Definire lo standard

Svizzera e Alta Italia come mete del turismo britannico, dagli anni Trenta ai Settanta dell'Ottocento*

Claudia C. Gatzka

Abstract

Defining Standards. Switzerland and Upper Italy as Destinations for British Tourists from the 1830s to 1870s

The article deals with the reception of emerging tourist regions by British visitors in the mid-nineteenth century. Concentrating on the two most important destinations at the start of the tourism era, namely Switzerland and Upper Italy, the author compares the British tourist gaze by paying special attention to the changes that the visitors noted. In assessing local and regional adaptations to tourist demands, British travel handbooks and reports varied according to the regions under discussion and the aspirations associated with them. At the same time, what historical research on tourism has labelled "adaptive transformation" appears in the first instance to have been a standardization based on an English template. The article discusses the reasons for this, and in doing so, seeks to encourage further research on the reception of tourism regions as part of a wider European history.

Tra i temi più ricorrenti delle attuali ricerche di storia regionale vi sono le dinamiche attraverso le quali, a partire dall'Ottocento, la mobilità turistica ha trasformato gli spazi europei.[1] A lungo trascurato, l'intreccio fra turismo e "modernizzazione" è ora sotto la lente di un'approfondita indagine. Da un lato, gli storici e le storiche utilizzano, per le sue implicazioni normative, solo il concetto di "modernizzazione riflessiva";[2] dall'altro lato, cercano di individuare le concrete trasformazioni innescate dal turismo e cosa le abbia distinte dai cambiamenti socio-strutturali ed economici che sarebbero avvenuti anche senza gli stimoli derivanti dal turismo.[3] Nella ricerca storica sul turismo, l'adattamento delle istituzioni e delle infrastrutture locali e regionali alla crescente domanda turistica non viene più inteso come "modernizzazione", bensì come "trasformazione adattiva", alla quale sarebbe seguita più tardi la "trasformazione industriale", cioè lo sviluppo di un'industria turistica.[4]

* Traduzione dal tedesco di Carlo Romeo.

1 Cfr. Gigase/Humair/Tissot (a cura di), Le tourisme; Rosenbaum, Bavarian Tourism; Butz, Habsburg als Touristenmagnet.

2 Cfr. Ziemann, Gesellschaftswandel.

3 Cfr. Cole/Scharf, Alpine Tourism, p. 35; Mai, Touristische Räume. Aufschlussreich auch die Transformation durch Kongresstourismus in Städten, Cfr. Miskell, Meeting Places.

4 Cfr. Cole/Scharf, Alpine Tourism.

Giustamente le ricerche attuali sottolineano l'importanza delle iniziative, organizzazioni e istituzioni a livello locale e regionale, ricostruendo la dialettica tra coloro che erano fautori e traevano profitto dallo sviluppo turistico e i loro oppositori, i quali argomentavano spesso in termini di politica ambientale. Studi comparativi hanno messo in discussione l'idea di un modello universalmente valido, secondo il quale la "modernizzazione" turistica si sarebbe conformata ovunque agli stessi parametri e avrebbe prodotto gli stessi effetti.[5]

Questi nuovi indirizzi di storia regionale si distinguono dalle ricerche precedenti, che prendevano in considerazione soprattutto i turisti stessi e il loro immaginario. Una volta chiarita definitivamente l'importanza che nella genesi e nello sviluppo degli spazi turistici ebbero le forze motrici e le resistenze a livello locale e regionale, è comunque interessante tornare a indagare la domanda turistica e quindi il ruolo degli ospiti stranieri. Infatti, soprattutto in merito alla fase di "trasformazione adattiva", è importante chiedersi quali bisogni e interessi siano stati effettivamente espressi dalla domanda turistica e come essa abbia percepito e valutato lo sviluppo delle strutture e infrastrutture turistiche. In quale misura le percezioni esterne, che potrebbero essere state condizionate da un immaginario precedente alla vera e propria esperienza, si tradussero in specifiche rappresentazioni delle trasformazioni turistiche dello spazio? Su un piano metodologico, tale domanda mira a collegare la storia regionale del turismo con le prospettive della storiografia transnazionale, proprio nel senso della storia transregionale delineata da Marco Meriggi.[6] Tale approccio è focalizzato sull'interazione tra il cambiamento indotto a livello locale, regionale (o nazionale) e il consumo transnazionale degli spazi in trasformazione, insieme ai conseguenti effetti catalitici, che andrebbero meglio indagati. In questa prospettiva, le destinazioni turistiche devono essere intese come *output* transregionali, come il risultato dell'interazione tra due piani: da un lato, l'industria turistica locale, regionale e nazionale, dall'altro la mobilità transnazionale e i conseguenti modelli di utilizzo e percezione dello spazio turistico.

In questo contributo esploro un primo tratto di questo percorso di ricerca occupandomi soprattutto della domanda turistica. Al centro dell'indagine vi sono i bisogni, i modelli di percezione e i criteri di valutazione dei viaggiatori britannici nel contesto dello sviluppo delle infrastrutture turistiche nelle due destinazioni più importanti dell'epoca post-napoleonica: la Svizzera e l'Alta Italia, dalla fine degli anni Trenta fino agli anni Settanta dell'Ottocento.[7] Il confronto tra le percezioni delle due regioni turistiche consente di esplorare fino a che punto la "trasformazione adattiva" potesse seguire processi di base

5 Cfr. Cole/Scharf, Alpine Tourism, p. 36. Per singoli studi si vedano: Anderson, Alpine Agency; Zech-Kleber, Eine Sommerfrische ersten Ranges; Scharf, Alpen; Knoll, Fremdenverkehr als Option. Riferimenti comparativi anche in Battilani/Strangio (a cura di), Il turismo e le città.

