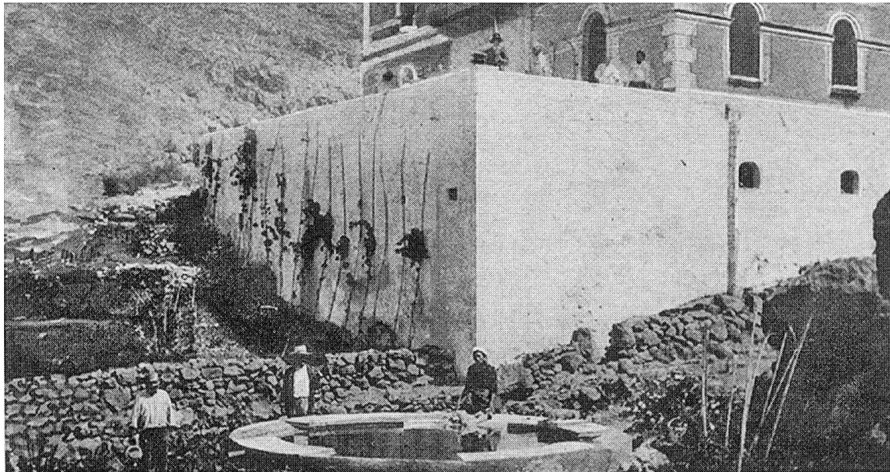


Fig. 12: Gibbia posta al di sotto dello stabilimento ove confluiva acqua termale.

STAGIONE TERMALE: 1 Luglio - 30 Settembre			
T A R I F F E			
STANZE 1° PIANO		STANZE PIANTERENO	
LATO NORD a un letto	L. 600	SENZA LETTO per una persona	L. 500
» » a due letti	» 1000	» » per due »	» 700
LATO SUD a un letto	» 700	CON LETTO per una persona	» 600
» » a due letti	» 800	» » per due persone	» 800
TARIFFE PER LE CURE			
PER I RICOVERATI		PER I NON RICOVERATI	
bagno semplice	L. 300	bagno semplice	L. 400
stufa	» 250	stufa	» 400
fangatura semplice	» 400	fangatura	» 600
fangatura con bagno	» 600	fangatura con bagno	» 800
FORNITURA ACQUA TERMALE			
Un corso d'acqua di Litri 30 L. 900. Un corso di due litri da litri 30 cioè: L. 750			
AVVERTENZE			
- Il pagamento va fatto presso la Tesoreria Comunale. Nei suddetti prezzi non è compreso il servizio di ristorante che va pagato a parte. - Per nessun motivo l'Amministrazione non fa l'importo anticipatamente pagato per bagni e cure. - I ospiti prima della cura debbono sottoporsi a visita da parte del Direttore Sanitario dello Stabilimento. - La presidenza dello stabilimento dichiara essere esenti le e condannate dal Comune. - Lo Stabilimento non fornisce biancheria di camera comune. - IL PERIODO MINIMO DI CURA È DI QUINDICI GIORNI.			
D I R I G E N T I			
Agli ex combattenti, vedovi, partigiani, pensionati in guerra, agli ospiti del Comune di Lipari, ai militari, è concesso lo sconto del 25% sulla tariffa di cura.			

Fig. 13: Tariffario storico delle Terme (Archivio Aldo Natoli).

d'ore di riposo. Gli ospiti infatti, dopo essere stati cosparsi di fango e ricoperti da una pesante coperta di lana, all'interno della stufa erano esposti ai vapori di un'acqua che poteva superare i 65°. Chi usufruiva di tali trattamenti presentava problematiche di vario tipo, da problemi dell'apparato riproduttivo (sterilità, candidosi) a malattie cutanee, batteriologiche, reumatiche ecc. Ovviamente i curandi, oltre all'alloggio, potevano usufruire di un vitto che nei vari periodi era affidato ora a ditte esterne, ora a personale interno che, a eccezione dei prodotti caseari che venivano consegnati giornalmente, aveva a disposizione varie risorse prodotte sul luogo in un ampio orto, posto sotto la terrazza lato mare, e che forniva la frutta e le verdure necessarie alla struttura. Sempre sotto la terrazza era poi presente una "gibbia", per la raccolta e la riserva di acqua dolce, utile all'irrigazione e al lavaggio della biancheria degli ospiti, ancora oggi presente e che è denominata «la vasca dei poveri»: nella cisterna infatti confluiva l'acqua termale in esubero, che poteva essere prelevata da coloro che non potevano permettersi di soggiornare nella struttura. La mancanza dell'energia elettrica potrebbe fare pensare che la giornata dei degenti si concludesse al tramonto, ma diverse testimonianze riportano come spesso, durante la sera, il personale della struttura e gli ospiti stessi organizzassero sulla terrazza delle «serate danzanti» per allietare le pigre e calde serate estive: lo stabilimento difatti era perlopiù aperto esclusivamente durante la bella stagione, da luglio a settembre.

5 | Le attività e la gestione dello stabilimento termale

Subito dopo la costruzione, lo stabilimento fu gestito direttamente dal Comune di Lipari per un periodo di circa otto anni, dopo il quale fu dato in concessione per altri otto anni al medico Francesco Genovesi per un canone di 500 lire annuali. Durante questa prima fase di attività agli ospiti venivano fornite delle prestazioni – cure e vitto – considerate di elevato livello, differenziate nei costi in base alla scelta di usufruire di un servizio di prima o di seconda classe [Genovesi 1879, 59-61]. Secondo quanto noto attraverso fonti oriali locali agli ospiti venivano serviti quotidianamente pasti completi i cui costi superavano, presumibilmente, gli introiti, e per tale motivo l'amministrazione del sindaco Ferdinando Paino, durante la seduta del 18 aprile 1887, revocò il contratto stipulato con Genovesi, dando il via a un contenzioso che si concluse solo nel giugno del 1895. Durante questa fase di evidente difficoltà fu ancora il Comune ad assumersi le responsabilità gestionali della struttura, almeno fino al 1892, anno in cui venne affidata alla signora Giovanna D'Amico, la cui



Fig. 14: Manifesto storico delle Terme di San Calogero.

Fig. 15: La rotabile di collegamento tra Pianoconte e l'area di San Calogero costruita nel corso degli anni '60.



gestione si rivelò deficitaria al pari di quella precedente, decretando nel 1896 il ritorno alla gestione pubblica comunale. Tra alti e bassi, la struttura restò nelle mani del Comune fino ai primi anni del Novecento, momento nel quale la concessione fu affidata ai due farmacisti Luigi Mancuso e Nunzio Esposito di Domenico, cui va il merito di aver realizzato il famoso manifesto pubblicitario in stile liberty che identifica ancor oggi lo stabilimento termale.

Nel manifesto, oltre alle due bagnanti che dominano il centro della scena, sono presenti due scorci panoramici che senza dubbio avevano lo scopo di pubblicizzare la magnificenza dei luoghi in cui lo stabilimento sorgeva. Sul lato sinistro dell'illustrazione è presentata la stufa termale, ritenuta il vero centro del complesso, con il suo ingresso, in cui tramite il vapore riprodotto si vuole rendere l'impressione della calura cui era possibile sottoporsi al suo interno. La presenza del vapore è rappresentata esplicitamente all'interno del tondo che funge da cornice alla raffigurazione dello stabilimento, mostrato nel pieno della sua attività con l'utenza affacciata alle finestre o accalata sull'ampia terrazza, a dimostrazione della grande quantità di persone che sceglievano lo stabilimento di San Calogero per le proprie cure. Non meno importante la doviziosa descrizione delle malattie cui l'acqua poteva porre rimedio: era importante assicurare gli avventori che il sottoporsi alle cure avrebbe agito «con certezza di successo» su vari malanni, come attestato dalle testimonianze dei vari medici che sono citati nella stampa litografica. Quel breve periodo positivo fu bruscamente interrotto dal devastante terremoto sullo stretto di Messina del 1908 [Berrino 2014, 12-134], la cui portata catastrofica ebbe un'eco internazionale destinata a protrarsi nel tempo e, qualche anno dopo, dal primo conflitto bellico mondiale.

Dopo il secondo conflitto mondiale, nel 1945 lo stabilimento termale fu ripristinato e riaperto agli ammalati registrando, da subito, un buon numero di presenze. L'amministrazione comunale mostrò di nuovo un certo interesse nella gestione e nel 1952 si mobilitò per ottenere dalla Cassa del Mezzogiorno dei finanziamenti utili a migliorare i collegamenti stradali tra il vicino nucleo abitato di Pianoconte e la struttura termale. Alla metà degli anni '60 iniziarono i lavori per rendere le strade di collegamento idonee a raggiungere le Terme di San Calogero in automobile. In quegli anni infatti, sebbene non tutti sull'isola potessero vantare grandi risorse economiche, cominciava a farsi sempre più massiccia la presenza di automobili ed era quasi impensabile che un luogo molto frequentato non fosse servito da una strada diretta di collegamento, a maggior ragione per il fatto che allo stabilimento si recavano, soprattutto, persone con mobilità ridotta per curare, anche, questo tipo di patologie. Senza dubbio la costruzione della rotabile non solo facilitò l'arrivo dei degenti alle terme ma permise anche ai parenti degli ospiti, con particolare riferimento a coloro che soggiornavano per diverse settimane, di far loro visita più spesso e trasportare beni di prima necessità utili durante il ricovero. Allo stesso modo si avvertì la necessità di installare l'energia elettrica e la rete telefonica: il tentativo era quello di adeguare le terme alle richieste di un'utenza sempre più esigente; tentativo che risultò insufficiente a rendere il luogo conforme agli standard minimi imposti dalle nuove leggi sanitarie, motivo che rese inevitabile la chiusura al pubblico nel 1975.

6 | La chiusura temporanea e i lavori di restauro. L'ultimo lascito di Bernabò Brea

Sebbene adibito per un breve periodo ad alloggio di fortuna per i terremotati, sfrattati a seguito dell'evento sismico del 16 aprile 1978, per molto tempo l'edificio termale rimase in stato di abbandono finché, in seguito alla legge del maggio del 1979, l'amministrazione comunale conferì all'ingegnere Benito Trani l'incarico di effettuare uno studio di fattibilità per un progetto di ristrutturazione e valorizzazione delle Terme di San Calogero e redigere una relazione tecnica sugli aspetti idrotermali del complesso. Sulla base di tale studio nel 1981 l'architetto Francesco D'Asaro, sempre incarico



Fig. 16: Demolizione dei bagni posti sulla facciata nord. Successivamente saranno ampliati i vani che prima fungevano da finestre, e diventeranno punti di passaggio tra il vecchio ed il nuovo corpo di fabbrica (archivio F. Scappin).



Fig. 17: La tholos durante la demolizione di parte dell'edificio ottocentesco.

del Comune, redasse un progetto di ristrutturazione dell'edificio ottocentesco e nel maggio del 1983 l'assessore al Turismo della Regione Siciliana firmò il decreto di finanziamento per l'importo di un miliardo di lire: nel 1984 il Comune di Lipari, su iniziativa del sindaco Tommaso Carnevale diede ufficialmente il via ai lavori di ristrutturazione delle terme.

Inizialmente vennero demoliti i bagni posti sulla facciata nord e i vani che prima fungevano da finestre vennero allargati, diventando punti di passaggio tra i due corpi di fabbrica. Fu in queste fasi iniziali dei lavori che, intervenendo sul lato est, con la demolizione della parte di edificio che incorporava la *thòlos*, emerse la necessità di fermare il cantiere per dare avvio agli scavi archeologici e rivedere il progetto, allo scopo di salvaguardare i reperti emersi. L'ipotesi progettuale iniziale, suo malgrado, era stata redatta nella totale mancanza di conoscenza del fatto che quella che fungeva da stufa termale fosse, in realtà, una struttura a *thòlos* risalente al XV secolo a.C., e ancora considerata parte integrante dell'impianto termale.

Successivamente si convenne sull'opportunità di demolire l'angusto vestibolo e la lunga vasca, così da riportare il complesso allo stato in cui esso si trovava al tempo del viaggio di Jean-Pierre Houël e mettere in luce le strutture antiche [La Greca 2004, 18].

I lavori di ristrutturazione ripresero quindi solo due anni dopo, nel 1986, con la realizzazione del nuovo corpo sul lato verso monte e il ripristino degli spazi interni, suddividendo le camere attraverso la costruzione di tramezzi e riposizionando gli impianti elettrici e idrici, le vasche, le docce e le attrezzature termali.

Vennero eliminati i servizi igienici pensili presenti al piano superiore sulla facciata a nord mentre sul versante sud, in corrispondenza dell'arrivo della rotabile, venne demolito il solaio di separazione tra la cucina al piano terra e il refettorio del piano superiore, per fare spazio a un secondo corpo scala con ascensore centrale. Esigenza sentita, oltre che imposta dalla normativa tecnica di settore, per agevolare coloro che avevano difficoltà o impossibilità nella deambulazione non solo nell'accesso al piano inferiore ma anche a quello superiore, raggiungibile solo tramite una stretta scalinata.

