

Capri: storia di una «immagine». Dallo spazio percepito allo spazio consumato

L'immagine rappresenta la sintesi di una complessità geografica che si esprime attraverso processi di semplificazione e mediazione e che, con il suo potere evocatorio, può rendere un luogo attraente anche per coloro che di tale luogo non hanno alcuna esperienza. Questo contributo si propone di esaminare come l'immagine di Capri sia cambiata in modo radicale da due secoli a questa parte nella misura in cui è cambiata la realtà turistica e come lo spazio vissuto sia diventato spazio consumato. Attraverso analisi statistiche e dirette, come la somministrazione di un questionario, si cercherà di comprendere la percezione di insiders e outsiders rispetto all'attrattività di Capri e quali prospettive si possano ipotizzare per una gestione sostenibile delle risorse.

Capri: History of an «Image». From Perceived Space to Consumed Space

The image represents the synthesis of a geographical complexity that is expressed through processes of simplification and mediation and which, with its evocative power, can make a place attractive even for those who have no experience with that place. This paper aims to examine how the image of Capri has changed radically in the last two centuries, to the point that the tourist reality has changed and how perceived space has become consumed space. Through statistical and direct analyses, such as the administration of a questionnaire, we will try to understand the perception of insiders and outsiders with respect to the attractiveness of Capri and what prospects can be hypothesized for sustainable management of resources.

Capri : histoire d'une « image ». De l'espace perçu à l'espace consommé

L'image représente la synthèse d'une complexité géographique qui s'exprime par des processus de simplification et de médiation et qui, avec son pouvoir évocateur, peut rendre un lieu attractif même pour ceux qui n'en ont aucune expérience. Cet article vise à examiner comment l'image de Capri a radicalement changé au cours des deux derniers siècles, au point que la réalité touristique a changé et comment l'espace perçu est devenu un espace consommé. Par des analyses statistiques et directes, comme l'administration d'un questionnaire, nous essaierons de comprendre la perception des initiés et des étrangers par rapport à l'attractivité de Capri et quelle initiative peut être assumée pour une gestion durable des ressources.

Parole chiave: Capri, immagine, turismo, sostenibilità

Keywords: Capri, image, tourism, sustainability

Mots-clés : Capri, image, tourisme, durabilité

Università degli Studi di Napoli Federico II, Dipartimento di Studi Umanistici – palmenti@unina.it

1. Introduzione. Il quadro di riferimento

« L'espace touristique c'est avant tout une image » scriveva Miossec nel 1977 (p. 55): un'immagine fatta di letture, di conversazioni udite, di rappresentazioni, di fotografie in grado di conferire allo spazio un potere evocatorio, rendendolo «luogo», oggetto geografico, prodotto della percezione. Un'immagine complessa, *globale*, se risponde alle aspirazioni più profonde dell'essere umano, agli archetipi e che perciò va ben al di là del comportamento turistico-regionale e nazionale e corrisponde piuttosto ad imperativi biologici ter-

ritoriali dell'uomo; *attuale*, legata cioè alla moda; infine, *tradizionale*, costruita durante i secoli, apprezzata dai visitatori più colti.

Le immagini dei luoghi nella mente dei viaggiatori ne alimentano il desiderio di conoscenza, soprattutto quando essi sono ricchi di senso, cioè di segni territoriali chiari, decodificabili, dunque comprensibili e capaci di delineare, nella mente del visitatore, quell'alterità tanto attraente. Altre volte, questo immaginario si nutre di stereotipi, di visioni romantiche, prodotti della società esterna attraverso una semplificazione delle immagini dei luoghi che ne riduce l'autonomia progettuale ed



interpretativa, conferendo al turismo il ruolo dominante nella produzione di senso (Minca, 1997). Anche quella dimensione duplice del paesaggio, concepito come territorio fisico e, al tempo stesso, sua rappresentazione (Farinelli, 1991), è resa oggi ancor più complessa dall'enorme circolazione di immagini mediatiche nelle quali il paesaggio assume il ruolo di sfondo dell'autoscatto, scelto per essere visitato per la sua notorietà (Papotti, 2019).

Le immagini creano dunque delle aspettative che influenzano l'esperienza turistica, rendendola una verifica personale della corrispondenza tra l'immagine e il luogo (Minca, 1996): la percezione prodotta dalle immagini è alla base dei meccanismi che guidano la scelta della località da visitare; l'uomo percepisce in base al proprio patrimonio di esperienze e al bisogno e desiderio con cui si pone di fronte all'ambiente (Hilgard, 1979) ed attribuisce al paesaggio significati e valori simbolici.

