

Will B. Mackintosh

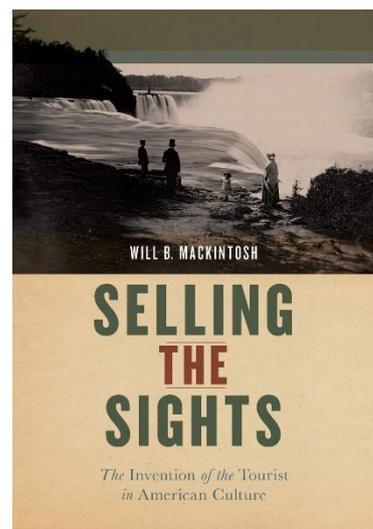
# Selling the Sights

The Invention of the Tourist in  
American Culture

New York, New York UP, 2019, pp. 244

Recensione di Simone Francescato

**Keywords:** *tourism studies, travel literature, early nineteenth century*



*Selling the Sights* di Will Mackintosh si propone di colmare una lacuna nel campo interdisciplinare dei *tourism studies*, analizzando una produzione eterogenea afferente al *travel writing* statunitense (ma anche britannico) tuttora poco esplorata. Tale produzione si estende dal periodo post-rivoluzionario fino agli anni Quaranta dell'Ottocento, quando, secondo la ricostruzione degli storici, nacque e si consolidò il turismo moderno. La tesi principale del volume è che la presenza di una retorica volta a distinguere tra la figura del *traveler* e quella del *tourist*, già rintracciabile nella produzione editoriale del primo Ottocento (che include non solo libri di viaggio o diari, ma anche guide turistiche e altro materiale promozionale), fosse sintomatica di una profonda ambivalenza nei confronti di uno sviluppo economico e culturale che stava producendo esperienze sempre più mercificate. Affiancandosi a opere storiografiche che hanno letto la nascita di un interesse turistico per luoghi e attrazioni autoctone come testimonianza e soprattutto conseguenza della formazione di un senso di identità nazionale, lo studio di Mackintosh mostra come l'ambivalenza sopradescritta, rilevata nei tanti e diversi casi da lui esaminati, consenta di retrodatare la svolta consumistico-capitalista comunemente situata solo alla fine del diciannovesimo secolo:

This new history of tourism also forces us to reconsider the chronology of American capitalism. [There is] a general historical consensus that Americans increasingly came to define themselves through the consumption of experience in the closing decades of the nineteenth century. But paying attention to tourists in the opening decades of that century, particularly in the context of the larger world of travel and mobility, shows that this process

was much older and more centrally woven into the emergence of bourgeois identities that we have previously understood. (15)

Il libro si compone di due sezioni. I primi tre capitoli, come spiega l'autore, indagano i processi che hanno portato alla mercificazione di tre componenti principali del turismo: il mercato editoriale, le tecnologie di trasporto e le modalità in cui venivano immaginate ed esperite le destinazioni locali. Gli ultimi due capitoli considerano invece le ricadute della dicotomia viaggiatore/turista sulla produzione culturale del tempo, esaminando la letteratura di stampo satirico (Capitolo IV) e una letteratura di tipo didascalico-normativo, particolarmente rilevante da una prospettiva di genere/*gender*, volta a promuovere un uso appropriato dell'esperienza di viaggio (Capitolo V).

Il primo capitolo ricostruisce le fasi che portarono a un'esplosione delle guide geografiche e turistiche negli anni Quaranta dell'Ottocento. Mentre in una prima fase tardo-settecentesca tali pubblicazioni erano ancora improntate su un modello illuminista di diffusione universale della cultura geografica, dal 1810 al 1830 vi fu una proliferazione di guide locali utilizzate per diffondere la conoscenza e lo sviluppo delle varie realtà regionali, sostenute da imprenditori interessati ad attrarre visitatori e investimenti nella loro area. Ciò riguardò particolarmente l'*upstate* New York, la regione dei Grandi Laghi con le cascate del Niagara, e Saratoga Springs, ma anche le White Mountains nel New Hampshire e le località termali della Virginia. Questa produzione locale fu soppiantata negli anni Quaranta dell'Ottocento dalla nascita di un mercato di massa in grado di produrre libri a basso costo e distribuirli a livello nazionale. Durante questo periodo il centro di questo tipo di editoria si spostò da Filadelfia a New York, vedendo il coinvolgimento di grandi editori come Putnam's e Harper's e soprattutto Appleton's. Il caso degli Appleton fu in particolar modo emblematico poiché questa famiglia di imprenditori non proveniva dal mercato librario, ma dal commercio all'ingrosso e il loro coinvolgimento nell'editoria turistica era puramente speculativo. Come nota Mackintosh: "the production of [Appleton's] *American Guide Book* involved neither geographical specialists nor local boosters: it was entirely the production of an ambitious publishing firm to exploit a fertile field for growth" (48). Secondo l'autore, la comparsa e il successo di guide come la Appleton's costituiscono una prova che le guide turistiche e il loro contenuto avessero ormai subito un processo irreversibile di mercificazione (50).

Il secondo capitolo è incentrato sui cambiamenti prodotti dalla cosiddetta *transportation revolution* durante la prima metà dell'Ottocento, che trasformò il viaggio da esperienza in qualche modo autogestita a servizio da acquistare, con importanti conseguenze sul vissuto e sulla percezione dei viaggiatori: si crearono aspettative di sicurezza e uniformità e si avviò, in

sintesi, un processo di standardizzazione. Lo studio individua tali cambiamenti nella percezione dei viaggiatori attraverso un'analisi di alcuni testi riguardanti i due viaggi compiuti da William Richardson rispettivamente nel 1815 (Boston-New Orleans) e nel 1844 (Louisville-New York) e poi quello di Thomas McKenney nella regione dei Grandi Laghi. L'autore considera anche alcuni volumi dedicati a Trenton Falls nell'*upstate* New York, pubblicati tra gli anni Venti e gli anni Sessanta del secolo, per mostrare come i loro autori avessero già notato lo sviluppo e la trasformazione di questa importante destinazione turistica in seguito al miglioramento delle reti di trasporto.