All'esterno invece, sul lato ovest, oltre alla costruzione di un'ulteriore cisterna per la raccolta dell'acqua, venne edificata, come da progetto in variante, una passerella pedonale in calcestruzzo armato per consentire l'ingresso all'edificio da questo versante, isolando e proteggendo così i reperti archeologici a monte. Anche su questo versante però, nonostante la presenza degli scavi, si

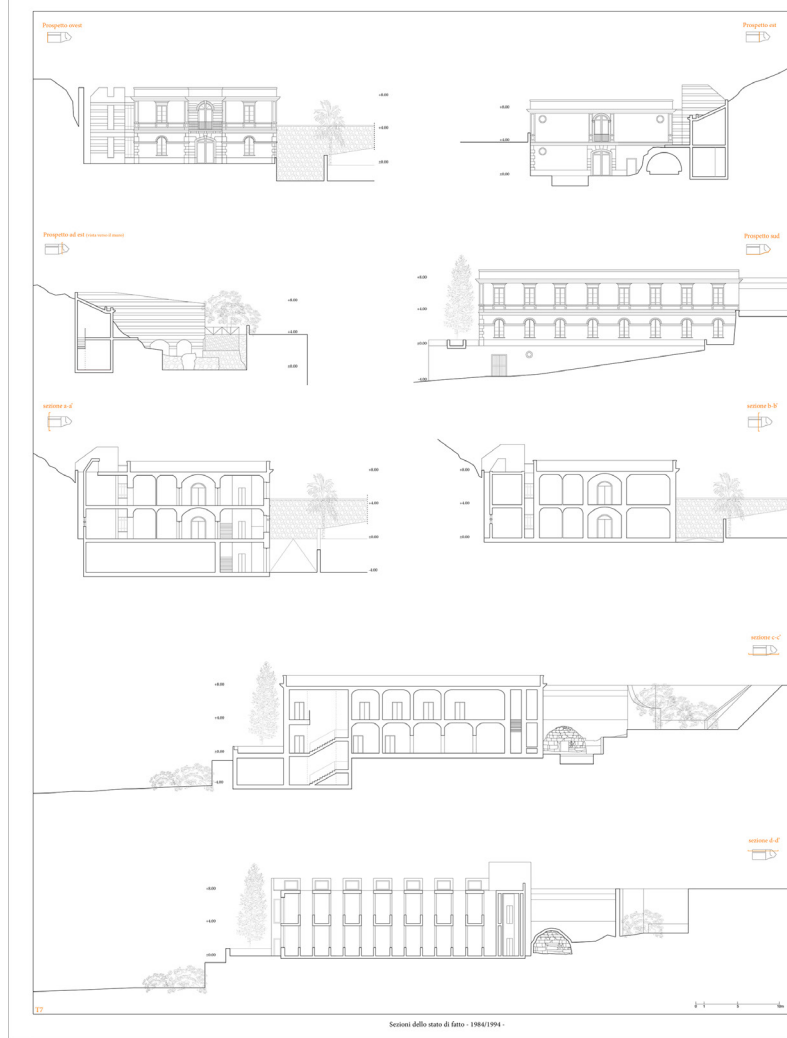
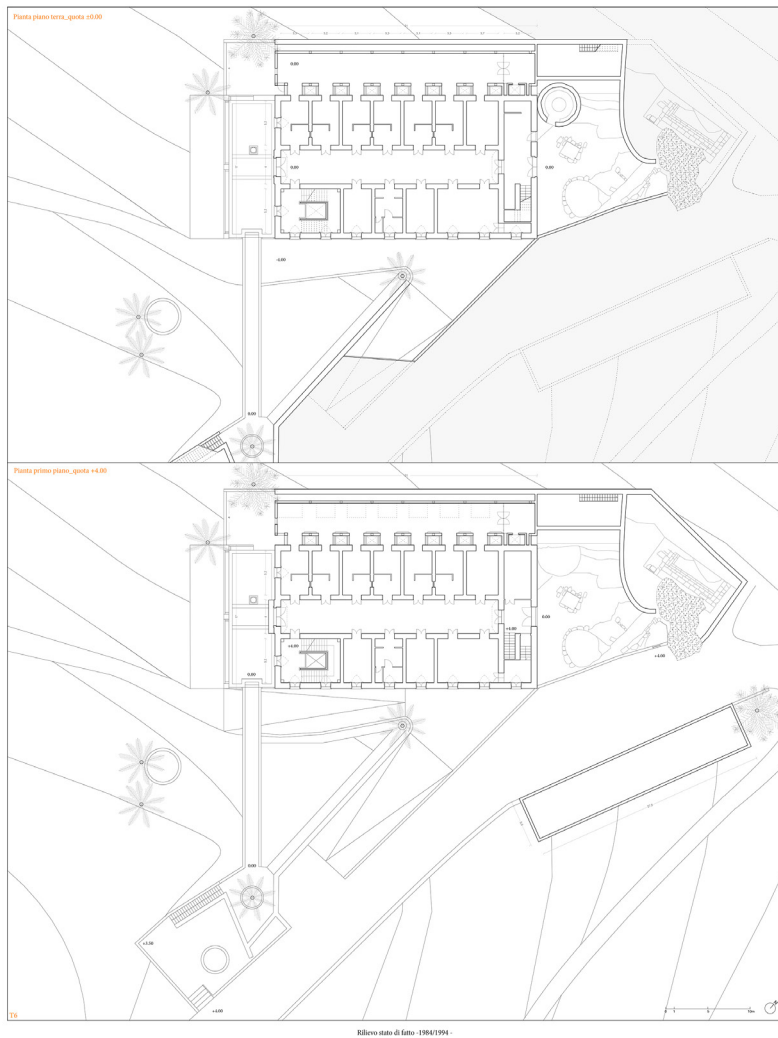


Fig. 18: Rilievi stato di fatto, pianta (disegni di Cristina Mollica).

Fig. 19: Rilievi stato di fatto, sezioni (disegni di Cristina Mollica).

Fig. 20: Lo stabilimento termale. Particolare del ponte (foto Cristina Mollica, 2018).

Fig. 21: Piscina risalente al I-II secolo d.C. (età romana tardo imperiale) (foto Cristina Mollica, 2018).



procedette alla costruzione di un muro di contenimento a est dei reperti, lasciando alcune aperture dove convergevano i canali dell'acqua. Questo muro, che doveva servire a contenere un terrapieno, fu rimosso nel 1992 dagli archeologi Bernabò Brea e Cavalier, i quali ritrovarono non soltanto la vera sorgente dell'acqua termale – la cui posizione non era perfettamente nota fino a quel momento – ma anche una piscina risalente al I-II secolo d.C., dunque di età romana tardo imperiale. Questa vasca doveva essere, presumibilmente, coperta in origine da una volta a botte, crollata durante il terremoto del 365 d.C. e i cui resti sono in parte ancora visibili nell'angolo nord-est. Il muro di contenimento, a questo punto pressoché inutile, avrebbe dovuto avere carattere di provvisorietà ed essere demolito con la ripresa dei lavori. Tuttavia dagli anni '90 i lavori non sono mai più ripresi e sono dunque interrotti.

7 | Conclusioni

Se nell'ultimo secolo l'utenza ideale degli stabilimenti termali è stata composta da persone della terza età, oggi i luoghi del benessere sono progettati per offrire una gamma di possibilità di cure la più ampia ed eterogenea possibile. Nelle strutture termali più recenti sono disponibili trattamenti che sempre più spesso coniugano la semplice esperienza del bagno nell'acqua termale con i più sofisticati impianti terapeutici grazie a un massiccio impiego di tecnologia.

Per i frequentatori delle terme contemporanei è inoltre centrale la domanda di contatto con la natura: ci si aspetta di poter trascorrere le giornate in ambienti naturali straordinari.

Nondimeno si registra un rinnovato interesse nei confronti dell'archeologia; in diversi casi di strutture storiche, è possibile riproporre la combinazione terme e museo, dove le terme valorizzano il proprio portato storico, artistico e culturale in un rinnovato dialogo tra fruizione diretta e la tutela del bene. Tra gli esempi più riusciti di dialogo tra i resti archeologici e l'architettura termale contemporanea si ricordano, in particolare, i complessi termali Römische Badruine Badenweiler in Germania, dove dal 2001 è possibile ammirare i reperti delle terme romane del 200 d.C. mentre si vivono le nuove strutture terapeutiche delle Cassiopeia Therme, e quello di Trier, sempre in Germania, progettato da Oswald Mathias Ungers tra il 1989 e il 1996, aperto nel 1998 [Faroldi, Cipullo, Vettori 2007, 57-85]. Se il dibattito disciplinare si è spesso diviso riguardo alla questione se il settore riguardasse più la medicina o il turismo, oggi si può affermare che gli stabilimenti termali che hanno risolto questa dicotomia sono quelli di maggiore successo.

Le terme che risultano ancora oggi attive sono quelle che sono riuscite a rinnovarsi, grazie alla consapevolezza delle potenzialità esistenti, al contributo di diversi attori, al supporto dei privati in sinergia con il pubblico verso un obiettivo comune, vale a dire l'offerta di soluzioni di benessere che vanno incontro ai bisogni della domanda [Faroldi, Cipullo, Vettori 2007, 57-85; De Rossi 2005, 18-19]. Lo stabilimento di San Calogero nasce in un territorio dell'isola Lipari dove la natura conserva ancora una sua forza eccezionale e sorge su un impianto termale antichissimo che risale al XV secolo a.C., con interventi del II secolo d.C. Grazie alla natura e alla cultura le Terme di San Calogero si propongono dunque come un luogo ideale nel quale coniugare l'esercizio degli impianti termali con l'attiva valorizzazione dei beni storici, naturalistici e archeologici.

Sospeso nel tempo, raccoglie l'energia originaria del luogo e rinnova continuamente l'intatto legame tra gli elementi primari. Il pensiero e il gesto architettonico dovrebbero entrare in questo spazio con passi certi e silenziosi, attenti ad ascoltare ciò che il luogo stesso può diventare solo attraverso lo scorrere dell'acqua, il soffiare del vento, il modellarsi della pietra. La condizione unica dell'architettura termale di Lipari consiste nell'essere immersa, contemporaneamente, in un paesaggio primordiale e mitologico – quello dell'arcipelago di Eolo – e in una sospensione temporale assoluta. Partendo

dalla considerazione che l'edificio ottocentesco sia stato privato da tempo dall'uso originario, e che le successive modifiche ne abbiano depotenziato il carattere, l'idea è quella di riportare le funzioni termali allo scopo medico-terapeutico all'interno dell'architettura storica, integrandole con ulteriori strutture per il benessere e il tempo libero più corrispondenti alla sensibilità contemporanea. L'architettura storica andrebbe liberata dalle addizioni e restituita alla sua unicità, nell'originario rapporto insediativo con la morfologia del territorio, recuperando totalmente la funzione a cui era deputata. Potrebbe infine essere presa in considerazione una porzione più ampia di territorio mettendo in relazione le terme con le vicine cave di caolino dismesse, i vigneti e la scogliera e lungo il percorso che conduce dalle cave all'edificio termale, guidare i visitatori a osservare lo straordinario paesaggio mediterraneo eoliano.

Bibliografia

- BERNABÓ BREA, L., CAVALIER, M. (1985). *Le Terme di San Calogero*, in «L'Arcipelago», IX, aprile-maggio, n. 4-5, pp. 4-5.
- BERNABÓ BREA, L., CAVALIER, M. (1990). *La tholos termale di San Calogero nell'isola di Lipari*, Roma, SMEA, pp. 7-78.
- BERNABÓ BREA, L., CAVALIER, M. (2003). *Lipari. Il complesso archeologico delle terme di San Calogero*. Estratto da «Quaderni di Archeologia», n. 4.
- BERRINO, A. (2011). *Storia del turismo in Italia*, Bologna, Il Mulino.
- BERRINO, A. (2014). *Andare per terme*, Bologna, Il Mulino.
- CAMPIS, P. (1694). *Disegno Historico o siano della Nobile e Fidelissima Città di Lipari*, trascrizione edizione e note integrative a cura di G. Iacolino (1980), Lipari, Edizione Bartolino Famularo.
- DE PASQUALE, R. (1995). *Eolie racconto per immagini*, Lipari, Aldo Natoli editore.
- DE ROSSI, A. (2005). *Architettura alpina moderna in Piemonte e Valle d'Aosta*, Torino, Umberto Allemandi & C.
- FAROLDI, E., CIPULLO, F., VETTORI, M. P. (2007). *Terme e architettura: progetti, tecnologie, strategie per una moderna cultura termale*, Santarcangelo di Romagna, Maggioli Editore.
- GENOVESI, F. (1879). *Notizie sulle acque termo-minerali e sulla grotta o stufa di S. Calogero in Lipari*, in «Gazzetta di Messina», 24 aprile 1879, pp. 59-61.
- GENOVESI, F. (1880). *Lipari. Terme di San Calogero*, Messina, Tipografia Ribera.
- GUSTOLISI, V. (2001). *Alla ricerca di Lipari Bizantina*, Lipari, Centro di documentazione e ricerca per la Sicilia antica P. Orsi.
- HOUËL, J. (1778). *Voyage pittoresque des îles de Sicile, de Malte et de Lipari*, traduzione italiana e postfazione di R. Cincotta (1987), Patti, Pungitopo.
- IACOLINO, G. (2001). *Le isole Eolie nel risveglio delle memorie sopite. Dalla rifondazione della communitas eoliana alla battaglia di Lipari del 1339*, Lipari, G. Iacolino Editore.
- LA GRECA, G. (2004). *Le Terme di San Calogero*, Lipari, Giovanni Iacolino Editore.
- MANCUSO, L. (1932). *Isole Eolie. Terme di San Calogero. Illusioni e delusioni*, in «La Sicilia», 12 gennaio 1932.
- NATOLI, A. (1992). *Nuovo notiziario delle Isole Eolie*, anno I, numero 16, p. 11.
- PAINO, P. L. (a cura di) (1982). *S. D'Austria, Le isole Lipari*, vol. 3, Lipari, Edi-Nixe editore.
- RODRIGUEZ, C. (1841). *Breve cenno storico dell'Isola di Lipari*, in «Giornale letterario», n. 227, pp. 9-10.

Sitografia

<http://www.archiviostoricoeoliano.it/wiki/le-terme-di-san-calogero>
<http://www.santiebeati.it/dettaglio/58100>

Le cavità e gli ipogei del borgo dei Vergini a Napoli. Immagini di un paesaggio invisibile

Amanda Piezzo

Museo archeologico nazionale di Napoli

Abstract

La Convenzione europea del paesaggio ha messo in luce la dimensione del paesaggio legata alla percezione che di esso hanno le popolazioni. Il sistema costituito dagli ipogei del borgo dei Vergini a Napoli costituisce un esempio significativo del tema delle relazioni sussistenti tra un paesaggio invisibile e il tessuto sociale autoctono.

Caves and hypogeum of Vergini's village in Naples. Images from an invisible landscape

The European Landscape Convention underlined landscape dimension connected to its population feeling. The system of Neapolitan Vergini's area caves is a meaningful example of connections between an invisible landscape and native social fabric.

Keywords: Paesaggio invisibile, istanza psicologica, borgo dei Vergini.

Invisible landscape, psychological instance, borgo dei Vergini.

Amanda Piezzo è architetto, dottore di ricerca in Conservazione dei beni architettonici e del paesaggio presso l'Università degli Studi di Napoli Federico II; è funzionario del Ministero per i beni e le attività culturali presso il Museo archeologico nazionale di Napoli.