I visitatori tendono a filtrare gli stimoli che provengono dall'ambiente di vita e, quindi, a vivere in modo diverso lo spazio che diventa *spazio turistico vissuto* quando se ne appropriano, percorrendolo, rappresentandolo, rendendolo oggetto delle proprie passioni (Frémont, 2007).

Il turista, dunque, sceglie un luogo e, quindi, uno spazio che immagina di vivere in base alle proprie aspirazioni, ai propri desideri e anche alle proprie esperienze e, in questa scelta, può farsi condizionare oggi anche da fotografie ed immagini sul *web*. Lo spazio turistico è, dunque, uno spazio prima di tutto *percepito*, poi *vissuto* ed infine *consumato* (Lozato-Giotart, 1993) dalle strutture ricettive, dal comportamento irrispettoso, dalla mancanza di pianificazione. Ed è per questo che le rappresentazioni e le immagini diffuse in modo capillare in rete dovrebbero poter informare obiettivamente i viaggiatori, accrescendone la consapevolezza delle realtà che si accingono a visitare, distinguendosi nettamente dalle immagini pubblicate a scopo promozionale.

In tempi più recenti è dunque maturata un'esigenza di gestione delle risorse turistiche nella direzione di un maggior rispetto per gli ecosistemi naturali in cui esse si trovano inserite, minacciati sia dall'intenso sviluppo turistico, spesso fuori controllo, sia da una competizione per l'uso del suolo fra attività economiche poco compatibili tra loro (Lemmi, 2009).

Il turismo è un fenomeno sociale ed economico che richiede misure proattive per garantire traiettorie di sviluppo sostenibile. Del resto, la differenza tra crescita e sviluppo è ben sottolineata anche in molti studi sul turismo (Hall,

2009; Holden, 2013; Saarinen e Rogerson, 2014; Scheyvens, 2011; Telfer e Sharpley, 2008) e può essere semplificata utilizzando la distinzione della Commissione del governo locale degli Stati Uniti: «*growth means to get bigger, development means to get better* – un miglioramento della qualità della vita e del benessere» (Pike, Rodríguez-Pose e Tomaney, 2007, p. 1254). Le isole, in particolare, dove complesse dinamiche relazionali conferiscono ai luoghi ed al paesaggio una profonda ricchezza di senso, rappresentano un ambito di ricerca di rilevante interesse, in quanto contesti la cui storia si è arricchita di forti connotazioni culturali e identitarie (Ducros, 2018; Grydehøj, 2018a e 2018b).

Questo studio si propone di comprendere come sia cambiata l'immagine di Capri per *insiders* e *outsiders* e come sia possibile accrescerne l'attrattiva turistica limitando l'impatto sull'ambiente. Per raggiungere tali obiettivi di ricerca, l'analisi dei dati sui flussi turistici è stata affiancata ad un questionario somministrato ad un campione di 120 persone, di età compresa tra i 18 ed i 65 anni, equamente distribuito tra uomini e donne, tra residenti e turisti occasionali e abituali e tra gli *stakeholders*. La ricerca sul campo è stata supportata da quella visuale che, attraverso il confronto delle immagini fotografiche degli stessi luoghi a distanza di decenni, ha permesso di cogliere in modo più diretto ed efficace le radicali trasformazioni subite dal paesaggio.

Come si vedrà, l'immagine di Capri si è costruita sulla presenza di molte personalità del mondo della cultura dell'Ottocento e Novecento che l'hanno resa nell'immaginario collettivo un'isola fantastica, contribuendo a farla divenire un miraggio per quella classe borghese che, di lì a poco, avrebbe considerato l'avervi una casa un vero e proprio *status symbol*. Nasce, quindi, la moda di Capri e tutto cambia: il passaggio dalle immagini alla realtà diventa spesso brusco, a volte deludente, ed è proprio da questa constatazione che è nato l'interesse per questa analisi.

2. Capri: dallo spazio «percepito» allo spazio «consumato»

I Romantici fecero di Capri una sorta di mito letterario-territoriale: le opere di artisti, letterati e poeti (Zito, 2016) attirarono, tra Ottocento e primi del Novecento, visitatori provenienti da ogni parte, ansiosi di immergersi nei luoghi descritti da quei componimenti tanto celebri. La presenza delle vestigia romane che richiamavano

i costumi di Tiberio fece di Capri anche una delle mete della comunità omosessuale, di cui facevano parte scrittori e poeti come Norman Douglas, August von Platen, Hans Christian Andersen, il conte Fersen ed il fabbricante di armi Friedrich Krupp (Beccalossi, 2015).