6 Si vedano: Meriggi, Storia transnazionale; Pernau, Transnationale Geschichte.

7 Cfr. Berrino, Storia del turismo, pp. 18–19, 23.

omogenei (per esempio, lo sviluppo della ferrovia e dell'industria alberghiera), pur venendo interpretata in modo assai diverso dall'esterno, circostanza da mettere ovviamente in relazione con l'immaginario precostituito relativo alle singole destinazioni.[8]

Considerando la genesi di tale percezione, le regioni turistiche vengono costituite a seguito di processi di selezione, ordinamento e classificazione operati dalla domanda. Essi si riflettono nitidamente nel mezzo di comunicazione caratteristico dell'inizio dell'età del turismo: la moderna guida di viaggio. Nell'Ottocento le guide concepivano la Svizzera come una regione turistica unitaria, mentre distinguevano l'"Alta Italia" da quella meridionale e più tardi anche da quella centrale. Nell'ottica britannica, nel periodo qui considerato la "Northern Italy" comprendeva il Piemonte-Sardegna, i possedimenti asburgici di Lombardia e Veneto, nonché i ducati di Parma e Piacenza, Modena, Massa-Carrara e Lucca e inizialmente anche parti del ducato di Toscana; esclusi erano invece i territori dello Stato della Chiesa.[9] Dopo l'unità d'Italia, la Romagna rientrò nella regione turistica dell'Italia settentrionale, mentre la Toscana venne attribuita a quella centrale.

Gli effetti di formattazione della guida di viaggio andavano comunque ben oltre il *mental mapping*. Tale strumento produceva e strutturava il *tourist gaze*, cioè influenzava significativamente il modo in cui i viaggiatori leggevano, classificavano e ordinavano lo spazio visitato: in altre parole, ciò che vedevano e ciò che non vedevano.[10] La guida, inoltre, esprimeva valutazioni sulle infrastrutture del viaggio, come pure, in forma implicita o esplicita, sulle esigenze e gli interessi dei turisti e delle turiste. Mirando a fornire un orientamento per tutti i turisti e turiste, la guida (a differenza della relazione o del diario di viaggio) produceva rappresentazioni di collettivi sociali e contribuiva al tempo stesso a costruire le loro esigenze e prospettive.[11] Verso la metà dell'Ottocento un marchio eccelleva particolarmente nella definizione di determinati standard e quindi nella costruzione di un collettivo nazionale di viaggiatori: l'*Handbook for Travellers* della casa editrice londinese John Murray. Esso mostrava come "agli inglesi" piacesse viaggiare, soggiornare e mangiare bene, ed era considerato l'ideale lettura preparatoria per un viaggio turistico. Per questo all'epoca era anche un ricorrente bersaglio della critica al turismo.[12] Mezzi di comunicazione come il *Murray's Handbook for Travellers* (d'ora in poi il *Murray*, ndr) partecipavano alla prassi imperiale del Regno Unito di ordinare e rimodellare gli spazi extraterritoriali secondo i propri standard. Pertanto fin dall'inizio il

8 I relativi studi si sono orientati sinora alla costruzione di grandi spazi, ma poco sulla percezione delle trasformazioni. Cfr. Mathieu/Boscani Leoni (a cura di), Die Alpen.

9 Murray's Hand-Book for Travellers in Northern Italy: States of Sardinia, Lombardy and Venice, Parma and Piacenza, Modena, Lucca, Massa-Carrara, and Tuscany as far as the Val d'Arno, London/Paris 1843, p. VII.

10 Urry/Larsen, Tourist Gaze 3.0, p. 1.

11 Cfr. Koshar, 'What ought to be seen'.

12 Tourists' Troubles. In: Punch, 31.10.1874, p. 185.

turismo britannico rappresentò anche una sorta di politica culturale estera, se non addirittura di "imperialismo culturale".[13] Partendo dalla considerazione, finora trascurata, che tale ambizione si esprimeva non solo nei confronti degli spazi extraeuropei, ma anche del "vecchio continente", interpreto le osservazioni e valutazioni della guida di viaggio come chiari indizi di tale tendenza.[14]

Ma le valutazioni e le esigenze che il *Murray* e altre guide formulavano in nome dei viaggiatori e delle viaggiatrici inglesi erano sempre le stesse, oppure dipendevano dalla specifica regione turistica e dallo stato della sua stessa "modernizzazione"? L'osservazione e la valutazione contemporanea del cambiamento spaziale-materiale in termini di adattamento alle esigenze turistiche fa riferimento al concetto di "modernità riflessiva". La "modernità" era innanzitutto una categoria di (auto)rappresentazione e un modello di ordine che definiva il modo in cui il mondo veniva percepito e classificato.[15] Il *tourist gaze* degli inglesi, in particolare, non si limitava a cercare e leggere i segni e i simboli di ciò che era esotico, fuori dall'ordinario e degno di essere visto, come ha sottolineato John Urry.[16] In altre parole: il turismo non era solo una fuga dalla quotidianità.[17] Secondo la mia tesi, una componente importante del *tourist gaze* – e quindi una leva per la colonizzazione informale dello spazio visitato da parte degli utenti turistici – era proprio la ricerca di segni della "modernità" e quindi anche di standard familiari in tale spazio. Su questo sfondo, indago qui le differenze nella prassi della valutazione turistica: gli inglesi valutavano di pari entità la "trasformazione adattiva" nelle regioni turistiche della Svizzera e dell'Italia settentrionale? Quali standard informali risultavano coinvolti? Sono cambiati nel tempo?