Author: amanda.piezzo@beniculturali.it

Received April 4, 2019; accepted May 28, 2019

1 | Introduzione

Il concetto di paesaggio è stato interessato nel corso del XX secolo da una significativa evoluzione che ne ha messo sempre più in evidenza l'intrinseca duttilità, ovvero la caratteristica di prestarsi a diverse declinazioni e interpretazioni a seconda del punto di osservazione o dell'ambito disciplinare interessato: dalla nozione di paesaggio inteso come bellezza naturale delle leggi di tutela degli anni '30, al paesaggio inteso come ambiente, ovvero come habitat, delle visioni ecologiste degli anni '70, senza tralasciare l'accezione urbanistica del paesaggio visto come territorio, come entità politicamente e morfologicamente definita, da governare e gestire, che ha caratterizzato in particolare gli anni del dopoguerra e la seconda metà del secolo scorso. Il paesaggio è, altresì, una entità polisemica, come emerge

dalla constatazione del pluralismo delle matrici disciplinari storicamente impegnate nella ricerca e nella riflessione sul paesaggio: dalla geografia, alla geologia, alla geomorfologia, alla pedologia, all'ecologia, alle scienze naturali, all'agricoltura, all'economia, alla sociologia, all'antropologia, alla psicologia, alla semiologia, all'estetica, alla storia, alla storia dell'arte, all'architettura, all'urbanistica, all'analisi e alla pianificazione territoriale [Gambino 2002, 54]

e, non ultimo, al restauro, in quanto disciplina volta alla conservazione del patrimonio culturale di cui siamo temporanei, ma quanto mai responsabili detentori. Tuttavia, è stato rilevato come la complessità del concetto di paesaggio si manifesti «ben prima che nella pluralità dei contenuti, nell'insopprimibile apertura dei processi di significazione che riesce ad attivare, nella molteplicità ed imprevedibilità degli approdi semantici», con particolare riferimento alle «esperienze fruibili e alla diversificazione dei sistemi di valori, che possono essere efficacemente esplorati nei diversi ambiti disciplinari, a partire da diverse matrici teoriche e da diversi punti di vista» [Gambino 2002, 64-65].

Basti pensare all'evoluzione del concetto di paesaggio, che si è arricchito nel corso del secolo appena concluso di significati che ne hanno gradualmente ampliato lo spettro d'interesse. Nel testo della carta costituzionale si fa riferimento al paesaggio inteso quale aspetto peculiare e caratteristico dell'identità nazionale (art. 9 della Costituzione, 1948), associando alla sua dimensione fisica aspetti di natura sociologica e antropologica.

È interessante evidenziare che una recente sentenza della Corte Costituzionale ha sottolineato come l'articolo 9 della Costituzione abbia espresso un principio di tutela del paesaggio senza alcuna specificazione, rilevando come lo stesso aspetto del territorio, per i contenuti ambientali e culturali in esso presenti, di per sé costituisca un valore costituzionale (sentenza Corte Costituzionale n. 367/2007).

Con la Carta di Venezia del 1964 il concetto di monumento viene esteso anche all'ambiente urbano e paesistico, testimonianza di civiltà, di un'evoluzione significativa, di un fatto storico, ponendo in rilievo le connessioni tra i valori attribuiti al paesaggio e le vicende storico-culturali a esso associate. Appare evidente che da una nozione a carattere preminentemente estetico si stava gradualmente passando ad un concetto molto più ampio e democratico di paesaggio quale espressione della società, in termini soprattutto di accumulatore di memorie storiche.

Gli studi condotti in particolare a partire dagli anni '70 tra gli altri da Roberto Pane, hanno evidenziato il valore della dimensione percettiva nella definizione del patrimonio paesaggistico, mettendo in luce, accanto alle istanze più pregnanti nell'ambito disciplinare del restauro, quella estetica e quella storica, il valore di quella che lo stesso Pane ha definito istanza psicologica, connessa alle interrelazioni tra l'individuo e il suo ambiente fisico. La necessità della conservazione dell'ambiente, costruito e naturale, nella sua interezza in quanto portatore di valori legati alla memoria collettiva, manifesta un evidente cambio di prospettiva dal punto di vista estetico a quello etico. Lo stesso concetto di «esperienza estetica» viene ricondotta da Pane a «normale attributo della nostra esistenza quotidiana» e «il pubblico patrimonio di arte e natura ... non deve essere considerato come oggetto di una contemplazione marginale e saltuaria, poiché impegna la nostra vita interiore, nei suoi rapporti con il mondo della fantasia e della stratificazione storica, ed è quindi retaggio insostituibile della nostra memoria» [Pane 1987, 384-385].

Tale cambio di prospettiva trova riscontro nella graduale tendenza, latente e trasversale ai diversi ambiti disciplinari, sviluppatasi nel corso del XX secolo, a spostare l'asse di interesse dall'oggetto riguardato al soggetto riguardante, per cui gli aspetti percettivi e comunque legati ai fruitori assumono una rilevanza prima inedita.

2 | Il paesaggio tra realtà e percezione

A supporto della pregnanza della speculazione intorno a tali temi, appare significativo sottolineare come essa sia stata di fatto recepita nel testo della Convenzione europea del paesaggio, firmata a Firenze il 20 ottobre 2000 e ratificata in leggi nella maggior parte degli Stati aderenti alla convenzione stessa – in Italia con legge 9 gennaio 2006, n. 14 –, laddove all'art. 1 il paesaggio è definito come «una determinata parte di territorio, così come è percepita dalle popolazioni, il cui carattere deriva dall'azione di fattori naturali e/o umani e dalle loro interrelazioni».

Tale definizione è stata acquisita anche dal vigente Codice dei beni culturali e del paesaggio – decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 42, art. 131 –, che rimanda esplicitamente alla Convenzione (art. 132) e che pone l'accento sulla percezione del paesaggio quale elemento connotante la definizione stessa, andando oltre il concetto di realtà fisicamente individuata. «La percezione o esperienza che si fa del paesaggio non è un momento accessorio e successivo alla sua esistenza,

ma è fondativo dello stesso», da cui «l'idea che il paesaggio sia relazionale, sia perché frutto di una relazione tra natura e cultura ... sia perché esso emerge appunto sotto uno sguardo intenzionale» [Sassatelli 2007, 58].

Se ne deduce che «al fine di avere un paesaggio occorre che all'elemento fisico, ovvero una collocazione spaziale e un sostrato materiale, si combini un'interpretazione di quel luogo e territorio in quanto paesaggio», laddove «la percezione non è arbitraria e solipsistica ... ma emerge da interpretazioni condivise all'interno di determinate 'unità culturali e sociali» [Sassatelli 2007, 60-61]. Ne deriva un «approccio esperienziale», che rimanda, a sua volta, ad un'idea di «paesaggio come spazio dell'identità» [Gambino 2002, 66], senza nulla togliere all'esperienza estetica, laddove è stato rilevato che «i valori estetici che noi riconosciamo oggi ai territori – che divengono in tal modo paesaggi – sono strettamente legati alla possibilità di leggere e contemplare in essi la complessità della storia del mondo, costruita dagli uomini insieme alla natura» [Scazzosi 2002, 218]. Ancora nella Convenzione si individua il paesaggio come «componente essenziale del contesto di vita delle popolazioni, espressione della diversità del loro comune patrimonio culturale e naturale e fondamento della loro identità» (art .5), coinvolgendo pertanto «sia i paesaggi che possono essere considerati eccezionali, che i paesaggi della vita quotidiana e i paesaggi degradati» (art. 2), secondo un'accezione per la quale tutti i luoghi, indipendentemente dalle caratteristiche morfologiche, estetiche, storiche, sono il risultato diretto o indiretto dell'azione congiunta dell'uomo e della natura e pertanto portatori di valori.

Appare evidente come la percezione del paesaggio quasi sia prevalente sul paesaggio stesso, che assume, oltre la propria connotazione fisica e materiale, il ruolo di entità emotivo-relazionale. È stato rilevato che

ogni luogo, anche fortemente naturale (come una vetta montana) è comunque anche percezione culturale di esso... il paesaggio è oggetto fisico costruito dalle popolazioni e anche sua percezione culturale; coinvolge tutto lo spazio ed è trasformato continuamente e inevitabilmente dall'azione di tutti gli attori che con esso hanno un rapporto [Scazzosi 2017, 142].

In sostanza a valle delle speculazioni sul tema intercorse nell'arco del Novecento, la contemporanea nozione di paesaggio appare superare di gran lunga il concetto di veduta o di skyline, essendo, probabilmente, più prossima a sfere sensoriali più intime e profonde. Il paesaggio ci appare più come ciò che si sente che come ciò che si vede e, contestualmente, l'oggetto della tutela assume, pertanto, la dimensione dell'immateriale.

Nell'ambito di tali riflessioni appare significativo ricordare il concetto di città invisibile, magistralmente analizzato in forma letteraria da Italo Calvino [Calvino 1972], nonché, nell'ambito disciplinare della psicologia analitica, da Marcello Pignatelli [Pignatelli 1978], in quanto particolarmente esegetico della «connessione tra l'elemento materiale ... e quelli di natura immateriale» [Marino 2010], e pertanto trasponibile anche alla dimensione del paesaggio.

In tal senso può essere considerato un paesaggio invisibile quello del sottosuolo della città di Napoli, ovvero

la Napoli della quarta dimensione, quella dei nativi, che anche senza rendersene pienamente conto percepiscono che questo nostro ambiente urbano, oltre che da altezze, larghezze, lunghezze, è costituito anche di vuoti, di immense profondità legate strettamente alla superficie, perché hanno per duemila anni fornito due elementi essenziali per assicurare la sopravvivenza: l'acqua e le pietre [Puntillo 2018, 7].

Fig. 1: A. Lafrery, Napoli, 1566. Particolare in cui è evidente l'impianto a doppia Y del borgo dei Vergini [Buccaro 1991].



La Napoli sotterranea si configura come realtà fisicamente quasi intangibile, in quanto generalmente esclusa dalla vista e dalla frequentazione quotidiana, ma di fatto percepita e interpretata dalla popolazione come culturalmente presente. Un paesaggio ombra, una città parallela, che viene percepita come valore in modo diffuso tra tutti gli strati della popolazione – analogamente a quanto Alois Riegl riteneva avvenisse per il valore dell’antico – che in essa, probabilmente, riconosce la propria matrice genetica,

perché è solo laggiù, nelle sterminate gallerie scavate per migliaia di anni che si può riconoscere l’eco ancestrale della città, l’arcaica e magica vibrazione che proviene dai vulcani che l’hanno creata... perché ... laggiù... la città si è creata e alimentata con la propria essenza, con quelle pietre morbide e spigolose [Piedimonte 2008, 9].

In effetti è proprio dal sottosuolo che la città ha avuto materialmente origine, da quelle rocce, frutto delle esplosioni vulcaniche, che, secondo una dinamica di circolarità, dalle viscere della terra sono violentemente emerse in superficie per poi ritornare, lentamente, nuovamente nelle profondità del sottosuolo, dando origine a un materiale le cui caratteristiche fisiche e meccaniche sono tali da renderne relativamente facile l’estrazione e la lavorabilità [Di Stefano 1959], sicché da esso la città ha iniziato a costruirsi, secondo un legame simbiotico tra sotto e sopra, tra rocce cavate e architettura edificata. La città è cresciuta in superficie,

ma, man a mano che si è approfondita, a somiglianza delle sue stesse viscere, ne ha assunto la materia ‘resistente’, la consistenza ‘morbida e spugnosa’, il colore ‘giallo e rosso’, la forma dello spazio ‘complesso’. [...] La Napoli di sotto... è nata con la città e con essa si è sviluppata [Liccardo 2004, 7-8].

Appare evidente che l’iterazione tra fattori naturali e umani, cui si fa riferimento nelle più recenti definizioni di paesaggio, ha di fatto determinato due realtà speculari: la città visibile e la città invisibile, l’una negativo/positivo dell’altra, la prima fatta per via di mettere l’altra per via di levare. «Ogni palazzo, costruito fino al 1885, aveva nel sottosuolo dal quale era stato estratto il tufo per la costruzione» [Esposito 2009, 16]. L’azione dell’uomo che per migliaia di anni ha cavato il sottosuolo «per estrarre pietre o costruire piscine e acquedotti, per tracciare gallerie viarie e militari o interrate tombe e sacrari» [Liccardo 2004, 7], ha generato un vero e proprio paesaggio sotterraneo, costituito da «una estensione di vuoti e cavità che ammontano a circa un milione di metri quadrati di superficie» [Lapegna 1991, 32]. Una realtà diffusa su quasi tutto il territorio cittadino che assume significati diversi a seconda delle ragioni che ne hanno determinato la realizzazione: per cavare materiale da costruzione, per realizzare acquedotti e cisterne, per creare vie di comunicazione, per seppellire i morti.

3 | Brevi cenni sul borgo dei Vergini: origine, natura, evoluzione

Tra le varie tipologie di spazi sotterranei, quelli destinati ad uso cimiteriale, proprio in virtù dei significati intrinseci connessi alla specifica funzione, assumono connotazioni singolari. Essi si configurano come spazi della memoria [Felicoro 2005], in cui la sottile dicotomia di contrasti – sotto/sopra, luce/oscurità, vita/morte – svolge un ruolo determinante nell’interpretazione e nella percezione degli stessi. Nel contesto partenopeo risulta particolarmente significativo il caso del borgo dei Vergini, ovvero

l'ambito urbano che, cinto dalle colline di Miradois, di Capodimonte, dello Scudillo, della Stella e di Materdei, si sviluppa su un fondo valle naturale, con aree pianeggianti corrispondenti alla valle dei Vergini, della Sanità e delle Fontanelle, con declivi più accentuati nelle propaggini settentrionali dei Cristallini, di Pirozzoli e di S. Gennaro dei Poveri: il tessuto 'incuneato' tra i forti salti di quota, risulta a sua volta dotato di una movimentata orografia [Buccaro 1991, 48].

Le vicende relative a tale parte di città sono legate alle specifiche condizioni geomorfologiche, cui corrisponde un'intrinseca complessità dei luoghi, alla quale, nel corso dei secoli, si sono accompagnate vicende altrettanto intricate e complesse. È stato infatti rilevato come

l'antichissimo borgo dei Vergini, nel bene e nel male, deve molto alla sua dislocazione a la sua orografia. Dalle colline oggi chiamate Colli Aminei partivano quattro impluvi ... che confluivano attraverso una amena e verde conca, il borgo dei Vergini, nel largo delle Pigne, oggi piazza Cavour. Le acque meteoriche che scorrevano impetuose negli impluvi, erodendo, mettevano a nudo il tufo creando dei valloni. La manifestazione torrenziale che si ripeteva spesso con le forti piogge, fu chiamata lava dei Vergini

e «per millenni ha eroso i valloni dello Scudillo, dei Cristallini, delle Fontanelle e della Sanità creando condizioni ottimali per l'estrazione del tufo», infatti, «proprio perché lungo questi valloni il tufo era a vista, i primi coloni greci scavarono in essi una miriade di ipogei di mirabile bellezza», che «sono giunti fino a noi proprio perché invasi e protetti per secoli dai depositi della lava dei Vergini» [Esposito 2007, 15-16].