A partire dalla seconda metà del Novecento, le derive speculative della fase post-bellica di ricostruzione nazionale, alimentate dall'innalzamento del reddito medio e dall'accresciuta mobilità, determinarono un enorme consumo di suolo con la modificazione dell'assetto di molte città e profonde trasformazioni del paesaggio, non risparmiando nemmeno l'isola di Capri.

Questo cambiamento dei costumi ha fortemente influenzato, negli ultimi decenni, la domanda turistica dell'isola e la conseguente offerta per l'ospitalità. Dal 1950 al 1960 (CCIAA, AACST, DMS, 1999) crebbe il numero di esercizi ricettivi, inizialmente pensioni a prevalente gestione familiare e campeggi che rispondevano alla domanda turistica di massa di quegli anni. Con il decennio successivo, la scarsa efficienza e continuità gestionale di queste strutture a prevalente conduzione familiare, la necessità di adeguare la contabilità secondo le più rigorose norme previste dal dpR 633 del 1972 in materia di imposta sul valore aggiunto (IVA), la fine del *boom* economico per la crisi energetica, la divaricazione della forbice sociale e la conseguente crescita della capacità di spesa della clientela di *élite* con gusti più raffinati e maggiori esigenze di *comfort*, hanno imposto a tutta la ricettività di livello medio-basso l'alternativa tra l'evolversi in entità di categoria superiore o abbandonare il settore ricettivo, andando a sostenere la crescente domanda del mercato residenziale privato che, in un periodo di forte inflazione, viene considerato bene-rifugio. E così, nel decennio 1970-1980, ben quattordici alberghi hanno cessato la loro attività per essere trasformati in multiproprietà e appartamenti, mentre si affermavano le strutture alberghiere di prima e seconda categoria. Questa tendenza si è ulteriormente consolidata con le iniziative finanziarie per l'edilizia seguite al sisma del 1980.

Si era perso quel senso del luogo, un tempo fondamento di identità, mentre andava affermandosi una modalità di consumo anonimo dello spazio. Lo sfruttamento edilizio dell'isola, spesso irrispettoso delle norme, rispondeva alle esigenze di una clientela ricca per censo più che per cultura e sensibilità ambientale, attratta dal desiderio di sfoggiare uno stile di vita lussuoso, che ormai era diventato parte integrante dell'ambiente caprese, piuttosto che dalla voglia di conoscere la storia e

la cultura dell'isola. Le immagini che ritraevano Capri non erano più quelle celebrate nelle opere di uomini di cultura ma quelle di tour operator intenti a promuovere un toponimo ormai diventato un *brand*, un marchio di fabbrica definito e riconosciuto da turisti italiani e stranieri (Papotti, 2019).

I due comuni dell'isola, Capri e Anacapri, hanno un profilo turistico differente per storia e caratteristiche: nel primo, storicamente meglio collegato al porto e, quindi, più facilmente raggiungibile dai flussi di visitatori, prevalgono oggi le strutture di lusso, ma anche quelle di categoria inferiore, mentre ad Anacapri, che per la sua posizione più marginale ha conosciuto in ritardo, ed in misura minore, lo sviluppo edilizio e turistico rispetto a Capri, si trova la maggior parte delle strutture alberghiere di livello intermedio, privilegiate dal turismo delle famiglie.

Il confronto cartografico che mostra le radicali trasformazioni subite dal territorio nel tempo conferma le differenze di sviluppo edilizio tra i due comuni dell'isola. La carta del 1936 (fig. 1) mostra che l'abitato era concentrato intorno alla Piazza Umberto I di Capri (l'attuale «Piazzetta») ed alla Piazza Caprile di Anacapri. Poche case sparse si trovavano intorno alla Certosa di San Giacomo e lungo le due strade che collegano il centro di Capri a Marina Piccola e Marina Grande dove, in prossimità del porto, l'insediamento appare ancora di scarsa entità ed allineato lungo la costa. La carta del 1987 (fig. 2) mostra una situazione profondamente mutata: l'abitato si è ormai diffuso a macchia d'olio sul territorio di entrambi i comuni verso le aree più esterne. Nel comune di Capri, da Piazza Umberto I l'insediamento si estende in ogni direzione: verso Punta Tragara a Sud, verso il Salto di Tiberio a Nord-Est, verso Marina Grande a Nord, verso Unghia Marina a Sud, con concentrazioni molto più evidenti nelle aree più vicine al centro e al porto. Anche ad Anacapri l'abitato si è espanso in ogni direzione: verso il Faro e Punta Carena a sud, verso il Bagno di Tiberio a nord e verso Damecuta a nord-ovest, ma con una occupazione degli spazi più equilibrata ed un maggior rispetto delle distanze tra le costruzioni.