Queste domande vengono qui affrontate principalmente attraverso una lettura seriale dei *Murray's Handbooks* per la Svizzera e l'Italia settentrionale. Tali guide, infatti, avevano la pretesa di parlare a nome dei "viaggiatori inglesi", codificandone le esigenze. Esse rappresentavano lo standard per i turisti inglesi. Le loro edizioni sulla Svizzera e sull'Italia settentrionale venivano aggiornate e riedite ogni cinque anni circa, e dalla metà dell'Ottocento quasi ogni due anni. La loro lettura in serie ci permette di ricostruire la formazione dei modelli di percezione e valutazione e di renderne visibile la durata. Rispetto alle guide di altri Paesi, in particolare quelle pubblicate in Germania, spiccano alcune specifiche caratteristiche del *tourist gaze* britannico sull'Europa continentale, così come viene codificato dal *Murray*. Tali caratteristiche verranno presentate in successione. In primo luogo, affronterò la particolare prospettiva britannica attraverso la quale vengono caratterizzate le destinazioni della "Svizzera" e

13 Cfr. Mackenzie, Empires of Travel.
14 Cfr. Cole, Britannia, p. 113; Steward, 'How and Where To Go'; Berrino, Storia del turismo, pp. 25–37.
15 Cfr. Mergel, Modernization; Raphael, Moderne.
16 Urry/Larsen, Tourist Gaze, p. 4.
17 Così in Berrino, Storia del turismo, pp. 7–8, 11–13.

dell'"Alta Italia". Esaminerò poi l'osservazione turistica della "modernità" nello sviluppo delle infrastrutture della mobilità e nell'architettura. Infine, prenderò in esame la valutazione dell'offerta di strutture di pernottamento e ristorazione.

Prima degli altri: il *tourist gaze* britannico

I britannici e le britanniche (allora semplicemente gli *Englishmen*) costituivano il gruppo trainante della nascente età del turismo, il cui avvento in Gran Bretagna coincise con l'inizio dell'età vittoriana nel 1840. I *Victorians*, e più tardi gli *Edwardians*, erano sul continente europeo i viaggiatori più numerosi e con maggior disponibilità finanziaria. Si può presumere che da loro provenisse una domanda turistica non solo su base nazionale, ma anche relativa a una specifica classe sociale: nell'Ottocento era infatti quasi esclusivamente la *upper class*, aristocratici e reali compresi, a viaggiare sul continente e oltre.[18] Tale tipo di domanda influenzò le trasformazioni turistiche in varie regioni. Il mezzo di comunicazione per eccellenza, che non solo descriveva ma validava la loro tipologia di domanda, era l'*Handbook for Travellers* del Murray. Il valore di mercato di questa prima moderna guida di viaggio stava nel fatto che non solo illustrava le regioni, ma forniva anche utili consigli e si sforzava, inoltre, di soddisfare le esigenze dei turisti e delle turiste moderne: massima velocità possibile, massima comodità e massimo risparmio. Fu questa moderna funzione a spingere editori come Murray a scendere nel già saturo mercato delle guide di viaggio con una prima pubblicazione per poi produrne, con costanza e regolarità, nuove edizioni. In tal modo, la guida di viaggio non aveva solo l'obiettivo di documentare ciò che meritava di essere ammirato in assoluto (per così dire "fuori dal tempo"), ma anche la progressiva trasformazione dello spazio: era anche un mezzo di riflessione sulla "modernizzazione" e sulla percezione turistica. Le moderne guide di viaggio fornivano ai turisti e alle turiste, ma anche a chi non poteva permettersi un viaggio, un'idea di come gli spazi lontani venissero trasformati per soddisfare le loro esigenze di stranieri. Esse offrivano ai viaggiatori, effettivi o potenziali, un'attestazione del loro potere quali clienti stranieri.

Questo era il nuovo contesto che, intorno al 1840, distingueva da un punto di vista funzionale le osservazioni e valutazioni da parte dei viaggiatori britannici sul continente europeo rispetto a quelle precedenti, risalenti già al Seicento. Murray non solo spalancava il mondo ai *Victorians*, ma forniva anche valutazioni di grande forza orientativa: sulla modernità delle infrastrutture di viaggio, sul comfort delle strutture ricettive, sulle comodità offerte da una certa destinazione, oppure sulla loro mancanza. Karl Baedeker, fondatore della casa editrice che negli ultimi decenni dell'Ottocento strappò il primato alla Murray, affermò nelle sue prime edizioni di essersi ispirato all'editore inglese

18 Cfr. Berghoff et al. (a cura di), The Making; Berrino, Storia del turismo, p. 23. Sul viaggio nelle Alpi della regina Vittoria del 1868 e sulla sua ricezione pubblica cfr. Bachmann, Die Macht, pp. 88–114.

e anzi di averne adottato le linee principali come contenuti e struttura. In seguito anche John Murray ricordò dirette (e non segnalate) derivazioni dalle proprie guide che erano confluite nei *Baedeker*.[19] Nella fase iniziale del turismo moderno, la casa editrice Murray aveva plasmato, anche al di fuori dei confini nazionali, il modello con cui presentare e rendere leggibili nelle guide di viaggio le varie destinazioni. I diversi autori che lavorarono per Murray nelle prime edizioni (e che non venivano nominati nei volumi), pur usando accenti diversi, diedero un forte orientamento alla rappresentazione delle singole regioni turistiche. Le edizioni successive, infatti, apportarono sempre solo modifiche graduali al testo.