I suddetti fenomeni erosivi erano agevolati dalla natura del sottosuolo, costituito nella parte più superficiale prevalentemente da prodotti piroclastici sciolti e, più in profondità, da un notevole strato di pozzolana e tufo giallo napoletano [Di Stefano 1966; Enrico, Scherillo 1967; Melisurgo 1997; Liccardo 1991; Liccardo 2004]. Lungo le sponde degli antichi impluvi naturali che definiscono la struttura geomorfologica del borgo, caratterizzata da un impianto a doppia Y corrispondente alle attuali via Vergini, via Arena alla Sanità, via Sanità e via Cristallini, a partire dal XVII secolo furono costruiti molti degli edifici che ancora oggi definiscono le cortine edilizie dei principali assi viari.

Le particolari caratteristiche geomorfologiche e l'ubicazione extra moenia hanno fatto sì che l'area corrispondente al borgo dei Vergini e alla Sanità fosse destinata sin dall'epoca greca a luogo di sepoltura. È infatti accertata la presenza in questi luoghi di vasti nuclei cimiteriali, in particolare «le due fratrie degli Eumelidi e degli Eunostidi ... avevano i propri sepolcreti rispettivamente nella valle della Sanità (fino al luogo della futura basilica di San Gennaro) ed in quella dei Vergini» [Buccaro 1991, 58; Romanelli 1815].

Con il diffondersi del cristianesimo, l'area fu utilizzata anche dai cristiani come luogo di sepoltura e di culto. Fu infatti proprio in questa zona che sorsero i complessi catacombali della città, quali le catacombe di san Gennaro, di san Gaudioso, di san Severo, di san Vito, poi santa Maria della Vita, e di san Vittore [Galante 1873, 306], fulcri della successiva graduale urbanizzazione del borgo. Lo stesso toponimo di Sanità pare abbia origine proprio da motivi di natura religiosa, essendo legato ai miracoli e alla guarigioni attribuite, secondo la tradizione cristiana, al culto di san Gennaro.

Coinvolto a pieno titolo nell'espansione edilizia che la città ha vissuto a partire dalla seconda metà del XVI secolo fino ai primi decenni del XVIII, caratterizzata dall'edificazione al di fuori del perimetro urbano, in corrispondenza delle porte e lungo le strade di accesso alla città, il

Fig. 2: Ipogeo greco in via Cristallini [Clemente 2009, 23].



borgo dei Vergini è stato per secoli la naturale via di accesso alla collina di Capodimonte, sebbene, visti i forti salti di quota e le pendenze presenti, piuttosto impervia. Le sorti dell'area sono radicalmente mutate a partire dai primi decenni del XIX secolo, allorquando, con la dominazione francese, accanto a una politica fortemente anticlericale, che volle la soppressione di molte delle istituzioni religiose presenti in città, tra cui quella del convento domenicano di santa Maria della Sanità, all'epoca cuore pulsante del borgo, fu realizzato, tra gli altri, l'intervento per il prolungamento di via Toledo fino all'altura di Capodimonte, con la costruzione di un ponte che, scavalcando la valle dei Vergini, da un lato consentiva un accesso certamente più comodo alla collina retrostante, ma dall'altro, isolava completamente il borgo. Ad accentuare ulteriormente la già difficile e complessa realtà urbanistica del borgo dei Vergini, ha notevolmente contribuito la speculazione edilizia della seconda metà del Novecento, che ha totalmente trasformato l'aspetto e sconvolto la stratigrafia naturale dell'area: l'edilizia tipicamente speculativa ha alterato la percezione dei luoghi, riducendo quel susseguirsi di valli e colline a un unico agglomerato urbano senza soluzione di continuità. Il paesaggio urbano nel corso dei secoli è radicalmente cambiato. Tuttavia, questi luoghi esterni alla cinta muraria, caratterizzati da una orografia tormentata, minacciati periodicamente dal fenomeno delle lave, in cui l'uomo si è incuneato e addentrato in profondità scavandone la materia, sono andati gradualmente a caricarsi di significati che, nonostante le radicali mutazioni intervenute nel corso dei secoli, persistono ancora oggi. La presenza di cavità sotterranee, per quanto di diversa natura e condizione – dagli ipogei greci all'acquedot-

Fig. 3: Veduta delle catacombe di San Gennaro in un'incisione su rame della serie del Saint- Non, 1782 circa.



to augusteo, dalle cave di tufo al cimitero delle Fontanelle – hanno in un certo qual modo fatto sì che la città, a dispetto dei cambiamenti avvenuti in superficie, mantenesse sempre vivo il legame con le proprie origini, quasi come un cordone ombelicale tra il ventre generatore della città e la città generata. Se poi si considera che la maggior parte delle cavità e degli ipogei hanno natura cimiteriale e che su di essi sono sorti i principali complessi religiosi del borgo, a partire dai quali, a sua volta, il borgo stesso si è sviluppato, ci si rende conto che il legame con le origini si arricchisce di significati singolari. Si tratta tra l'altro di spazi che hanno vissuto nei secoli una vera e propria simbiosi con la città, che sono stati partecipi delle esperienze più nefaste – dalle lotte iconoclaste alle epidemie di peste che in più occasioni hanno afflitto decimato la popolazione, senza trascurare l'uso come rifugio antiaereo durante l'ultima guerra mondiale – ma a partire dai quali, allo stesso tempo, sono stati realizzati i più grandi complessi architettonici del borgo.

Le catacombe di san Gennaro [Fasola 1975], ad esempio, costituiscono l'antefatto sotterraneo del complesso di San Gennaro dei poveri, che si è sviluppato a partire dalla basilica di San Gennaro extra moenia, esternazione quasi naturale dei vicini sepolcreti. La basilica era caratterizzata dalla presenza di aperture lungo la navata destra e nell'abside, che consentivano non solo l'accesso diretto alle catacombe, ma anche la visione diretta e continua delle stesse. Le catacombe vennero inizialmente utilizzate per lo più come luogo di sepoltura e preghiera [Ambrasi



Fig. 4: Scorcio del cimitero delle Fontanelle (fotografia di A. Piezzo, 2019).

1971, 56] sebbene l'iconografia, in particolare risalente alla fine del Settecento a all'Ottocento, riporta una visione delle catacombe come oggetto di frequentazione, anche di massa, da parte della popolazione.

La catacomba di san Gaudioso, fervido fulcro del culto del santo omonimo ivi sepolto fino alla traslazione delle reliquie presso il monastero di Caponapoli nel IX secolo, dimenticata per secoli, sepolta sotto la lava dei Vergini e riscoperta casualmente nel 1569, fu inglobata, nel secolo XVII, nella chiesa di Santa Maria della Sanità, dove l'altare sopraelevato e la scala a forcipe si configurano come un gigantesco reliquiario posto al di sopra della catacomba. L'ingresso al sepolcreto, posto appunto sotto l'altare seicentesco, costituisce di fatto il centro dell'intera composizione architettonica della chiesa ed è ancora oggi posto alle spalle della mensa ove si celebra la messa: un elemento significativo estremamente forte e presente.

Altro sito carico di significati e suggestioni è certamente quello del cimitero delle Fontanelle, che, sebbene sorto come cava, ha assunto nel tempo una particolare accezione antropologica, legata al culto delle anime anonime. La cava venne utilizzata come ossario a partire dal XVII secolo, quando, dopo un lungo periodo caratterizzato dalla terribile eruzione del Vesuvio del 1631, dall'epidemia di peste e dalla carestia, non essendovi più posto per seppellire l'impressionante quantità di defunti, i cadaveri delle vittime vennero riposti in queste grandi cavità, ancora oggi meta di turisti ma anche/ancora di devoti alle cosiddette 'anime pezzentelle'.

Fig. 5: Scorcio della catacomba di san Gaudioso [<http://catacombedinapoli.it>].



4 | Il borgo dei Vergini: paesaggi invisibili e immaginario collettivo

Il borgo dei Vergini, per il particolare legame con le strutture ipogee ivi presenti, palesa interessanti similitudini con Eusapia, una delle città invisibili di Italo Calvino, che così la descrive:

non c'è città più di Eusapia propensa a godere la vita e sfuggire gli affanni. E perché il salto dalla vita alla morte sia meno brusco, gli abitanti hanno costruito una copia identica della loro città sottoterra. I cadaveri, seccati in modo che ne resti lo scheletro rivestito di pelle gialla, vengono portati là sotto a continuare le occupazioni di prima [...]. L'incombenza di accompagnare giù i morti e sistamarli al posto voluto è affidata a una confraternita di incappucciati. Nessuno ha accesso all'Eusapia dei morti e tutto quello che si sa di laggiù si sa da loro. [...] Dicono che ogni volta che scendono trovano qualcosa di cambiato nell'Eusapia di sotto: i morti apportano innovazioni alla loro città ... e i vivi, per non essere da meno, tutto quello che gli incappucciati raccontano delle novità dei morti, vogliono farlo anche loro. Così l'Eusapia dei vivi ha preso a copiare la sua copia sotterranea. Dicono che questo non è solo adesso che accade: in realtà sarebbero stati i morti a costruire l'Eusapia di sopra a somiglianza della loro città. Dicono che nelle due città gemelle non ci sia più modo di sapere quali sono i vivi e quali i morti [Calvino 1972, 109-110].

Le figure letterarie utilizzate da Calvino ben rendono il rapporto speculare tra la città di sopra e la città di sotto che sussiste in Eusapia come nel borgo dei Vergini, laddove quest'ultimo si arricchisce di un duplice senso del limite dato da un lato dalla collocazione extra moenia e quindi oltre il confine della città costruita, dall'altro, quale conseguenza della natura geomorfologia e della collocazione stessa, dalla presenza dei sepolcreti.

Il borgo, nonostante oggi si trovi di fatto al centro della città, anche se a essa in parte sottoposto, e nonostante la smisurata e caotica crescita edilizia che ha subito, conserva quel connaturato

carattere di alterità. La presenza del ponte, che ha escluso l'area dal circuito vitale della città, riducendola a paradossale esempio di periferia al centro di una metropoli, soprattutto per quanto concerne le dinamiche sociali che nel tempo in essa si sono innescate, ha sicuramente contribuito ad accentuare una condizione di marginalità, ma tale fenomeno va ricondotto nell'alveo temporale degli ultimi due secoli, mentre la presenza diffusa sul territorio di siti cimiteriali costituisce l'elemento probabilmente più pregnante dell'identità del borgo fin dalle sue origini. Gli ipogei funerari, le catacombe, il grande ossario delle Fontanelle, si configurano come luoghi della memoria, in cui

prende corpo una particolare elaborazione della liminalità: in questa zona di confine risiedono coloro che non appartengono più alla vita, di cui vediamo e tocchiamo i resti, ma che non sono considerati del tutto 'morti', in quanto posizionati in una zona di passaggio ...[che] diventa il luogo dell'attesa e della speranza, un luogo molto simile alla vita, [laddove l'idea di morte non è] sentita come momento esclusivo e conclusivo, ma vissuta come uno dei passaggi di una processualità più ampia e articolata [De Matteis 1993, 39].

Il rapporto fisicamente speculare tra la città di sopra e quella di sotto si traduce nel rapporto metafisicamente speculare tra la vita e la morte e questa corrispondenza tra fattori ambientali e fattori antropici costituisce un carattere identitario forte del borgo, che persiste ancora oggi e di cui i culti religiosi sono la manifestazione più evidente. È il caso del culto per san Gennaro, le cui spoglie sono state custodite per secoli nelle omonime catacombe, senza tralasciare quello per san Vincenzo, talmente radicato nella memoria collettiva che la chiesa di Santa Maria della Sanità, cuore di quello che fu il grandioso complesso conventuale domenicano, che accoglie, oltre che la catacomba di san Gaudioso, anche la statua del santo oggetto di particolare devozione dei fedeli, è da tutti meglio conosciuta come chiesa di san Vincenzo alla Sanità. Ma particolarmente significativo dal punto di vista antropologico appare essere il cosiddetto culto delle anime anonime, di cui il cimitero delle Fontanelle è uno dei siti d'eccellenza. Si tratta di un culto che si rivolge ad anime sconosciute, neglette, presumibilmente povere, al punto da non potersi permettere una sepoltura più dignitosa di un ossario comune, che sono quindi in una condizione di marginalità rispetto ai santi riconosciuti dalla Chiesa, ma che allo stesso tempo, nel loro essere comuni, sono più prossime alla condizione umana. Tale tipo di

devozione stabilisce un legame con quel qualcosa di ignoto e di indefinito che la comunità delle anime purganti rappresenta [...] le vite anonime di queste vittime della storia e della natura vengono così a rappresentare materialmente l'aspetto insondabile dell'esistenza umana e il rapporto con esse concilia, avvicinandolo, l'attore del culto all'ignoto [De Matteis 1993, 40].

Si tratta di veri e propri fenomeni antropologici che palesano un immaginario culturale in cui si costruisce un'importante convergenza tra le anime e i fedeli, entrambi costretti a una condizione di passaggio e provvisorietà, convergenza che raggiunge il massimo dell'intensità proprio nelle cavità del sottosuolo. È stato infatti rilevato che in tali luoghi

veri e propri santuari della memoria collettiva, si produce, nelle immagini della morte, o meglio del rapporto tra vivi e morti, una sorta di traduzione reciproca del tempo in spazio, con la morte a fare da operatore simbolico. In queste regioni ipogee del corpo urbano l'immaginario popolare trama, infatti, una fitta rete culturale che cattura frammenti appartenenti a strati successivi del tempo connettendoli in

un disegno mitico, leggendario, rituale, che dà senso alle permanenze, alle tracce mnestiche altrimenti inafferrabili e perturbanti. Il sotterraneo, ciò che sta sotto spazialmente (anti) prende a significare e a designare ciò che viene prima (ante). In questa topica i morti diventano simboli del passato e custodi ancestrali del tempo. Il memento diviene il canone della storia, di un filo temporale che risale senza strappi fino all'origine, vera e propria fondazione, che la terra rileva, periodicamente, lasciandola affiorare, come una sorta di aletheia [Niola 1993, 90].