Riguardo alla dinamica degli arrivi, l'incremento degli italiani è rimasto costante dal 1950 al 1990, con un aumento medio di ottocento unità all'anno, in buona parte escursionisti.

Per gli stranieri, invece, si registra un maggiore incremento tra il 1950 e il 1955, una leggera contrazione tra il 1956 e il 1994¹ – probabilmente in conseguenza della minor fruibilità e tranquillità



Tab. 1. Arrivi e presenze di italiani e stranieri. Anno 2017

Comune	Provenienza	Arrivi	Presenze
Anacapri	Italiani	16.804	39.109
	Stranieri	43.789	111.560
	Totali	60.593	150.669
Capri	Italiani	56.140	146.414
	Stranieri	117.482	306.240
	Totali	173.622	452.654

Fonte: elaborazione da Azienda Autonoma Cura Soggiorno e Turismo di Capri (2017)

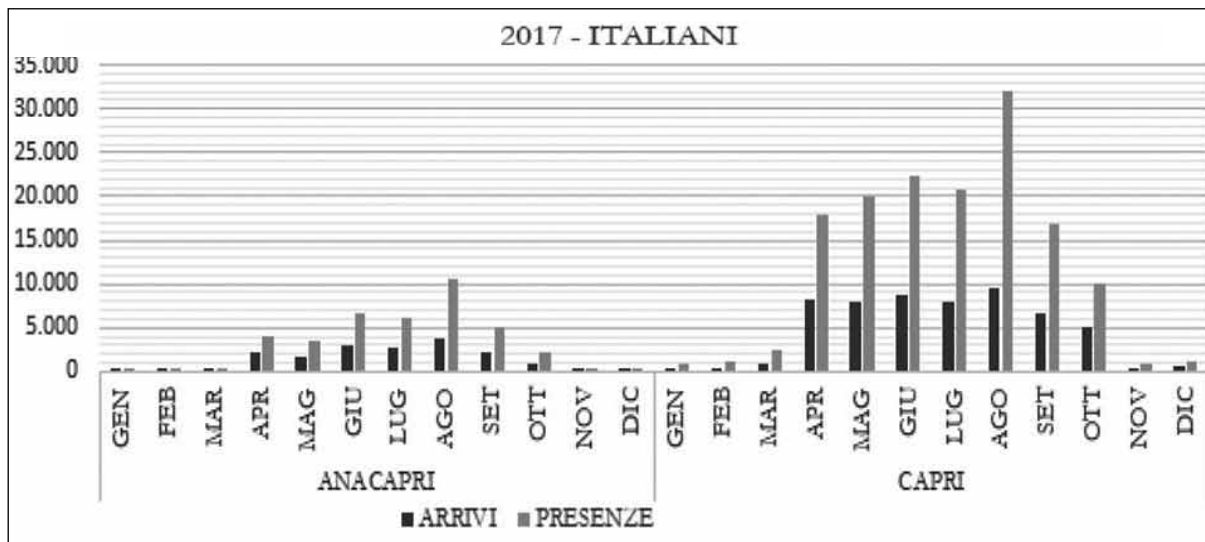


Fig. 3. Capri e Anacapri: movimento mensile dei turisti italiani

Fonte: elaborazione da Azienda Autonoma Cura Soggiorno e Turismo di Capri (2017)