Il terzo capitolo ricostruisce le dinamiche che portarono all'invenzione/individuazione delle caratteristiche che un'attrazione locale doveva possedere per essere ritenuta interessante dal punto di vista turistico, e lo sfruttamento strategico di tali caratteristiche per vendere esperienze di viaggio a potenziali acquirenti. Mackintosh mostra come dagli anni Trenta in avanti si utilizzassero le categorie estetiche del pittoresco e del sublime (già diffuse in Inghilterra a partire dalla fine del secolo precedente) per promuovere e classificare particolari tipi di spettacoli naturali, soffermandosi sul caso paradigmatico delle cascate del Niagara. Come reazione a questa standardizzazione percettiva, molti turisti iniziarono a vivere le proprie esperienze di viaggio non come atti consumistici, quali di fatto erano, ma come esperienze rilevanti dal punto di vista sociale e culturale, come atti 'estetici,' mostrando a volte anche notevoli segni di scetticismo nei confronti delle modalità di viaggio che si stavano diffondendo. Come afferma l'autore, "tourists' experiences were shaped by the concepts and values that tourism entrepreneurs used to sell them those experiences, but tourists tended not to acknowledge the debt explicitly. Instead, they often cited sources of information and inspiration that were outside the explicit marketplace for tourist experience, in the form of literature or art" (109).

Il quarto capitolo esamina la derisione della pratica turistica e della figura del turista nella produzione letteraria di stampo satirico. Partendo dalle pagine della rivista *Salmagundi* (1807) di Washington Irving, un best-seller della *early American literature*, Mackintosh nota come molti scritti di quel periodo replicassero necessariamente motivi e retoriche presenti in opere britanniche, dato l'esiguo numero di visitatori americani a fungere da modello lungo le strade del paese. Questi primi autori, inoltre, presero di mira viaggiatori britannici in America, come fece ad esempio James Paulding con *John Bull in America; Or, the New Munchausen* (1825) o Frederick Shelton con *The Trollopiad; Or, Travelling Gentlemen in America* (1837), descrivendone l'atteggiamento spocchioso e la comprensione superficiale dei luoghi visitati, giungendo alla creazione di un personaggio tipo (*stock character*) che ebbe notevole successo

nella letteratura del tempo. Pur continuando a ispirarsi a modelli britannici, gli autori americani degli anni Quaranta si distinsero dai loro predecessori, iniziando lentamente a incorporare elementi appartenenti al repertorio autoctono delle *tall tales* e della letteratura umoristica popolare in forma orale. Tale produzione, esemplificata da opere come *Major Jones's Sketches of Travel* (1848) di William Tappan Thompson, può essere considerata capostipite di un filone in seguito ripreso e reso famoso da Mark Twain nel suo capolavoro satirico a tema turistico, nonché best-seller internazionale, *The Innocents Abroad* (1869).

Il quinto capitolo discute l'emergere di "popular prescriptions for traveling to a purpose" presenti nella letteratura di viaggio dagli anni Trenta in avanti (il cui capostipite sarebbe *Sketches of Scenery and Manners in the United States* di Theodore Dwight, del 1829) collegandole non solo a una crescente attenzione per l'osservazione quanto più oggettiva possibile dei *morals and manners* locali, ma anche a una preoccupazione di ascendenza puritana per la diffusione e il consumo di *leisure pastimes* considerati pericolosi soprattutto per il sesso femminile e che richiedevano dunque particolari istruzioni volte in qualche modo a disciplinarli. Tra i tanti testi, britannici e americani, esaminati in questo capitolo diversi sono quelli scritti da donne, come *How to Observe* (1838) di Harriet Martineau o *Caroline Westerley; Or, The Young Traveller from Ohio* (1833) di Almira Hart Lincoln Phelps, e il celeberrimo *Sketches of History, Life, and Manners in the United States* (1826) della viaggiatrice Anne Newport Royall. In questi testi, Mackintosh ricostruisce la genealogia di una produzione al femminile che condurrà sino a Margaret Fuller, con opere come il suo celebre *Summer on the Lakes* (1844), accolto con recensioni contrastanti, o la raccolta di dispacci postuma *At Home and Abroad* (1856). Mackintosh nota enfaticamente come Fuller, nel volume del 1844, "differentiated her travels in the West from those of her predecessors because her description of morals and manners sought explanations rather than characterization, meanings rather than judgments, and an analysis of its potential future rather than a judgment on the present" (181).

In conclusione, il volume di Mackintosh ha il pregio di considerare un numero considerevole di fonti eterogenee che restituiscono il quadro complesso della nascita della cultura del turismo americano, aprendo nuove prospettive per la sua ricostruzione, mostrando anche come i fenomeni analizzati da Daniel Boorstin, Dean MacCannell e John Urry nel ventesimo secolo trovino una singolare anticipazione nella produzione culturale dei primi decenni dell'Ottocento.

**Simone Francescato** insegna Letteratura anglo-americana presso l'Università Ca' Foscari di Venezia. La sua area di ricerca principale è la letteratura statunitense tardo ottocentesca in chiave transnazionale e in particolare la narrativa di Henry James. Si è occupato di tourism

studies *anche co-curando il volume Senior Tourism: Interdisciplinary Perspectives On Aging and Traveling (Transcript, 2017) e il numero monografico "Touring Texts: Tourism and Writing in US Culture" in collaborazione con Carlo Martinez per RSA Journal.*