Tale interessante lettura antropologica induce a riflettere su come il borgo dei Vergini, nonostante le profonde mutazioni fisiche subite nel tempo e tali da alterarne completamente la dimensione percettiva in termini di paesaggio urbano, sepolto dal ponte prima e dalla speculazione edilizia dopo, nonostante oggi sia quanto meno difficile individuare gli antichi punti di riferimento orografici e territoriali, come il poggetto dei Ruffo o la vetta dei Pirozzoli, nonostante passi alle cronache più per eventi delittuosi che per lo straordinario patrimonio culturale in senso lato di cui è detentore, nonostante il fenomeno della globalizzazione che investe anche una realtà sociale radicata come quella partenopea, fin nelle sue pieghe più nascoste e reiette, conserva ancora, in forme e modi diversi, i suoi caratteri identitari più forti, quelli legati alle sue origini, al suo *genius loci* [Panza 2017].

5 | Conclusioni

L'esempio riportato del borgo dei Vergini trova chiara corrispondenza con la speculazione avutasi intorno al tema del paesaggio nel secolo appena trascorso, con particolare riferimento all'istanza psicologica e alle relative ricadute in termini di conservazione del paesaggio. Tali apporti in ambito teorico sono confluiti, come si è detto, nel testo della Convenzione europea del paesaggio, a sua volta recepita in forma di testo legislativo tra gli Stati aderenti alla stessa, tra cui, appunto l'Italia, che ha posto l'accento sugli aspetti legati alla percezione del paesaggio. Nel caso esaminato appare evidente che, in termini di conservazione di valori, la dimensione della percezione sembra addirittura essere preponderante su quella del paesaggio e non ha nulla a che vedere con la contemplazione o il vedutismo, ma è costituita in buona parte da elementi emotivo-relazionali che persistono da circa duemila anni. A tal punto appare tangibile che l'oggetto della tutela non è prettamente il paesaggio, ma il patrimonio culturale immateriale costituito dalle relazioni che con esso ha intessuto la popolazione. La Convenzione per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale del 2003 a Parigi ha fornito chiare indicazioni in tal senso, suggerendo, come strategia finalizzata alla tutela di tale patrimonio, la

salvaguardia, ovvero... le misure volte a garantire la vitalità del patrimonio culturale immateriale, ivi compresa l'identificazione, la documentazione, la ricerca, la preservazione, la protezione, la promozione, la valorizzazione, la trasmissione, in particolare attraverso un'educazione formale e informale, come pure il ravvivamento dei vari aspetti di tale patrimonio culturale [Convenzione per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale (Parigi, 2003), articolo 2].

Bibliografia

- AMBRASI, D. (1971). *Il cristianesimo e la chiesa napoletana dei primi secoli*, in «Storia di Napoli», Napoli, Società editrice Storia di Napoli, vol. I, pp. 50-72.
- BELLINI, A. (1997). *Dal restauro alla conservazione: dall'estetica all'etica*, in «ANAGKH», n. 19, pp. 17-21.
- BUCCARO, A. (1991). *La genesi e lo sviluppo del borgo. Questioni di storia urbana e metodologia di ricerca*, in *Il borgo dei Vergini. Storia e struttura di un ambito urbano*, a cura di A. Buccaro, Napoli, CUEN, pp. 43-92.
- CALVINO, I. (1972). *Le città invisibili*, Torino, Einaudi.
- DE MATTEIS, S., NIOLA, M. (1993). *Antropologia delle anime in pena*, Lecce, Argo.
- DI STEFANO, R. (1959). *Le cave di tufo nel napoletano*, in «Rassegna Tecnica», a. XII.
- DI STEFANO, R. (1966). *Indagine sul sottosuolo napoletano: contributo alla divulgazione del problema nei suoi aspetti urbanistici ed edilizi, 1961-1963*, Napoli, Arte Tipografica.
- ENRICO, F., SCHERILLO, A. (1967). *Introduzione alla carta stratigrafica del suolo di Napoli*, in «Atti dell'Accademia Pontiana», n. s., XVI, pp. 1-15.
- ESPOSITO, C. (2007). *Il cimitero delle Fontanelle*, Napoli, Oxiana Edizioni.
- ESPOSITO, C. (2009). *Gli ipogei greci della Sanità*, Napoli, Oxiana Edizioni.
- FASOLA, U.M. (1975). *Le catacombe di San Gennaro a Capodimonte*, Roma, Editalia.
- FELICORO, M. (2005). *Gli spazi della memoria. Cimiteri monumentali europei*, Roma, Luca Sassella.
- GALANTE, G.A. (1873). *Guida sacra della città di Napoli*, Napoli.
- GAMBINO, R. (2002). *Maniere di intendere il paesaggio*, in *Interpretazioni di paesaggio. Convenzione europea e innovazioni*, a cura di A. Clementi, Roma, Meltemi, pp. 54-72.
- LAPEGNA, U. (1991). *Origine dei disegni di alcune cavità napoletane: la zona dei Vergini*, in *Il borgo dei Vergini: storia e struttura di un ambito urbano*, a cura di A. Buccaro, Napoli, CUEN, pp. 31-34.
- LICCARDO, G. (1991). *Le presenze archeologiche: dai complessi ellenistici a quelli altomedievali*, in *Il borgo dei Vergini: storia e struttura di un ambito urbano*, a cura di A. Buccaro, Napoli, CUEN, pp. 93-102.
- LICCARDO, G. (2004). *Napoli sotterranea. Storia, arte, leggende, curiosità*, Roma, Newton & Compton Editori.
- MARINO, B.G. (2010). *Luoghi esterni, immagini interne: attualità del percorso della conservazione dell'architettura in Roberto Pane*, in *Roberto Pane tra storia e restauro: architettura, città, paesaggio*, a cura di S. Casiello, A. Pane, V. Russo, Venezia, Marsilio, pp. 149-153.
- MELISURGO, G. (1997). *Napoli sotterranea*, Napoli, E.S.I.
- PANE, R. (1987). *Urbanistica, architettura e restauro nell'attuale istanza psicologica*, in *Attualità e dialettica del restauro*, a cura di M. Civita, Chieti, Solfanelli, pp. 383-393.
- PANZA, P. (2017). *Luogo/genius loci*, in *Cento voci per il restauro*, a cura di C. Dezzi Bardeschi, Milano, Altralinea, pp. 108-110.
- PIGNATELLI, M. (1978). *La città invisibile*, in *Per una simbolica dell'ambiente*, a cura di M. Pignatelli, «Rivista di psicologia analitica», vol. 18, pp. 13-25.
- PUNTILLO, E. (2018). *La Napoli di Clemente*, introduzione in C. Esposito, *Il sottosuolo di Napoli: acquedotti e cavità in duemila anni di scavi*, Napoli, intra Moenia, pp. 7-10.
- ROMANELLI, D. (1815). *Napoli antica e moderna*, Napoli.
- SASSATELLI, M. (2007). *La convenzione europea del paesaggio: paesaggi quotidiani e identità europea*, in *Le istituzioni del federalismo*, supplemento 2, pp. 53-70.
- SCAZZOSI, L. (2002). *Valutare i paesaggi*, in *Interpretazioni di paesaggio. Convenzione europea e innovazioni*, a cura di A. Clementi, Roma, Meltemi, pp. 217-241.
- SCAZZOSI, L. (2017). *Paesaggio (culturale)*, in *Cento voci per il restauro*, a cura di C. Dezzi Bardeschi, Milano, Altralinea, pp. 141-144.

Rappresentazioni di territori in *popular cartography* in Italia tra gli anni '30 e '50 e l'intervento pubblico nel turismo

Annunziata Berrino Università degli Studi di Napoli Federico II - Dipartimento di Studi Umanistici
Marco Petrella Università degli Studi del Molise - Dipartimento di Bioscienze e Territorio

Abstract

Il saggio analizza alcune rappresentazioni cartografiche prodotte in Italia a partire dalla metà degli anni '30 e mostra come il governo fascista, nell'ambito dell'intervento nel turismo, utilizzò un linguaggio figurato ed elementare che ben rispondeva alle proprie finalità politiche di ampliare il consenso, sostenendo un'ampia partecipazione popolare a forme di turismo sociale. L'analisi delle carte dimostra però che la stessa metodologia di comunicazione fu adottata dalla dittatura anche per veicolare altri messaggi, come ad esempio la valorizzazione di produzioni tipiche di alcune regioni, il ruolo di certe province negli scambi commerciali internazionali, eccetera. La documentazione analizza infine come l'Italia democratica del dopoguerra ereditò questo patrimonio iconografico.

Representations of territories in *popular cartography* in Italy in the 30s and 50s and public intervention in tourism

The essay analyses a corpus of maps produced in Italy since the mid 1930s and shows how the fascist government, in the context of its intervention in tourism, used a figurative and elementary language that well responded to its political aims of broadening consensus by supporting a wide popular participation in forms of social tourism. However, the map analysis shows that the same method of communication was adopted by the dictatorship also to convey other messages for example the enhancement of typical products of some regions, the role of certain provinces in international trade, etc. Finally, the documentation analyses how post-war democratic Italy inherited this iconographic heritage.

Keywords: Cartografia figurata, storia del Novecento, storia del turismo.
Pictorial mapping, twentieth century history, history of tourism.

Annunziata Berrino è professore di Storia contemporanea. Il suo principale, ma non esclusivo, campo di ricerca è la storia del turismo nell'area euro-mediterranea. Tra i suoi libri: *Storia del turismo in Italia* (Il Mulino, 2011); *I trulli di Alberobello. Un secolo di tutela e di turismo* (Il Mulino, 2012); *Andare per terme* (Il Mulino, 2014).

Marco Petrella è ricercatore di Geografia. I suoi interessi di ricerca investono principalmente l'ambito della storia della cartografia, della geografia culturale e della geografia del turismo. Ha scritto saggi e monografie sulla cartografia francese tra età moderna e contemporanea, oltre che sulla cultura alimentare e sul turismo nelle aree interne.

Authors: annunziata.berrino@unina.it, marco.petrella@unimol.it

Received May 1, 2019; accepted May 30, 2019

1 | Introduzione

Con l'espressione *popular cartography* si indica, almeno a partire dai primi anni del XXI secolo, quell'insieme di rappresentazioni territoriali non riconducibile alla produzione dei cartografi di professione. Si tratta di una modalità di espressione cartografica elaborata in contesti non scientifici che, sebbene di antica origine, entra prepotentemente nella cultura di massa nel corso del Novecento, apportando una trasformazione dei meccanismi comunicativi tradizionali. L'espressione nasce nella letteratura geografica statunitense per riferirsi in particolare all'enorme mole di carte presenti in giornali, opuscoli, pieghevoli destinati a un utilizzo profondamente diversificato: dalla propaganda politica al marketing, al turismo. Contaminata dai linguaggi visuali dell'arte, la *popular cartography* è stata spesso ritenuta una produzione non convenzionale e secondaria, in quanto realizzata da artisti ignari di tecniche di resa cartografica, di convenzioni simboliche, di proiezioni. La scarsa considerazione che ha avuto nel passato è probabilmente il riflesso di un persistente attaccamento da parte degli studiosi di carte geografiche a una scientificità ritenuta a lungo l'unico parametro valutativo per questo tipo di mappe: seppure ascrivibili a un genere cartografico a tutti gli effetti, esse sono state considerate dominio dell'arte più che della cartografia [Cosgrove 2005].

Un cambiamento di atteggiamento si registra negli ultimi anni. L'*International Cartographic Union*, ICA, nel 2003 ha coniato una definizione di carta geografica basata sul carattere simbolico della

rappresentazione, sull'importanza delle scelte del cartografo e dello sforzo creativo di chi la realizza [ICA 2003]. Il ruolo nella società, la capacità di fascinazione del linguaggio cartografico, la comunicazione per un vasto pubblico sono questioni al centro del dibattito cartografico contemporaneo [Kraak & Fabrikant 2017].

Gli studi sulle cartografie diffuse attraverso manifesti, brochure e stampa grigia negli ultimi anni hanno costituito un importante filone di indagine nell'ambito delle rappresentazioni cartografiche all'interno dei quotidiani [Monmonier 1999 tra gli altri], della propaganda pubblica [Monmonier 1991; Crampton 2001; Boria 2007; Pickles 2011], anche con specifici riferimenti a contesti e periodi storici specifici dei totalitarismi in Europa [Kosonen 2008] e in Italia [Company i Mateo 2015] e a sottogeneri specifici come le carte satiriche [Balzani, Gavelli 2000; Boria 2012].

In particolare, l'analisi delle *popular cartographies* ha trovato uno sviluppo assai marcato nell'ambito degli studi sul turismo. A tale proposito è significativo che il volume relativo al XX secolo dell'*History of Cartography*, il più importante progetto enciclopedico dedicato alla storia cartografica, contenga la voce *Travel, Tourism and Place Marketing* [Akerman 2015].

Sebbene il rapporto tra turismo e cartografia abbia un'origine antica, è solo nel corso del Novecento che si registra nel settore un'enorme produzione e diffusione di carte. Questo fenomeno è generalmente spiegato come conseguenza, in particolare, delle profonde trasformazioni che investono il settore dei trasporti: diffusione dell'automobile, perfezionamento dei diversi mezzi, incremento della quantità dei viaggiatori [Delano Smith 2006]. Le cartografie espressione delle politiche del turismo realizzate tra gli anni '30 e '40 rappresentano dunque una fonte di rilievo per la comprensione delle dinamiche della costruzione dell'immaginario dei territori

2 | La visione dei territori e l'intervento nel turismo in Italia negli anni '30

Fin dalla sua maturazione a metà Ottocento il turismo alimentò una produzione imponente di comunicazione a stampa: guide, brochure, pieghevoli, cartoline, manifesti. Furono soprattutto i privati a sentire l'esigenza di descrivere e raffigurare i propri servizi per promuoverli, ma anche le amministrazioni di quelle località di soggiorno che avevano investito risorse pubbliche nella costruzione di strutture di loisir, come Kurhaus, casse armoniche, chioschi, stabilimenti balneari marini, che andavano naturalmente mostrati per meglio essere pubblicizzati. Oltre ai privati e agli enti pubblici, anche l'industria culturale comprese ben presto il ruolo dell'illustrazione nella formazione dell'immaginario turistico: solo ad esempio ricordiamo l'inserimento di ben 16 incisioni rappresentanti altrettanti stabilimenti di acque minerali - in molti casi raffigurati nei rispettivi contesti paesaggistici o urbani - nella *Guida descrittiva e medica alle acque minerali* firmata dal medico Plinio Schivardi e pubblicata da Brigola di Milano nel 1869 [Schivardi 1869].