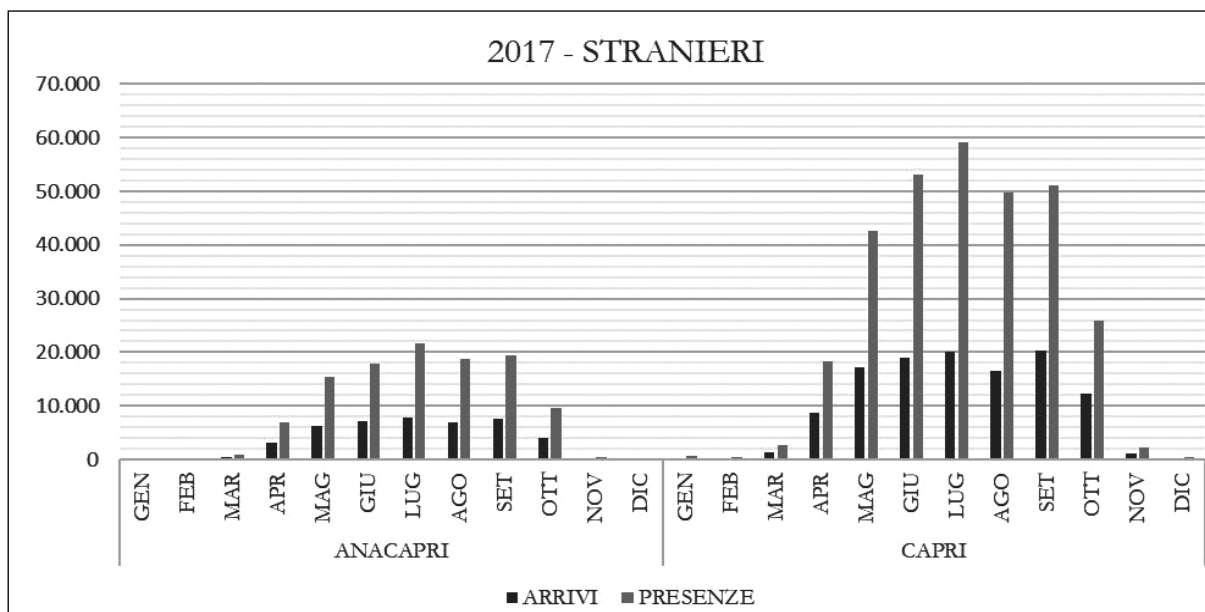


Fig. 4. Capri e Anacapri: movimento mensile dei turisti stranieri

Fonte: elaborazione da Azienda Autonoma Cura Soggiorno e Turismo di Capri (2017)



3. Un questionario per le nuove prospettive

Per completare questa ricerca si è ritenuto opportuno somministrare un questionario, riportato in appendice, a un campione di 120 persone tra *insiders* ed *outsiders* (abituati o saltuari frequentatori dell'isola), nonché a coloro che si occupano a vario titolo di ospitalità, per comprendere quale sia oggi l'*immagine* che attrae i visitatori, quale sia il grado di identità ed il senso di appartenenza dei suoi abitanti, se questi vengano o meno coinvolti nelle numerose attività e manifestazioni che durante l'anno animano la vita caprese e cosa, a loro avviso, si dovrebbe fare per limitare il sovrappollamento e rilanciare l'immagine e l'attrattività di Capri.

Il primo dato emerso è rappresentato dal forte senso di appartenenza di chi vive a Capri e di chi vi possiede una seconda casa da almeno vent'anni. Confermata la preferenza delle famiglie per i soggiorni ad Anacapri in strutture ricettive di media categoria, mentre le coppie prediligono il soggiorno nel comune di Capri in *hotel* di categoria superiore, per quasi tutti prolungato oltre i sette giorni. Mentre i viaggiatori saltuari preferiscono le escursioni, i turisti «storici», che meglio conoscono la tradizione culturale caprese, considerano le risorse culturali dell'isola di pari attrattività, se non maggiore, rispetto alla natura. Un certo fascino esercita su tutti la possibilità di incontrare personaggi famosi che alimentano quella che alcuni (Bagnoli, 2018) definiscono *immagine VIP*. Alle domande «Qual è la tua percezione sulla fruizione turistica nell'isola? Cosa è cambiato rispetto al passato e cosa cambieresti?», la risposta ha rivelato un profondo disagio verso la gestione turistica degli ultimi anni da parte delle diverse amministrazioni. In primo luogo, si lamenta la minore promozione, soprattutto tra il 2017 ed il 2020 (anno di somministrazione del questionario), dell'isola, in particolare rispetto al *target* di turista facoltoso (americano, inglese e giapponese). D'altro canto, si lamenta anche un calo, negli ultimi anni, del numero degli eventi mondani che in passato animavano le notti capresi, attirando proprio la clientela estera più facoltosa. Questo fenomeno ha portato alla crisi di alcune delle più famose strutture ricettive dell'isola, tradizionalmente gestite da capresi, come lo storico Hotel La Palma (fig. 5) che oggi è diventato proprietà di imprenditori arabi. Nel comune di Capri sono anche scomparse molte attività artigianali, punti forti della tradizione isolana, come la produzione tipica dei sandali o dei *foulard*. Le vecchie botteghe hanno ceduto il posto ai negozi ed alle vetri-

ne dei *brand* più famosi. Meno evidente questo fenomeno ad Anacapri, storicamente più legata alle proprie tradizioni ed in antagonismo con Capri, tanto che i suoi abitanti sono scherzosamente definiti dai capresi «la provincia».