Ciò che accomunava i manuali di Murray, distinguendoli dai *Baedeker* e da altre guide tedesche, era di elevare a standard le condizioni inglesi. Il messaggio implicito era che i britannici avrebbero dovuto muoversi – non solo oltreoceano e sui mari, ma anche sul continente europeo – con la consapevolezza di viaggiare dal centro verso le periferie del mondo. Tale messaggio veniva trasmesso dalle valutazioni, in particolare quelle relative al comfort, di cui si parlerà più avanti. Gli autori dei *Murray* erano investiti dell'autorità di dettare insindacabili giudizi riguardo allo sviluppo delle infrastrutture e dei servizi turistici sul continente europeo. E per loro rimase scontato che solo l'adeguamento agli standard inglesi indicasse il positivo sviluppo di una regione turistica.

La ricerca interpreta la standardizzazione come un processo di uniformazione delle strutture, negoziato per lo più a livello internazionale.[20] Così concettualizzata, la standardizzazione non sembra essere una questione particolarmente significativa nella storia del turismo. Secondo un assunto comune, infatti, i turisti e le turiste sono alla ricerca di un cambiamento rispetto alla propria quotidianità e l'industria turistica cerca di presentare le destinazioni come uniche e particolari; in tale prospettiva la standardizzazione non sembra essere un elemento desiderabile.[21] Tuttavia la standardizzazione può essere pure intesa come una prassi, presente anche nell'orizzonte quotidiano, che assegna una "qualità standard" a un determinato spazio e interpreta i cambiamenti di altri spazi in termini di adattamento alle condizioni che caratterizzano lo spazio elevato a standard. In questo caso si possono osservare numerosi processi di questo tipo nella storia dello sviluppo turistico. Si aprono così importanti prospettive per una storia internazionale del turismo. Tali questioni ricorrono spesso nelle ricerche di Annunziata Berrino riguardanti l'Italia: chi poteva definire gli standard (informali) e a spese di chi?[22] Quali rapporti di

19 [Karl Baedeker], Die Schweiz. Handbüchlein für Reisende, nach eigener Anschauung und den besten Hülfsquellen bearbeitet, Koblenz 1844, p. III; John Murray, The Origin and History of Murray's Handbooks for Travellers. In: Murray's Magazine. A Home and Colonial Periodical for the General Reader, vol. VI, London 1889, November, pp. 623–629, qui pp. 628–629.

20 Wenzlhuemer, The History of Standardisation.

21 Van Leeuwen, European Standardisation, pp. 115, 143–144.

22 Cfr. Berrino, Storia del turismo; Berrino, Le città italiane.

potere transnazionali venivano così (ri)prodotti e perpetuati? Di chi erano gli standard che furono universalizzati, cioè elevati a norma, e di chi invece quelli che furono rimossi?

Se, da un lato, l'impero britannico dovette spesso accettare la concorrenza della Francia nell'imporre parametri globali nel campo delle unità di misura, dall'altro esso ottenne la supremazia nella standardizzazione informale nel campo del turismo; e ciò ancor prima che Thomas Cook iniziasse a operare nei mercati turistici esteri.[23] In questo modo il settore turistico britannico, a cui gli autori dei *Traveller's Handbooks* davano voce a livello informale, proponeva un insieme di esigenze specificamente nazionali, ovvero inglesi.[24] Secondo il *Murray*, gli *Englishmen* dell'Ottocento viaggiavano in periodi particolari, soprattutto nei mesi estivi, ma soprattutto viaggiavano con esigenze particolari.[25] Queste derivavano dall'autopercezione di rappresentare il livello di sviluppo più alto della civiltà umana. Il fatto che l'industrializzazione e il libero commercio avessero avuto origine in Inghilterra rendeva le isole britanniche, agli occhi di molti *Victorians*, la patria d'origine del progresso tecnologico e commerciale. La mobilità turistica confermava e rafforzava questa immagine di sé: infatti si poteva in genere osservare come sul continente europeo si fossero lentamente affermate le infrastrutture di trasporto e gli standard di alloggio conosciuti in patria.