A quella produzione già vasta e interessante di rappresentazioni di luoghi e attrazioni turistiche, nel secondo Ottocento si aggiunse l'iconografia prodotta dalle società di trasporto - ferroviarie, di navigazione, automobilistiche - che avvertirono subito la necessità e l'utilità di rappresentare i territori serviti, sia per arricchire l'immaginario delle destinazioni, sia per illustrare visivamente i servizi offerti: treni e battelli a vapore furono rappresentati spesso sulla prospettiva dei territori nei quali operavano. E accanto alle società di trasporto e agli agenti di viaggio ad essi collegati va ricordato il ruolo fondamentale dell'associazionismo turistico nella produzione di rappresentazioni di località, servizi e territori [Akerman 2015].

Tuttavia la natura essenzialmente privata dei soggetti operanti nei primi decenni di storia del turismo in Europa e fino alla grande guerra portò a una produzione di iconografia a scopo promozionale in cui era frequente la raffigurazione delle imprese e dei singoli servizi o al massimo

* Questo lavoro si inserisce nel progetto (HAR2017-82679-C2-1-P) "El turismo durante la Guerra Civil y el primer Franquismo, 1936-1959. Estado y empresas pri-vadas en la recuperación turística de España. Una perspectiva comparada / The tourism during the Civil War and the first Francoism, 1936-1959. State and pri-vate companies in the tourist recovery of Spain. A comparative perspective" - Programa Estatal de Fomento de la Investigación Científica y Técnica de Excelencia del Ministerio dell'economia, industria e competitività, Spagna y Fondos FEDER (UE).

Sebbene il lavoro sia il risultato di una riflessione comune degli autori, che hanno condiviso metodologie e approcci di ricerca, la stesura dei paragrafi 2, 3 e 5 è da attribuirsi ad Annunziata Berrino, la stesura dei paragrafi 1 e 4 a Marco Petrella.

di qualche parte di città o di territorio interessata dagli interventi realizzati a sostegno del loisir [Kawamura 2016].

All'indomani del primo conflitto mondiale i profondi mutamenti che intervennero nel sistema turistico - dovuti ai nuovi assetti geopolitici, alla diffusione di culture inedite e all'introduzione di nuovi modelli di produzione e consumo - ebbero effetti anche nella comunicazione e dunque nella produzione di materiale grafico promozionale. Prima di tutto la crisi generale del dopoguerra e il forte clima di concorrenza tra i Paesi spinse i governi a elaborare forme di intervento anche a sostegno del settore turistico [Kosonen 2008]. Nel caso italiano la storiografia ricorda a questo proposito l'istituzione dell'Enit nel 1919, Ente misto con compiti di promozione turistica, ma in realtà la svolta più significativa si ebbe nel 1931 con l'organizzazione del Commissariato per il turismo e ancor più nel 1936, quando in ogni provincia amministrativa fu istituito un Ente provinciale per il turismo. Fu allora che il governo centrale passò in rassegna risorse e potenzialità dei territori su scala provinciale, non solo al fine di indirizzarli ai progetti politici fascisti, tesi ad ampliare il consenso mediante la partecipazione popolare alla pratica escursionistica, organizzata attraverso le federazioni locali e le organizzazioni dopolavoristiche, ma anche al fine di coinvolgere il Paese intero a reagire alle sanzioni internazionali del 1935. Fu comunque certamente l'elaborazione di una politica statale del turismo che mise in moto un'animazione e un'esigenza di raggiungere spazi sociali più vasti, che, meno attrezzati culturalmente, andavano persuasi mediante una comunicazione più semplice e diretta, che parlasse per immagini, piuttosto che per descrizioni verbali [Berrino 2011].

Accanto dunque alla ridefinizione delle immagini delle attrazioni turistiche del Paese ad opera in particolare dell'Enit e di Ferrovie dello Stato in album e manifesti di grande qualità artistica, grafica e tipografica distribuiti sui mercati esteri, lo Stato fascista e per esso la Direzione generale del turismo collocata presso il Ministero per la cultura popolare intervenne con puntiglio nella produzione iconografica e promozionale turistica di ambito locale, fino a controllarla, a partire da metà anni '30, mediante una vera e propria censura, che imponeva un regime di autorizzazione a pubblicare. L'attenzione alla dimensione provinciale del turismo produsse l'emersione di una ricchezza di tradizioni, di attrazioni e di emergenze culturali che non erano certo sconosciute alla cultura turistica nazionale liberale e borghese elaborata ai primi del Novecento dal Touring club italiano, ma che ora venivano rielaborate e restituite alle comunità mediante forme diverse di patrimonializzazione pubblica, come ad esempio mostre artigiane, cortei in costume, rappresentazioni e fiere.

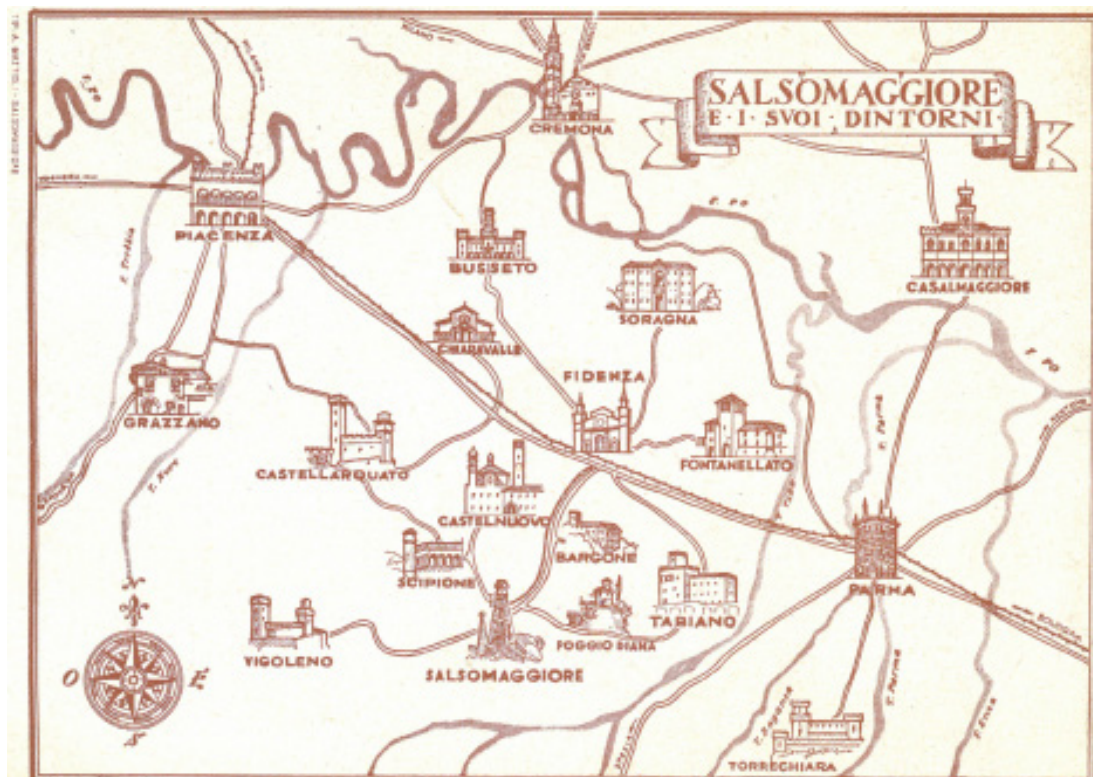
3 | La cartografia figurata durante il fascismo: un modello di rappresentazioni per le politiche di regime

Dagli anni '30 la produzione di carte figurate fu sempre più frequente. Inizialmente vi si ricorse soprattutto per catturare l'attenzione e comunicare in maniera più diretta e chiara specifici progetti politici del regime.

Un esempio graficamente semplice è la carta «Salsomaggiore e i suoi dintorni», databile ai primi anni '30 e prodotta dall'Ufficio propaganda delle regie terme. Si tratta di un foglio piegato in sei che nella parte interna riproduce la pianta della cittadina, mentre sull'altro verso riporta una carta che raffigura le escursioni ai dintorni¹. Il pieghevole è illustrato da una serie di fotografie: le Terme Berzieri, la Palazzina delle Regie terme, il Poggio Diana con la foto della terrazza delle danze e della piscina e l'albergo Edoardo Porro e Giovanni Valentini, edificato dal regime nel 1926 dopo la demanializzazione delle terme e di cui il testo a corredo ricorda che offre pensione

¹ Le carte analizzate in questo articolo provengono dall'Archivio storico di Federterme, Roma, Fondo «Terme e Riviere». Si ringrazia il presidente Costanzo Jannotti Pecci e il direttore Aurelio Crudeli per averne consentito la consultazione e lo studio.

Fig. 1: La carta figurata "Salsomaggiore e i suoi dintorni", tipografia A. Mattioli - Salsomaggiore, sd.



a forfait speciali per impiegati, pensionati dello Stato, ufficiali in servizio e in congedo, maestri, Opera nazionale dopolavoro ed ecclesiastici.

La carta suggerisce dunque le possibili escursioni che possono essere fatte partendo da una delle più importanti località termali dello Stato, verso la quale il regime indirizza una frequentazione italiana e popolare e di categorie protette. Ciascuna escursione è raffigurata con un'emergenza architettonica: Parma con il Battistero di piazza Duomo, Casalmaggiore col suo Palazzo comunale. Tra i riferimenti geografici compaiono solo il fiume Po e i suoi affluenti, mentre per i servizi sul territorio viene rappresentata la ferrovia Milano-Bologna e la viabilità principale che collega Salsomaggiore alle diverse mete di escursione.

La carta, realizzata in un solo colore, seppia, fu prodotta dalla tipografia Adamo Mattioli, attiva dal 1885 a Fidenza e dal 1902 presente anche a Salsomaggiore per meglio rispondere alla domanda di stampa prodotta dall'economia termale.

A un diverso progetto politico risponde un'altra carta figurata, anch'essa a un solo colore e tanto semplice quanto efficace nel disegno e nella grafica, che mostra i servizi automobilistici di gran turismo che collegavano la località di Merano ai principali centri turistici delle Alpi Orientali nel 1940. Questa carta fu utilizzata in almeno due diverse pubblicazioni: in un caso è la terza di copertina di un opuscolo che illustra l'offerta termale e terapeutica, dal titolo *Merano: acque radioattive, Centro vitaminico naturale, Istituto fisioterapico* e pubblicato nell'agosto del 1940 dal Consorzio terme radioattive, dall'Azienda autonoma di soggiorno e dal Comune di Merano e prodotto dalla SAIGA, acronimo di Società anonima industrie arti grafiche ed affini, già Barabino e Graeve,



Fig. 2: La carta figurata dello Studio C. Zoetti Merano, "Servizi automobilistici. Regolari servizi automobilistici di gran turismo collegano Merano in primavera, estate ed autunno con i principali centri turistici delle Alpi Orientali", pubblicata nell'opuscolo "Merano", SAIGA già Barabino & Graeve, Genova, 1939; pubblicata anche nell'opuscolo realizzato dal Consorzio Terme radioattive, dall'Azienda autonoma di soggiorno e dal Comune di Merano "Merano: acque radioattive, Centro vitaminico naturale, Istituto fisioterapico", SAIGA già Barabino & Graeve, Genova, 1939.

Fig. 3: Particolare della carta figurata di fig. 2: la rappresentazione di Merano col duomo e l'ippodromo.

Fig. 4: La carta figurata della provincia di Asti pubblicata nel pieghevole dell'Ente provinciale per il turismo di Asti, "Asti", 1938 (pagina successiva).

uno stabilimento con sede in Genova che risulta tra i più operativi e innovativi dell'Italia settentrionale a livello tipografico e litografico [D'Albis 2017]. Lo stesso anno la stessa SAIGA inserisce la stessa carta in un altro opuscolo dal titolo *Merano*, che illustra e reinterpreta l'immaginario della località, proponendola come una destinazione sportiva e mondana.

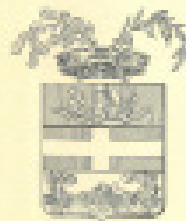
A fine anni '30, così come Salsomaggiore, anche Merano era una località che richiedeva un'attenzione specifica da parte del governo fascista, perché assieme a Bolzano-Gries era una delle perle turistiche appartenute all'Impero austro-ungarico e passate all'Italia a seguito del primo conflitto mondiale. Com'è noto gli interventi a sostegno della politica di italianizzazione delle province di Trento e Bolzano furono numerosi, difficili, spesso incoerenti. Questa carta figurata, autorizzata nel 1939 dalla Direzione generale del turismo del Ministero della cultura Popolare con provvedimento n. 284, raccoglieva in un solo sguardo i dintorni di Merano e spiegava con chiarezza che la località di soggiorno era collegata non solo con la Germania e l'Austria, dalle cui aree erano da sempre giunte le frequentazioni e gli investimenti nel turismo, ma anche con il Veneto – Dobbiaco, Ortisei, Cortina, Venezia, Padova, Verona – e soprattutto con Milano. Dunque la carta figurata mostrava che le province annesse e Merano in particolare erano pienamente integrate all'Italia, perché grazie ai collegamenti automobilistici attivati potevano essere raggiunte da tutte le località più frequentate del Veneto e della Lombardia. L'opuscolo era interamente dedicato all'offerta termale della località, ma la carta figurata conteneva un messaggio ben più articolato: prima di tutto per avvicinare un pubblico vasto semplificava molto la geografia complessa delle Alpi, limitandosi a fornire pochi elementi, come ad esempio le altimetrie dei passi e di alcune delle località rappresentate o le sagome del lago di Garda e dei laghi più noti al turismo, come il lago di Carezza. Elementari ma efficaci i disegni dei centri urbani, a cominciare da quello di Merano, che non viene certo rappresentata con i simboli del suo passato di località asburgica di soggiorno climatico e terapeutico, con il celebre Kurhaus o con i grand hotel, ma con la sagoma del campanile del duomo di San Nicolò, affiancato però dal modernissimo profilo dell'ippodromo sullo sfondo con due cavalli in primo piano. Nel progetto di italianizzazione condotto dal fascismo Merano fu infatti proposta come una località sportiva di alta classe e l'ippodromo, inaugurato nel 1935, divenne subito sede del celebre Gran premio di Merano.