Anche le passeggiate storico-naturalistiche, come quella alla Scala Fenicia o a Villa San Michele, non sono sempre incluse in percorsi organizzati, ma lasciate ai turisti «fai da te», dunque non sufficientemente valorizzate. Molti hanno anche lamentato la carenza della manutenzione di diversi stabilimenti balneari e lo scarso controllo verso comportamenti ritenuti di detrimento dell'immagine di Capri, come l'abitudine di camminare per le strade con gli zoccoli ai piedi o a torso nudo, atteggiamenti generalmente stigmatizzati e, tra l'altro, punibili con multe salate. Aspirano al numero chiuso solo gli operatori di ricettività alta ed i gestori dei negozi dei *brand* di lusso. I piccoli commercianti e i ristoratori in generale, che traggono profitto anche dal turismo pendolare, si oppongono con forza a questa prospettiva.

Una percezione diffusa nei residenti e negli storici frequentatori è che «l'isola si salva per quello che è, per le meraviglie che la sua natura offre alla vista e che fa dimenticare tutto il resto», come affermato da uno degli intervistati.

4. Conclusioni

Sembra, dunque, che a Capri occorra incoraggiare un turismo più responsabile, compatibile, sostenibile.

Secondo quanto sottolineato da alcuni intervistati, abituali frequentatori dell'isola, si tratterebbe di privilegiare quella domanda che cerca un rapporto di autenticità con il nuovo vissuto, attivando un'offerta che apra opportunità economiche attraverso una maggiore diversificazione che, in un sistema di offerta integrato, determini nuova occupazione e benefici per il territorio. Si auspica, insomma, la promozione di un modello di sviluppo turistico sostenibile che instauri un rapporto corretto e produttivo tra turismo e risorse.

La valutazione della compatibilità ecologica, strettamente connessa a quella capacità di carico che oggi è diventata un efficace parametro di pianificazione turistica, potrebbe rappresentare, anche per Capri, lo strumento con cui definire il numero massimo di turisti che l'isola può sostenere, senza che le esternalità connesse alla fruizione turistica stessa provochino danni significativi all'ambiente e alla capacità di attrazione del territorio.



Fig. 5. Capri, Via Vittorio Emanuele e l'Hotel Pagano nel 1900 e oggi

Fonte: Alisio Giancarlo (1994) e archivio fotografico dell'autore

Bisogna inoltre considerare che i danni ambientali provocati dal turismo non sono connessi soltanto alla concentrazione spaziale del fenomeno, ma anche a fattori legati al comportamento dei visitatori nel momento della fruizione delle risorse e alle modalità con cui si svolge la pratica turistica (Lemmi, 2009). Valutare la compatibilità sociale significherebbe, dunque, porre l'accento sul cambiamento dei valori e delle consuetudini locali che, specie nel caso delle piccole isole come Capri, sono messi a dura prova dai contatti con modelli e stili di vita diversi portati dal turismo (Ciaccio, 1984 e 1987). Rivitalizzare, ad esempio, le attività tradizionali che sono scomparse potrebbe essere un buon inizio nel difficile percorso di recupero dei valori identitari e di quel senso del luogo che si è perso quando lo spazio, prima *visitato*, è diventato *consumato*.

Si mira a un percorso di sviluppo che contempli un modello di crescita a spirale, attraverso un controllo puntuale dell'espansione dell'attività turistica massificata e del relativo indotto. Uno sviluppo integrato, orientato e «partecipato» che consenta la gestione delle risorse da parte di tutti i soggetti coinvolti nel processo, garantendo il raggiungimento di un graduale equilibrio fra le diverse istanze territoriali. In questa ottica, l'ambiente naturale verrebbe a identificarsi con il «pa-

esaggio sostenibile», una nuova modalità di rappresentazione dello spazio turistico che, come sottolinea Lemmi (2009), sarebbe attivata da scenari di crescita eco-compatibili e che permetterebbe, finalmente, di recuperare e valorizzare modelli culturali endogeni, espressi normalmente da un senso estetico originale, nel rispetto delle funzionalità dei luoghi e delle popolazioni che li abitano.