Questo ruolo di anticipatori sui tempi e la crescente affermazione di sé come nazione e come impero erano valori che entravano in gioco nei viaggi nell'Europa continentale ed emergono, per esempio, dalle pagine del diario di viaggio in Italia (1850) dello scozzese Edward Baxter, imprenditore e poi politico dei *Liberals*. Viaggiando da Firenze verso Roma in un'affollata carrozza di seconda classe, Baxter osservò le reazioni nei confronti del nuovo mezzo di trasporto da parte dei viaggiatori italiani e degli altri. In particolare rimase "exceedingly amused" di fronte a un anziano cittadino di Firenze, seduto di fronte a lui, che "seemed to be travelling on a railway for the first time in his life, for the motion, the bridges and embankments filled him with astonishment not unmixed with fear".[26] Il fatto di essere già abituato a viaggiare in treno rendeva Baxter un *local* rispetto alla moderna forma di trasporto, mentre l'anziano fiorentino sembrava uno "straniero" nel suo stesso paese.[27] Tale

23 Per l'Italia cfr. Dawes, La rivoluzione turistica.

24 Cfr. Mackenzie, Empires of Travel. Accanto all'identità nazionale/imperiale entravano in gioco anche le identità di genere: nelle guide Murray la *lady* rappresentò sempre più una distinta figura turistica, con esigenze che si differenziavano da quelle maschili.

25 Murray's Handbook for Travellers in Switzerland, And the Alps of Savoy and Piedmont, London/Paris [7]1856, p. XXXVII; Murray's Handbook for Travellers in Switzerland, and the Alps of Savoy and Piedmont, London [11]1865, p. XXXIII.

26 William Edward Baxter, The Tagus and the Tiber; or, Notes of travel in Portugal, Spain, and Italy, in 1850, vol. 2, London 1852, p. 58.

27 Ibidem.

inversione di ruoli era un importante effetto collaterale del turismo moderno, la cui spinta materiale al cambiamento poteva in un certo senso avvantaggiare sul piano della localizzazione i visitatori e le visitatrici straniere.

Tipico del *tourist gaze* britannico era misurare il posizionamento della regione o dello Stato visitati rispetto al proprio standard, indubbiamente avanzato, cioè collocarli su un'ideale linea temporale orientata al progresso, indicandone così il grado di modernità raggiunto. Il turismo alpino transfrontaliero era spesso accompagnato da una prassi comparativa da parte dei turisti e ciò stimolò questa localizzazione degli spazi lungo tale linea temporale di progresso. L'alpinista Edward Whymper la documentò nel suo popolare diario di viaggio *Scrambles amongst the Alps in the years 1860–'69*. Dopo aver visitato numerosi luoghi in Svizzera, Savoia e Italia, così scrisse della Valle Tournanche in Valle d'Aosta, i cui abitanti vivevano "behind the times":

"Their paths are as bad as, or worse than, they were in the time of De Saussure, and their inns are much inferior to those on the Swiss side. If it were otherwise there would be nothing to prevent the valley becoming one of the most popular and frequented of all the valleys in the Alps; but, as it is, tourists who enter it seem to think only about how soon they can get out of it, and hence it is much less known than it deserves to be on account of its natural attractions."[28]

Whymper ipotizzava che il maggiore ostacolo al "miglioramento dei sentieri nelle valli italiane" fosse la popolazione locale, perché convinta che solo i proprietari delle strutture ricettive avrebbero beneficiato di tali miglioramenti. Egli ammetteva che tale opinione potesse avere qualche fondamento, ma optava per un'argomentazione simile a quella dei sostenitori locali del turismo, considerando inevitabile questa trasformazione:

„but inasmuch as the prosperity of the natives is connected with that of the innkeepers, the interests of both are pretty nearly identical. Until their paths are rendered less rough and swampy, I think the Italians must submit to see the golden harvest principally reaped in Switzerland and Savoy."[29]

In tal modo il popolare alpinista rivendicava in nome dei turisti e delle turiste un'obiettiva richiesta di modernizzazione, esercitando un'indiretta pressione su coloro che sembravano opporsi allo sviluppo turistico dei propri spazi.

Il confronto tra Svizzera e (Alta) Italia come destinazioni turistiche

Comparare e istituire relazioni tra gli spazi è stata da sempre una prassi costitutiva del turismo. I turisti e le turiste confrontavano lo spazio che visitavano con quello per loro quotidiano, familiare, così come nel discorso turistico, soprattutto degli operatori in concorrenza tra loro, le destinazioni venivano

28 Edward Whymper, Scrambles amongst the Alps in the Years 1860–'69, London 1871, p. 167.
29 Ibidem.

confrontate continuamente.[30] Come mostra il citato esempio di Whymper, il confronto tra Svizzera e Alta Italia veniva stimolato già soltanto per la loro vicinanza geografica e per i loro itinerari transfrontalieri ormai consolidati. Con la ripresa dei viaggi transnazionali dopo il 1815, l'itinerario tra l'Alta Italia e la Svizzera rappresentò il più frequentato del cosiddetto *Grand Tour*, estesosi ormai alla classe borghese.[31] Di solito, nel corso del loro viaggio sul continente, i figli e le (poche) figlie dell'aristocrazia avevano visitato le città svizzere solo nel ritorno dall'Italia; i moderni turisti britannici, invece, si recavano perlopiù prima in Svizzera.