La carta rappresenta poi quasi tutti i piccoli centri alpini con i campanili delle chiese madri, così come si presentavano nel paesaggio delle valli, oppure con i castelli arroccati, mentre Verona è naturalmente rappresentata con la sua Arena; senz'altro enfatizzati sono poi i monumenti celebrativi del primo conflitto mondiale: il Monumento della Vittoria a Bolzano costruito tra il 1926 e il 1928, la statua alla vittoria sul Passo del Tonale, il Museo di guerra a Rovereto, l'Ossario di Monte Pasubio. Tra le infrastrutture si notino i tracciati della Gardesana e i disegni delle funivie. Insomma, una carta figurata estremamente densa e capace di proporre informazioni complesse, marcate politicamente ma strategicamente semplificate e rese in un linguaggio elementare e diretto.

Pure prodotta dalla SAIGA di Genova è un'altra carta figurata pubblicata dall'Ente provinciale per il turismo di Asti nel 1938, che rappresenta l'intera provincia amministrativa; è firmata da tale G. Rosa ed è di eccezionale qualità grafico-artistica; è inserita in un pieghevole, autorizzato dalla Direzione generale per il turismo del Ministero della cultura popolare con provvedimento n. 2258. La carta celebra in sostanza la costituzione della provincia di Asti, avvenuta nel 1935.

L'artista concepisce una rappresentazione fitomorfa: la provincia appare come un grappolo d'uva con una foglia di vite soggiacente, nel quale compaiono le emergenze architettoniche, enologiche, le produzioni tipiche e i personaggi e le attività diportistiche tipiche dei luoghi.

Nei quattro angoli sono inseriti i dati relativi alla superficie vitata rispetto alla superficie totale

[illegible][illegible]

del territorio provinciale – che risulta essere ben un terzo circa – la produzione di uva in quintali – 2,5 milioni – e di vino in ettolitri – 1,5 milioni.

In basso è l'elenco dei 105 Comuni che formano la giovane provincia completo di altimetria e dei dati sulla popolazione tratti dal censimento del 1936. A destra in basso la pianta urbana di Asti con evidenziati significativamente sette emergenze: il palazzo del governo, la Casa del fascio, il municipio, la questura, la sede del Reale automobil club italiano, l'ufficio Poste e telegrafi e l'Ente provinciale del turismo.

Trapela con evidenza il tentativo, rafforzato in età fascista, di caratterizzare le “piccole patrie” che compongono l'Italia [Cavazza 1997] attraverso un iconema, in questo caso il grappolo d'uva. La carta ha una duplice natura: informativa e persuasiva, idealmente rivolta a operatori di commercio enologico, ai quali si illustra tutta la capacità produttiva del territorio, ma rivolta anche a chi viaggia per turismo.

L'immagine turistica della provincia fa leva su tematismi diversi, collocati nei luoghi di pertinenza: compaiono personaggi della provincia icastici dell'identità italiana, come Vittorio Alfieri il cui ritratto è sovrapposto alla rappresentazione di Asti, o piemontesi illustri come il maresciallo Pietro Badoglio nato a Grazzano, o luoghi i cui nomi sono connotati da quelli di personalità, come San Martino Alfieri – così chiamato da fine Ottocento –, Castenuovo Don Bosco – precedentemente chiamato Castelnuovo d'Asti –, Incisa Scapaccino, così chiamata dal 1928, in ricordo di Giovanni Battista Scapaccino, prima medaglia d'oro dell'esercito italiano.

Questa carta contribuisce dunque alla diffusione presso un pubblico vasto non solo di una rinnovata toponomastica, frutto dei processi di nazionalizzazione postunitari, ma anche dei miti elaborati dalle politiche del regime di costruzione simbolica dei territori. Il primo paragrafo del testo pubblicato a corredo della carta è esplicito:

Asti, capoluogo della più giovane provincia d'Italia, non è soltanto città di operose e vive energie commerciali che si ricollegano, per tradizione, allo splendore delle celebri mercature astesi nell'età comunale, ma è pure il centro antico e cospicuo di una terra che il Duce volle definire “storicamente insigne” e che presenta per il turista molte, e non sempre sufficientemente conosciute, attrattive.

Come da tradizione, i monumenti architettonici, rappresentati in prospettiva, costituiscono il tematismo più diffuso, ma in questo caso sono affiancati da costumi tipici, da scene di vita e soprattutto da numerosi prodotti tipici: abbondante frutta e ortaggi, produzioni dell'industria alimentare come la robiola, e soprattutto i vini, vero iconema della provincia. Specie nella figurazione dei prodotti enogastronomici, la carta ricorda il pieghevole *L'Italie gastronomique* di Umberto Zimelli [Petrella 2019].

Un tematismo interessante è infine quello dei servizi di trasporto: accanto alla rappresentazione delle strade, percorse da automobili, la carta mostra strade ferrate e treni, veicolando così l'immagine di un territorio facilmente percorribile perché ben infrastrutturato, anche grazie alla presenza di gallerie, simbolo di progresso e velocità.

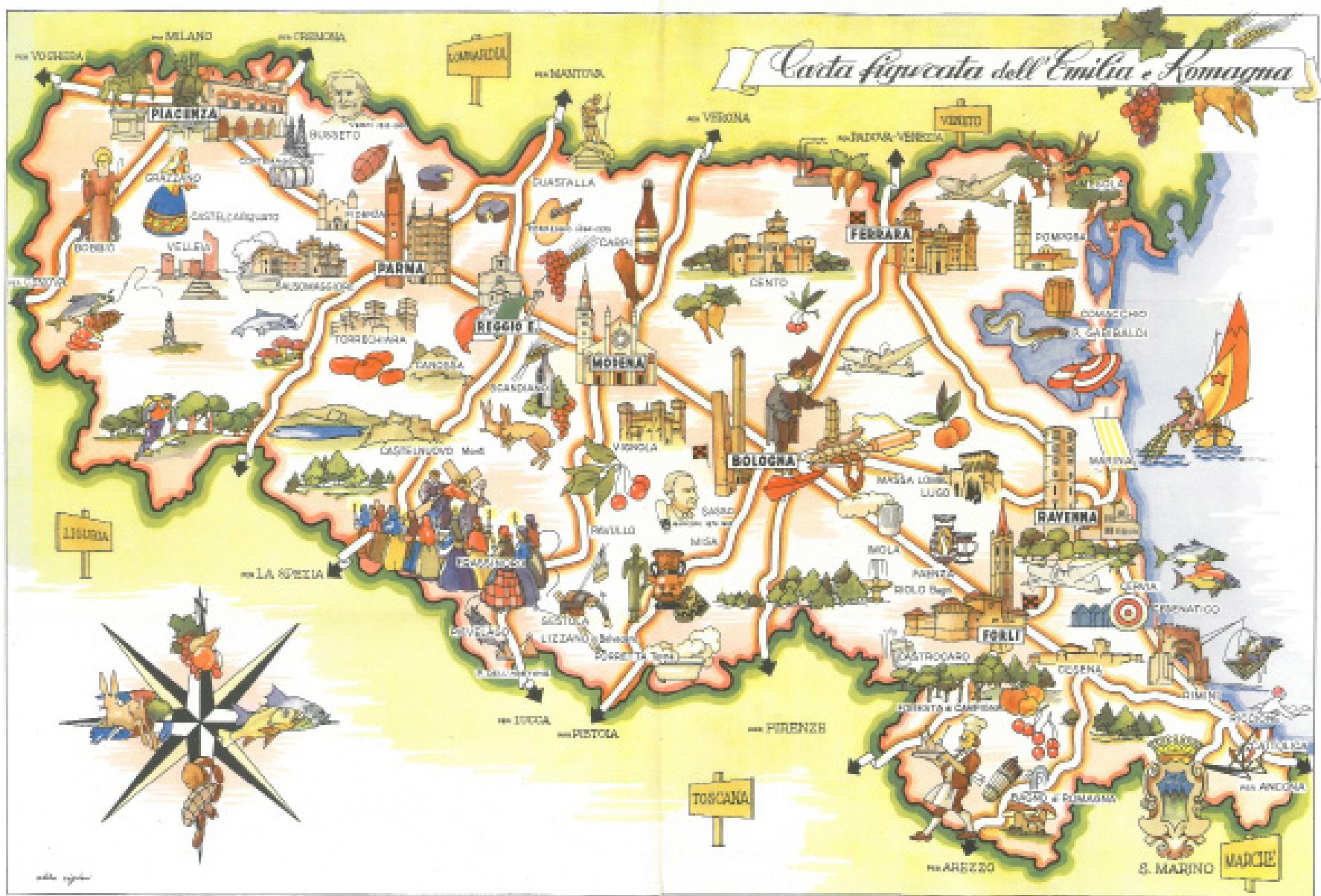
4 | La tradizione continua. Modelli grafici e propaganda turistica tra fascismo e dopoguerra

Certamente meno connotata politicamente è un'altra carta figurata che rappresenta la Sardegna, edita dagli Enti provinciali per il turismo di Cagliari, Nuoro e Oristano e realizzata da Italgeo. La carta è disegnata da Vsevolod Petrovič Nikulin (1890-1968), un grande pittore, incisore, scenografo e illustratore ucraino, che arriva in Italia negli anni '20 e che, pur controllato dal regime

Fig. 5: La carta figurata della Sardegna pubblicata nel pieghevole degli Enti provinciali per il turismo Cagliari, Nuoro, Sassari, “Sardegna”, Prof. G. De Agostini, Italgeo, Milano, sd. (pagina seguente).

ENTI PROVINCIALI PER IL TURISMO CAGLIARI - NUORO - SASSARI





fascista per le sue origini russe, risulta molto attivo in una serie di collaborazioni editoriali, lasciando all'Italia un'importante produzione iconografica [Vassena 2015]. La carta della Sardegna fa parte dell'atlante *Imago Italiae* compilato da Gualtiero Laeng per i tipi di De Agostini nel 1941; è dunque una delle cosiddette tavole parlanti destinate “al popolo (...) con l'espressività dei disegni, con la vivacità dei colori, con la lirica tonalità delle tinte, con la festosità dell'insieme”, come affermato dallo stesso Laeng nell'introduzione all'atlante.

Alle riproduzioni dei profili essenziali dei monumenti, che catturano lo sguardo per imponenza, Nikulin oppone elaborazioni grafiche di emblemi della cultura italiana [Vassena 2015]: dal folklore dei costumi popolari alle tradizioni religiose, ai prodotti tipici.

Nella carta figurata della Sardegna tradizione e modernità convivono: troviamo, accanto alla ripresa di elementi tradizionali - nuraghi, carri a buoi, costumi popolari, mattanza del tonno, prodotti della terra e tipicità alimentari, come formaggi e vini. - immagini di evidente modernità, come la diga che forma il lago del Coghinas o le figure di turisti, come ad esempio la donna che prende il sole a Cagliari, o di sportivi.

Messaggio ripetuto nelle figure è certamente che la Sardegna non è isolata ma ben raggiungibile via mare e aerea. Non manca un certo umorismo: probabilmente ironico è l'accostamento del cacciatore all'escursionista, così come l'accostamento del traghetto fumante alla pipa, anch'essa fumante, icona delle piantagioni e del commercio di tabacco, tradizionali dell'isola. L'opera di Nikulin sarà riedita nel 1950, con il titolo *L'Italia vi attende!* e nuovamente nel 1951, sempre per i tipi di Italgeo, all'interno dell'*Atlante delle regioni d'Italia*, edizione curata dalla divisione Informazioni della missione ERP. L'introduzione di propaganda fascista di Laeng è così sostituita dalla lettera del soldato Jack, arrivato in Italia per la liberazione cinque anni prima, che ora scrive per parlare dell'importanza del progetto economico americano di ricostruzione [Boria 2009]. Del resto, all'esaltazione del Piano Marshall fa riferimento buona parte della nuova introduzione, che testimonia come anche la produzione cartografica sia parte di quei fenomeni di continuità che caratterizzano il passaggio dall'Italia fascista a quella repubblicana [Pavone 1995].

Il modello di carte figurate firmate da Nikulin è destinata a un lungo successo in Italia.

Un esempio è la carta figurata dell'Emilia e Romagna disegnata da Aldo Cigheri, un artista toscano che opera a Genova e che è tra i grafici più attivi in Italia dai primissimi anni '40, il cui rapporto col modello di Nikulin attende ancora di essere documentato e valutato.

Di sicuro Cigheri apporta importanti novità a livello grafico e simbolico nella *popular cartography* in Italia: la sua produzione è significativa dell'importanza di modelli artistici nella cartografia turistica, e soprattutto del suo forte debito nei confronti delle vignette e dei fumetti [Moore 2009]; è Cigheri che definisce “figurata” questa tipologia di carte, così proprio come nel caso dell'Emilia-Romagna.

Le carte figurate di Aldo Cigheri rappresentano un'evoluzione dell'*Imago Italiae* disegnata da Nikulin. Riecheggiano in esse, infatti, numerosi particolari delle carte dell'artista ucraino, tanto nel fondo cartografico quanto a livello simbolico: le modalità grafiche con cui sono indicati i confini amministrativi, la scelta e lo stile grafico di molte emergenze architettoniche, le rose dei venti. Gli apporti innovativi di Cigheri ne stravolgono tuttavia il significato, in parte anche la funzione, a cominciare dal paratesto. È così, ad esempio, che le rose dei venti e i cartigli sono resi più accattivanti per un turista, diventando supporti per prodotti tipici. Se in Nikulin il fondo cartografico si caratterizza per la presenza di piccoli mucchi di talpa che simboleggiano i rilievi, Cigheri li elimina del tutto e inserisce i collegamenti, che spesso diventano il tematismo emergente della rappresentazione. Nel caso dell'Emilia-Romagna, oltre alla via Emilia sono presenti le

Fig. 6: Aldo Cigheri, “Carta figurata dell'Emilia e Romagna” (pagina precedente).

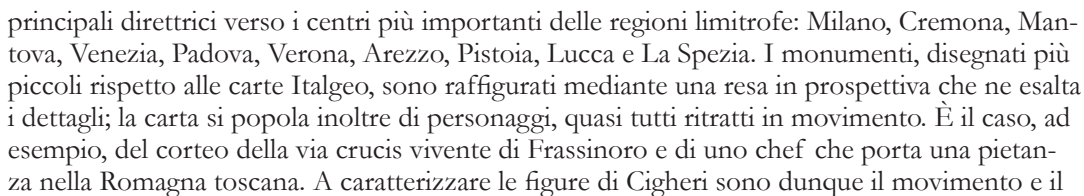








Fig. 9: L'illustrazione di Montegrotto Terme, firmata da Aldo Cigheri e pubblicata nell'opuscolo dell'Ente provinciale per il turismo di Padova, "Terme Abano Montegrotto", SAIGA già Barabino & Graeve, Genova, sd. (pagina precedente).