Se, da un lato, i dati dimostrano la dinamicità e la competitività turistica ed economica dell'isola, dall'altro, è chiaro l'impatto che la costante evoluzione del fenomeno turistico, con tutto il suo indotto soprattutto in termini di infrastrutturazione, ha esercitato sugli assetti territoriali e, in particolare, sul paesaggio caprese. La figura 5, attraverso un confronto temporale, rappresenta uno dei tanti casi di profonda e radicale trasformazione subita dall'isola a partire dalla seconda metà del Novecento.

Sarebbe, dunque, auspicabile la promozione di forme di turismo più immersivo, lento e di ritorno; in questo, un ruolo fondamentale, un tempo giocato dalle agenzie di viaggio e dai tour operator, potrebbe essere quello della diffusione di immagini che comunicano il fascino storico ed identitario di Capri e la rendano attrattiva per una categoria di visitatori facoltosi ma anche ricchi dal punto di vista culturale.



Appendice

Questionario

ETÀ DELL'INTERVISTATO: 18-30, 31-50 , oltre i 50

1. Vivi a Capri Anacapri . Se sì, ci sei nato , ci vivi per lavoro ma sei nato altrove , motivazioni diverse
2. Per te vivere su un'isola è un privilegio è un disagio dipende dal periodo
3. Come definiresti la tua identità di «isolano»: forte debole
4. Ti occupi di ospitalità? Sì No . Se sì, qual è la tua percezione sulla fruizione turistica nell'isola. Cosa è cambiato rispetto al passato e cosa cambieresti?
5. Sei coinvolto nelle attività di promozione turistica svolte sull'isola come eventi e manifestazioni? Sì No . Ne hai tratto un beneficio economico: sempre a volte mai
6. Possiedi una casa per le vacanze a Capri ad Anacapri
7. Ti rechi normalmente sull'isola da solo/a in coppia con la famiglia
8. Se utilizzi per le tue vacanze una struttura ricettiva, preferisci il soggiorno a Capri ad Anacapri
9. Categoria: B&B , tre stelle , quattro stelle , cinque stelle , altro
10. Normalmente vai sull'isola nei periodi di: alta stagione (giugno-agosto) , bassa stagione (maggio, settembre) , prevalentemente nei *weekend*
11. Qual è il tempo medio di permanenza? Pochi giorni , una settimana , più di sette giorni
12. Quando sei stato a Capri la prima volta? Meno di 10 anni fa , tra 11 e 20 anni fa , tra 21 e 30 anni fa , più di 30 anni fa
13. Cosa ti ha attratto sull'isola la prima volta? La natura , la cultura , la fama , i frequentatori
14. Cosa ti attrae oggi? La natura , la cultura , la fama , i frequentatori
15. Cosa è cambiato, secondo te, negli ultimi anni? Il numero dei turisti , l'estrazione socio-culturale dei turisti (più alta , meno alta , la tipologia (più famiglie , meno famiglie)
16. Credi che ci siano aspetti del territorio isolano ancora sconosciuti a molti e che dovrebbero essere valorizzati? Sì No . Se sì, quali? Alcuni tratti del paesaggio naturale , beni culturali , itinerari storico-naturalistici
17. Secondo te, la valorizzazione di questi aspetti apporterebbe dei benefici in termini di destagionalizzazione dei flussi e dunque di limitazione degli impatti indesiderati dovuti alla concentrazione di turisti nei periodi di alta stagione? Sì No
18. Sei favorevole al «numero chiuso» come strumento di limitazione del sovraffollamento? Sì No