Mentre la penisola italiana era diventata fin dal Rinascimento la Mecca di ogni europeo amante dell'arte e della cultura, il fascino delle Alpi era più recente. Esso fu inizialmente sollecitato da interessi naturalistici ed estetici, poi sempre più dallo sport e dal turismo: le sue radici affondavano quindi in egual misura nella cultura illuministica, romantica e capitalistica. Con la fondazione dell'*Alpine Club* (1857), l'alpinismo (principalmente sportivo) si diede una forma di espressione moderna, cioè organizzata, dapprima in Gran Bretagna e poi anche nell'Europa continentale.[32] Già dalla fine dell'età napoleonica, la combinazione tra il singolare fascino delle cime maestose e le ambizioni sportive di una borghesia sempre più attenta al corpo e alla salute conferì alla Svizzera il primato tra le destinazioni preferite dei viaggiatori britannici e di altri Paesi europei. La differenza tra semplici turisti e veri alpinisti era sfumata. Il *Murray* e le altre guide di viaggio si rivolgevano sostanzialmente a turisti e turiste che volessero intraprendere itinerari alpini, più o meno lunghi, a piedi o su un *char-à-banc*, il mezzo che sostituiva le carrozze sui ripidi sentieri di montagna. Fu anche grazie all'offerta di questi servizi che la Svizzera esercitò una così grande attrazione su tutti i sessi. Ben presto recepita come sinonimo di "Alpi", essa diventò un laboratorio del turismo moderno, nel quale vennero messi in pratica forme di ospitalità, auto-promozione, ma anche di mentalità e comportamento turistici.[33] In questo senso la Svizzera svolse un indiscusso ruolo pionieristico nell'area alpina; il risvolto negativo fu la denuncia di una "volgarizzazione" delle Alpi presente nel turismo svizzero, espressa sempre più frequentemente nel corso del lungo Ottocento, anche da parte inglese.[34]

Al *modus* turistico apparteneva però non solo la possibilità di vivere direttamente l'esperienza mozzafiato della "Svizzera" come veniva raffigurata dall'alpinismo romantico, ma anche la puntuale osservazione dei cambiamenti

30 Le regioni turistiche si confrontarono tra loro così come i turisti e le turiste confrontarono le destinazioni, senza contare il confronto con le stesse aspettative che vengono riposte in ogni viaggio. Esempi in Cole/Scharf, Alpine Tourism, pp. 38–39; Kassymbekova, How did the Russian Elite Discuss.

31 Towner, The Grand Tour, p. 303.

32 Cfr. Cole, Britannia.

33 Mathieu, La percezione delle Alpi; Tissot, Alpine Tourism.

34 Tissot, Alpine Tourism, pp. 71–77; Cole/Scharf, Alpine Tourism, p. 44; Cole, Britannia, pp. 111–112; Bachmann, Macht auf dem Gipfel, pp. 27–50, in part. p. 28.

infrastrutturali che miglioravano l'accessibilità del Paese alpino. Nella prima edizione del *Murray* sulla Svizzera (1838), scritta personalmente dallo stesso John Murray insieme al pittore e inventore William Brockedon, si affermava che anche questo cambiamento antropico dell'ambiente costituiva di per sé un'esperienza turistica che rendeva di sicuro interesse un viaggio nelle Alpi svizzere: "The improvements of roads, the opening of new passes over the Alps, the establishment of steam-boats, and the increased facilities of locomotion, have given rise to a thoroughly different system of travelling."[35] Con ciò si intendeva anche una migliore accessibilità del Paese alpino da parte dei viaggiatori inglesi, tramite la ferrovia attraverso la Francia.

L'Italia rimase invece la destinazione principale per il perfezionamento dell'educazione classica. Nella tradizione del *Grand Tour*, i turisti e le turiste visitavano gli importanti tesori d'arte e le vestigia dell'antichità, godevano di paesaggi pittoreschi e spesso confrontavano ciò che vedevano con le immagini che erano state loro trasmesse dalle opere artistiche o dai libri. Dalla ricerca storica sappiamo che i viaggiatori britannici simpatizzavano spesso per il Risorgimento e quindi erano anche impegnati in un turismo politico, che a sua volta offriva loro anche l'occasione di criticare le proprie condizioni nell'era vittoriana.[36] Tuttavia l'ondata di interesse che aveva investito la Svizzera, quale paradiso turistico appena spalancatosi e ancora da esplorare, intorno al 1840 non era ancora arrivata fino all'Italia. La prima edizione del *Murray* per l'Italia settentrionale (1843), scritta dall'archivista e storico inglese Francis Palgrave, si limitava a constatare nella prefazione che la popolarissima opera di Mariana Starke, per decenni la guida pressoché unica per l'Italia, dopo la sua morte era diventata per certi versi "antiquated" a causa del "rapid change of circumstances". Mancava, secondo Palgrave, una guida in lingua inglese che coprisse non solo le capitali, ma anche tutte le località e le attrazioni meritevoli di visita.[37]

Secondo il punto di vista britannico, già intorno al 1840 la Svizzera si trovava nella fase del decollo, del *take-off* turistico, che veniva individuata sulla base di univoci criteri.[38] La situazione dell'Italia, invece, era tutt'altro che chiara. In sostanza, quindi, solo la morte dell'autrice di un duraturo bestseller e, cosa probabilmente più importante, il successo editoriale dei primi volumi della collana furono i motivi che spinsero alla pubblicazione del primo *Murray*

35 [John Murray], The Hand-Book for Travellers in Switzerland And the Alps of Savoy and Piedmont, including the protestant valleys of the Waldenses, London/Paris 1839 [prima edizione London 1838], p. V. Tutti i passi citati provengono da questa ristampa della prima edizione del 1838.