Fig. 10: L'illustrazione di Monselice, firmata da Aldo Cigheri e pubblicata nell'opuscolo dell'Ente provinciale per il turismo di Padova, "Terme Abano Montegrotto", SAIGA già Barabino & Graeve, Genova, sd. (in questa pagina).

realismo. In questo senso la carta può essere accomunata a opere di arte sequenziale. Accanto a personaggi che simboleggiano l'identità locale – Giuseppe Verdi a Zibello, San Colombano a Bobbio –, si evidenzia la tradizione dei prodotti tipici, come il Lambrusco, le ciliegie di Vignola, i salumi. Permane nella carta l'immagine della vasca da bagno come simbolo delle terme, ma in Cigheri essa diventa di minore impatto visivo e talvolta è affiancata, come nel caso di Salsomaggiore, dalla raffigurazione più realistica dell'architettura delle terme. Con l'utilizzo di geo-simboli concreti e dettagliati Cigheri costruisce una rappresentazione realistica di un territorio nodale da percorrere in auto, illustrandolo così come esso si presenta allo sguardo dell'automobilista nella vita reale, in movimento.

Il realismo e soprattutto il gusto per la vignetta tornano nella carta «*Sicilia. Paradiso del Mediterraneo*» edita sempre da SAIGA su committenza della Regione Sicilia, certamente in pieni anni '50. Al di là della rappresentazione di alcuni cliché, come la trinakria, gli agrumi o i carri, la Sicilia appare caratterizzata dall'operosità di uomini e donne alle prese con la mietitura e la pesca. L'offerta turistica è rappresentata in tutte le sue forme: escursione all'Etna; sci; ma soprattutto balneazione marina. È un mare ricco quello siciliano raffigurato da Cigheri, animato di pescatori e piccole barche ma anche di donne e uomini che si dedicano alla pesca sportiva: è lo spazio della libertà, del contatto con la natura, del tempo libero, il topos del paradiso del Mediterraneo del dopoguerra.

Sicuramente è il tratto chiaro e solare che caratterizza le carte figurate firmate da Aldo Cigheri e che lo destina a essere uno degli autori di maggiore successo e impatto nel dopoguerra. La sua capacità di reinterpretare territori e località nel dopoguerra, sottraendoli al grigio e al rigore del fascismo e proiettandoli nella luce della libertà è particolarmente evidente nelle illustrazioni di un opuscolo a colori non datato ma certamente degli anni '50, di 16 pagine, che Cigheri firma sempre per SAIGA di Genova su committenza dell'Ente provinciale del turismo di Padova. Con l'opuscolo «*Abano e i Colli Euganei*», Cigheri riesce a rendere luminosi persino i fanghi cupi e sinistri; la carta figurata stampata nelle pagine interne restituisce ai Colli Euganei una leggerezza che nessuna comunicazione di ambito termale ha mai saputo produrre, mentre le località di contorno ai siti termali appaiono in raffigurazioni dal tratto rapido, armonico e solare.

Il modello di Nikulin non trova continuità solo in Cigheri. Simboli analoghi, stile pittorico e caratterizzazioni territoriali vignettistiche caratterizzano ad esempio anche «*L'Irpinia pittorresca*», la carta figurata realizzata per un pieghevole edito nel 1941 a Roma per l'Ente provinciale per il turismo Avellino, ma utilizzato anche in pieno dopoguerra, previa cancellazione dei dati di stampa di epoca fascista [Stroffolino 2019, 162 ss]. L'Irpinia, che coincide con il territorio della provincia amministrativa di Avellino, è assimilato a un'enorme zolla di terra che emerge da un prato verde. È interessante a questo proposito l'associazione di questa similitudine alla politica fascista rivolta al sostegno e all'emersione dei territori turistici ad opera degli Enti provinciali per il turismo, specie nelle aree interne e più depresse. In questo caso proprio l'elemento culturale della provincia interna diventa perno dell'identità irpina, ben veicolata dalla rappresentazione figurata. Gli elementi architettonici presenti sono il Santuario di Montevergine, una chiesa di Mugnano del Cardinale, il castello di Lauro; la carta esalta le produzioni del territorio, con particolare riferimento a quelle agricole, come il grano, le castagne, la frutta e a quelle vitivinicole per le quali la provincia è frequentata, ma anche l'allevamento e le miniere di zolfo di Altavilla. Ogni emergenza e attrazione raffigurata è potenzialmente una destinazione di gite ed escursioni dopolavoristiche, ma la carta mostra che sono possibili anche attività turistiche più specifiche, come la caccia e lo sci [Studio bibliografico 2017, 5].



Fig. 11: La copertina del pieghevole pubblicato dall'Ente provinciale per il turismo Avellino, «L'Irpinia pittoresca», Zangari, Vecchioni e Guadagno, Roma, 1941.

5 | Conclusioni

Questo lavoro ha cercato di muovere alcuni passi in un tema ancora poco esplorato, in Italia e non solo, che necessita di approfondimenti e ulteriori riflessioni teoriche. La diffusione di carte figurate per il turismo in Italia tra gli anni '30 e '50 è un fenomeno imponente, basato sul connubio tra conoscenze tecnico-cartografiche, arte, propaganda politica e un incipiente marketing turistico. La produzione è estremamente copiosa e variegata. I committenti di carte, opuscoli, pieghevoli degli anni centrali del Novecento appartengono soprattutto al settore pubblico: enti centrali dello Stato e amministrazioni di località di soggiorno che contribuiscono, talvolta lavorando in sinergia, alla costruzione di un'immagine turistica che trova nella carta geografica figurata un fondamentale strumento per comunicare il territorio.

A questo processo non si sottrae l'industria culturale, che ben presto comprende il ruolo dell'illustrazione geo-pittorica, a metà strada tra il tecnico e l'artistico, nella formazione dell'immaginario turistico delle masse. Le carte pittoriche in questo senso hanno un ruolo anche nella creazione di forme e strutture di patrimonializzazione delle emergenze e dei beni culturali. In particolare, la rappresentazione di un'articolazione territoriale – sia essa un territorio identitario, una provincia o una regione amministrativa – crea l'esigenza di ridurre al minimo gli spazi vuoti, portando come conseguenza una dilatazione delle emergenze culturali anche in direzione dei territori turistici marginali. Tale espansione avviene spesso per addizione di temi, nel tentativo di presentare un luogo come polivalente, composito, adatto a tutte le forme di turismo. Gli itinerari proposti, inoltre, fornivano una strategia visuale che consentiva di rendere vicini, e di conseguenza facilmente raggiungibili sulla carta, luoghi talvolta difficilmente collegati. In altri casi le carte animate evocavano al turista paesaggi considerati da sempre marginali, talvolta non più esistenti se non a livello di immaginario.

Il successo delle carte figurate fu determinato, oltre che da istituzioni turistiche come ENIT e Touring Club, da attori locali come gli Enti provinciali per il turismo, da grandi gruppi editoriali come la Italgeo, da stampatori e litografi al servizio dei grandi gruppi, come la SAIGA di Genova. Questi formano una fitta rete di collaborazione tra scala nazionale e locale che trova tuttavia il fulcro, per quanto attiene all'ideazione e alla produzione dei materiali, nelle grandi realtà industriali del nord, in particolare tra la Lombardia e Genova.

Le produzioni dell'età fascista, in linea con le politiche del turismo, hanno lo scopo di catturare l'attenzione del turista e comunicare in maniera diretta i progetti politici del governo. In questo senso sono emblematiche la carta «Salsomaggiore e i suoi dintorni», realizzata nei primi anni '30, elaborata nel tentativo di rafforzare un turismo, quello termale, e la carta dei servizi automobilistici di gran turismo che collegavano la località di Merano ai principali centri turistici delle Alpi Orientali, documento a supporto delle politiche di italianizzazione in direzione di un rilancio del turismo a Merano. Un discorso simile, ma traslato su un piano meno sentito a livello politico, si trova nella grande, elaborata carta della provincia di Asti del 1938 in cui trapela con evidenza il tentativo, di caratterizzazione delle «piccole patrie» che compongono l'Italia, in questo caso attraverso l'iconema del grappolo d'uva.

È ancora nell'età fascista che si creano le basi per la costruzione di una tradizione di carte figurate regionali, pubblicate per la prima volta nell'atlante *Imago Italiae* edito da Italgeo nel 1941 con i disegni di Nikulin. Nasce in questi anni l'Italia delle regioni, territori contrassegnati da specificità culturali, antropologiche, alimentari, con la *popular cartography* che contribuisce ampiamente alla sua veicolazione. Quella di Nikulin è una tradizione innovativa per via dello stile vignettistico, per l'ironia, per i colori sgargianti. Strumenti per la celebrazione del turismo e delle politiche

del fascismo, le carte dell'artista ucraino sono riutilizzate a partire dal 1950 in una prospettiva profondamente diversa per la celebrazione degli aiuti americani alla ricostruzione, oltre che per la promozione turistica da parte di istituzioni locali, come testimoniato dalla carta della Sardegna edita dagli Enti provinciali per il turismo di Cagliari, Nuoro e Sassari.

Crollato il regime fascista e superata la guerra, le carte figurate di Nikulin vengono riprese - e rappresentano quasi il filo di una continuità tra prima e dopoguerra - da Aldo Chigeri, un artista che introduce una profonda rivoluzione nelle tecniche di rappresentazione. Il gusto per la vignetta, già presente in Nikulin, prende il sopravvento e le figure si connotano di realismo, di luminosità e di velocità, in linea con un nuovo approccio al turismo, tendente a captare una domanda che si intreccia con il bisogno di libertà e solarità che sarà alla base della massificazione del turismo nell'intera area euro-mediterranea.

Bibliografia

- AKERMAN, J.R. (2017). *Travel, Tourism and the Place Market*, in *History of Cartography*, vol. VI a cura di M. Monmonier, Chicago, University of Chicago Press, pp. 1620-1639.
- AKERMAN, J.R. (eds.) (2006). *Cartographies of Travel and Navigation*, Chicago, University of Chicago Press.
- AKERMAN, J.R. (2002). *American promotional Road Mapping in the Twentieth Century*, in «Cartography and Geographic Information Science», 29, pp. 175-191.
- BERRINO, A. (2011). *Storia del turismo in Italia*, Bologna, Il Mulino.
- BORIA, E. (2007). *Cartografia e potere. Segni e rappresentazioni negli atlanti italiani del Novecento*, Torino, UTET Università.
- BORIA, E. (2012). *Carte come armi. Geopolitica, cartografia, comunicazione*, Roma, Edizioni Nuova Cultura.
- CAVAZZA S. (1997). *Piccole patrie. Feste popolari tra regione e nazione durante il fascismo*, Bologna, Il Mulino.
- COSGROVE, D. e DELLA DORA, V. (2005). *Mapping global war: Los Angeles, the Pacific, and Charles Owens's pictorial cartography*, in «Annals of the Association of American Geographers», 95, 2, pp. 373-390.
- COSGROVE, D. (2005). *Maps, mapping, modernity: Art and cartography in the twentieth century*, in «Imago Mundi», 57 (1), pp. 35-54.
- CRAMPTON, J. W. (2001), *Maps as social constructions: power, communication and visualization*, «Progress in human Geography», 25.2, pp. 235-252.
- D'ALBIS, A. (2017). *Litografia, tipografia, calcografia Armanino*, Bibliothecae.it, 6, 1, pp. 360-360.
- HOLMES, N. (1991). *Pictorial maps*, New York, Wartson Guprill.
- HANNA, P., DEL CASINO V. jr (eds.) (2003). *Mapping tourism*, University of Minnesota Press.
- INTERNATIONAL CARTOGRAPHIC UNION (2003), *A Strategic Plan for the International Cartographic Association 2003-2011 as adopted by the ICA General Assembly 2003-08-16*, https://icaci.org/files/documents/reference_docs/ICA_Strategic_Plan_2003-2011.pdf
- KAWAMURA, E. (2016). *L'iconografia nella produzione a stampa della Richter & C. per il settore turistico tra il 1900 e il 1930*, in «Eikonocity», I, 1, pp. 147-160.
- KRAAK, M. J., FABRIKANT, S. I. (2017). *Of maps, cartography and the geography of the International Cartographic Association*, in «International Journal of Cartography», 3 (sup.1), pp. 9-31.
- LAENG, G. (1941). *Imago Italiae: paesaggio, opere, vita. Grande atlante in 19 tavole del pittore V. Nicouline*, Milano, Italgeo.
- MOORE, A. (2009). *Maps as comics, comics as maps, Proceedings, 24th International Cartography Conference (ICC 2009)*.
- PAVONE, C. (1995). *Alle origini della Repubblica: scritti su fascismo, antifascismo e continuità dello Stato*, vol. 51, Torino, Bollati Boringhieri.
- PETRELLA, M. (2019). *La tavola delle prelibatezze. L'Italie gastronomique nella costruzione culturale e turistica del volto della nazione*, in «L'Universo», 99 (1), pp. 124-138.

- PICKLES, J. (2011). *Texts, hermeneutics and propaganda maps*, in *The Map Reader: Theories of Mapping Practice and Cartographic Representation*, a cura di M. Dodge, R. Kitchin e C. Perkins, Chichester, Wiley-Blackwell, pp. 400-406.
- SCHIVARDI, P. (1869). *Guida descrittiva e medica alle acque minerali*, Milano, Brigola editore.
- STROFFOLINO, D. (2019). *Quell'industria del forestiere... in Irpinia. Paesaggio e turismo nella prima metà del Novecento*, Grottaminarda, Delta 3 edizioni.
- Studio bibliografico il piacere e il dovere sport giochi svaghi arti e mestieri, 536 pieghevoli di località turistiche e città italiane e di tutto il mondo, eccetera* (2017). Categoria speciale.
- VASSENA, D. (2015). *Tra i tesori nascosti dell'emigrazione russa: l'archivio privato di Vsevolod Nikulin*, in *Archivio russo-italiano*, a cura di D. Rizzi e A. Shishkin, 10, Salerno, Europa orientalis, pp. 275-296.

Sitografia

<http://faccionotizia.gelocal.it/iltirreno/edizione-di-prato/carmignano/2017/05/25/dove-sono-le-opere-di-aldo-cigheri-al-grafico-era-stata-intitolata-nel-1998-la-sala-consiliare/#2>

<http://www.russinitalia.it/dettaglio.php?id=84>