Riferimenti bibliografici e sitografici

- Alisio Giancarlo (1994), *Capri nell'Ottocento. Da meta dell'anima a mito turistico*, Napoli, Electa.
- Azienda Autonoma Cura Soggiorno e Turismo di Capri (2017), *Generali mensili a confronto. Movimento Alberghiero ed Extra-Alberghiero. Comuni di Anacapri-Capri 2016-2017* (http://www.capritourism.com/imgg/download/stranieri_Anacapri-Capri_Gen-Dic_2017.pdf; ultimo accesso: 20.VI.2021).
- Bagnoli Lorenzo (2018), *Manuale di geografia del turismo. Dal Grand Tour al Piano Strategico*, Torino, UTET.
- Beccalossi Chiara (2015), *The «Italian Vice»: Male Homosexuality and British Tourism in Southern Italy*, in Valeria Babini, Chiara Beccalossi e Lucy Riall (a cura di), *Italian Sexualities Uncovered, 1789-1914*, Basingstoke, Palgrave Macmillan, pp. 185-206.
- CCIA, ACST e DMS (1999), *L'isola di Capri. Analisi statistica e prospettive di un turismo nel segno della qualità*, Napoli, Studio Idea.
- Ciaccio Candida (1984), *Turismo e microinsularità*, Bologna, Pàtron.
- Ciaccio Candida (1987), *Temì emergenti di geografia del turismo e del tempo libero*, in Giacomo Corna Pellegrini (a cura di), *Aspetti e problemi della geografia*, I, Settimo Milanese, Marzorati, pp. 599-634.
- Douglas Norman (1985), *Capri. Materiali per una descrizione dell'isola*, Milano, Frassinelli.
- Ducros Hélène B. (2018), *Reclaiming Islandness Through Cloth Circulation in Madagascar*, in «Island Studies Journal», 2, pp. 25-38.
- Fremont Armand (2007), *Vi piace la geografia?*, Roma, Carocci (edizione italiana a cura di Dino Gavinelli).
- Grydehøj Adam (2018a), *Hearing Voices: Colonialism, Outsider Perspectives, Island and Indigenous Issues, and Publishing Ethics*, in «Island Studies Journal», 1, pp. 3-12.
- Grydehøj Adam (2018b), *Islands as Legible Geographies: Perceiving the Islandness of Kalaallit Nunaat (Greenland)*, in «Journal of Marine and Island Cultures», 1, pp. 1-11.
- Farinelli Franco (1991), *L'arguzia del paesaggio*, in «Casabella», 575-576, pp. 10-12.
- Hall C. Michael (2009), *Degrowing Tourism: Décroissance, Sustainable Consumption and Steady-State Tourism*, in «Anatolia», 1, pp. 46-61.
- Hilgard Rita (1979), *Psicologia*, Firenze, Giunti-Barbera.
- Holden Andrew (2013), *Tourism, Poverty and Development*, Londra, Routledge.



- Lemmi Enrica (2009), *Dallo «spazio consumato» ai luoghi ritrovati. Verso una Geografia del turismo sostenibile*, Milano, Angeli.
- Lozato-Giotart Jean-Pierre (1993), *Méditerranée et tourisme*, Parigi, Masson.
- Maiuri Amedeo (1957), *Capri. Storia e monumenti*, Roma, Istituto Poligrafico dello Stato.
- Minca Claudio (1996), *Spazi effimeri*, Padova, Cedam.
- Minca Claudio (1997), *(De)costruire lo spazio turistico*, in «Bollettino della Società Geografica Italiana», 4, pp. 511-522.
- Miossec Jean Marie (1977), *L'image touristique comme introduction à la géographie du tourisme*, in «Annales de géographie», 473, pp. 55-70.
- Papotti Davide (2019), *Immaginari geografici e marketing turistico. Dal «brand territoriale» ai «paesaggi griffati»*, in «Ri-Vista. Research for Landscape Architecture», 2, pp. 146-157.
- Pike Albert, Andrés Rodríguez-Pose e John Tomaney (2007), *What Kind of Local and Regional Development and for Whom?*, in «Regional Studies», 9, pp. 1253-1269.
- Saarinen Jarkko e Christian Rogerson (2014), *Tourism and the Millennium Development Goals: Perspectives Beyond 2015*, in «Tourism Geographies», 1, pp. 23-30.
- Scheyvens Regina (2011), *Tourism and Poverty*, Londra, Routledge.
- Telfer David J. e Richard Sharpley (2008), *Tourism and Development in the Developing World*, Londra, Routledge.
- Zito Eugenio (2016), *Era di pietra la sua bellezza. Capri, mitografia di un luogo*, in «EtnoAntropologia», 2, pp. 267-301.

Note

¹ Per quanto riguarda l'analisi degli arrivi degli stranieri, possiamo distinguere tre periodi: il primo, dal 1950 al 1955, di forte crescita, mediamente 6609 unità in più ogni anno; il secondo, dal 1956 al 1994, di leggera contrazione degli arrivi, mediamente 475 unità in meno all'anno; il terzo, dal 1995 al 1998, di forte ripresa, mediamente 5.666 unità in più all'anno.