36 Pemble, The Mediterranean Passion; Butler, Revisiting Italy.

37 Murray's Northern Italy, 1843, p. V. Il diario di viaggio in Italia di Mariana Starke del 1820 rappresentò per due decenni la guida fondamentale in lingua inglese; si veda Berrino, Storia del turismo, pp. 25–26, 34–35.

38 Per *take-off* si intendono qui lo sviluppo e la professionalizzazione dell'industria alberghiera e della ristorazione, nonché l'espansione delle infrastrutture della mobilità. Non condivido le implicazioni teoriche relative alla modernizzazione che possono essere attribuite al termine. Sul concetto cfr. Scharf, Alpen, p. 48.

sull'Italia settentrionale, che per di più si presentava sostanzialmente come una guida artistica. Se in genere gli anni Quaranta del XIX secolo venivano descritti come un periodo di rapidi cambiamenti, come una cesura verso il decollo del turismo moderno, ciò sembrava non valere per l'Italia settentrionale. Dalla prefazione della relativa guida risultavano assenti i riferimenti a concreti cambiamenti infrastrutturali. Sembrava piuttosto che l'area alpina italiana, eclissata dalla Svizzera, potesse comunque trarre vantaggio dal turismo elvetico. Fin dall'inizio, infatti, gli alpinisti britannici amavano raggiungere il soleggiato versante meridionale delle Alpi, attraverso uno dei passi di alta quota, per poi concedersi una deviazione verso le valli, i laghi e le città dell'Alta Italia.[39] Per questo motivo, il *Murray* sulla Svizzera includeva non solo la regione della Savoia, ma anche una sezione del Piemonte. Quest'ultimo, nelle guide sulla Svizzera, figurava inizialmente come una regione turistica a sé stante, ma a partire dal 1848/49 venne esplicitamente indicato come "Italian".[40]

Col tempo anche le nuove infrastrutture di trasporto si allinearono a questa direzione di movimento: le ferrovie iniziarono a collegare le città svizzere con i laghi del Norditalia. Secondo le guide inglesi, l'esperienza turistica poteva arricchirsi dal contrasto tra l'impegnativo e talvolta faticoso alpinismo d'alta quota e la successiva incantevole visita alla Valle d'Aosta o alle valli piemontesi, con i loro campanili e le loro cappelle affrescate, magari coronata da un tour ricreativo lungo le rive dei laghi piemontesi e lombardi con i loro frutteti. Il confronto tra Svizzera e Alta Italia venne quindi regolarmente inserito nelle raccomandazioni degli itinerari turistici, che erano sempre più seguite dai viaggiatori.[41] L'analisi della percezione di entrambe le regioni turistiche e del loro cambiamento spaziale e materiale deve tener conto di questa rete di relazioni e rimandi tra la Svizzera e l'Italia settentrionale, che erano allora incorporate nel *tourist gaze* britannico.

Leggere la modernità nello spazio: strade, ferrovie e altri miglioramenti

I nuovi indirizzi della *Global History* sottolineano il ruolo che la tecnologia ebbe nel fondare il senso di superiorità dell'Europa, fornendo i presupposti alle rivendicazioni imperialistiche e al controllo coloniale di vaste aree del mondo.[42] Eppure la stessa Europa intorno alla metà dell'Ottocento era caratterizzata da asimmetrie in campo tecnologico. Solo queste asimmetrie resero possibile che

39 Whymper, Scrambles, p. 11–12; Murray's Switzerland, 1839, p. LXVIIIf.; Murray's Switzerland, 1856, p. 278.
40 Murray's Hand-Book for Travellers in Switzerland, and the Alps of Savoy and Piedmont, London/Paris [5]1852, p. 259.
41 Murray's Switzerland, 1839, pp. XLVI–XLVII, 316, 325–327; Murray's Switzerland, 1852, p. 259–260; Murray's Switzerland, 1856, p. 277; Whymper, Scrambles, p. 135. Cfr. Berrino, Storia del turismo, pp. 39–40
42 Cfr. Diogo/van Laak, Europeans Globalizing, pp. 2–6, 16–18.

anche la "modernità" diventasse un'attrazione turistica. Chi voleva ammirarla si recava a Londra o a Parigi, meta di decine di migliaia di visitatori stranieri soprattutto in occasione delle Esposizioni Universali.[43] A loro volta i *Victorians* valutavano le destinazioni del continente europeo sulla base di quanto la "modernità", misurata sui loro standard, vi si fosse già affermata. Secondo loro, le strutture tecniche costituivano un evidente indicatore di "modernità". Dato che esse miglioravano anche le condizioni della mobilità turistica, venivano dettagliatamente documentate nelle guide di viaggio, anche se per la Svizzera con modalità diverse rispetto all'Italia settentrionale.

Nello sguardo turistico britannico la Svizzera si presentava come una destinazione che sembrava rendersi accessibile solo grazie alla tecnologia moderna. L'attrazione per le Alpi in sé veniva sostanzialmente assorbita dal fascino della loro accessibilità tecnologica, e ciò ancor prima della seconda metà dell'Ottocento.[44] Fin dalla prima edizione, il *Murray* attirò l'attenzione dei lettori non solo sugli incantevoli panorami alpini e sugli imponenti siti naturali, ma anche sulle strutture della tecnologia moderna che contribuivano a dominare l'inospitale spazio naturale, preparandolo per le moderne forme di mobilità. Già nella prima edizione sulla Svizzera (1838/39), le grandi *highways* alpine, percorribili dalle carrozze, venivano descritte come "most surprising monuments of human skill and enterprise in surmounting, what would appear, at first sight, to be intended by nature as insurmountable".[45] Il modo in cui queste strade superavano fiumi e pendii, cascate e massicci montuosi era interpretato come un'espressione della moderna abilità ingegneristica, che sembrava superare tutte le difficoltà naturali, "without the least change in the level of the road".[46] Tra i passi alpini più notevoli, negli anni Cinquanta dell'Ottocento il *Murray* segnalava il Sempione, il San Gottardo, lo Spluga e il Bernardino, non solo per il loro scenario naturale ma anche per le "magnificent and skilfully constructed carriage-roads which have been made over them".[47]

In tal modo per i turisti e le turiste moderne la Svizzera diventava interessante perché vi si poteva ammirare non solo la sua natura ma anche la sua padronanza della tecnica. Col tempo crebbe l'enfasi posta sulla moderna arte ingegneristica. Mentre il *Murray* del 1852 definiva le grandi strade alpine "stupendous", nell'edizione del 1867 le dichiarava "marvels of engineering skill", connotandole senza alcun dubbio come conquiste della modernità.[48]

Ciò che traduceva in esperienza turistica questa capacità di conquistare la natura non era solo la possibilità di attraversare l'inaccessibile mondo delle

43 Cfr. Schulz-Forberg, London–Berlin; Lenger, Metropolenkonkurrenz.
44 Così in Tissot, Alpine Tourism, pp. 62–63.
45 Murray's Switzerland, 1839, pp. LXXI–LXXII.
46 Ibidem.
47 Murray's Switzerland, 1852, p. XXXV; Murray's Switzerland, 1856, p. XLIII; Murray's Handbook for Travellers in Switzerland, and the Alps of Savoy and Piedmont, London/Paris [12]1867, p. XLII.
48 Murray's Switzerland, 1852, p. XV; Murray's Switzerland, 1867, p. XIX.

montagne: in fondo, fin dall'antichità i passi alpini erano sempre stati attraversati dall'uomo. La novità risiedeva piuttosto nella modalità del viaggio, in un certo tipo di mobilità che era centrale per il turismo, ovvero comoda e piacevole. Quindi solo la comoda percorribilità degli spazi alpini veniva considerata un indiscusso segno dell'addomesticamento della natura selvaggia da parte della tecnologia moderna. Pertanto la lode delle grandi strade, qualificate come "excellent" dal *Murray* già nel 1838/39, si riferiva soprattutto al comfort che esse consentivano.[49] Ciò significava in primo luogo che vi potevano transitare le carrozze inglesi, cosa che non accadeva quando erano molto ripide e si doveva ricorrere a cavalli supplementari.[50] Per lo sguardo turistico non era quindi un piccolo dettaglio la gestibilità delle pendenze resa possibile dalle strade alpine moderne. Sul piano tecnico ciò fu ottenuto grazie alle serpentine, le quali verso la metà dell'Ottocento assursero a vere e proprie attrazioni turistiche. Il Murray dedicava un ampio paragrafo alle "zigzag terraces" e istruiva i *Victorians* su come affrontare un'infrastruttura stradale di questo genere, certamente insolita ma eccitante, per via delle strette curve, e al tempo stesso di assoluta sicurezza. Viaggiando attraverso la Svizzera, i *Victorians* potevano convincersi della qualità delle strade, che permettevano alle carrozze trainate da buoni cavalli di raggiungere velocità considerevoli, mentre i viaggiatori nell'abitacolo venivano sballottati di qua e di là.[51]

I concetti di comfort costituivano la base per un'enfatica osservazione del grado di modernizzazione tecnologica, ma con due particolarità. In primo luogo, erano ovviamente i concetti inglesi di comfort a guidare questa lettura turistica della modernizzazione. A ciò contribuiva il fatto che i ricchi *Victorians* preferivano sbarcare dalla nave sul continente portandosi dietro la propria carrozza, almeno fino a quando non vi fosse stato un servizio di posta speciale che offrisse ai viaggiatori alternative veloci e confortevoli per le tratte locali. Nelle prime edizioni del *Murray*, quindi, la valutazione sulla qualità delle strade aveva come riferimento le "English carriages". Anche attraverso la continua conversione delle distanze in miglia inglesi, le proprie unità di misura, il proprio senso del tempo, la "English estimation" e i concetti di comfort inglesi divennero il parametro della lettura dello spazio nel continente europeo.[52]

In secondo luogo, il grado di attenzione e il giudizio sulla modernizzazione tecnologica in ogni regione turistica variavano a seconda di quanto in precedenza fosse stato comodo o scomodo per i *Victorians* il relativo viaggio. La percezione della modernizzazione dipendeva quindi dai miglioramenti in

49 Murray's Switzerland, 1839, p. XIX.
50 Ibi, p. 238.
51 Ibi, pp. LXXIII.; Murray's Switzerland, 1867, p. LII; Murray's Handbook for Travellers in Switzerland, the Alps of Savoy and Piedmont, the Italian Lakes, and Part of Dauphiné, London [16]1879, p. XVII.
52 Murray's Switzerland, 1839, p. 238; ibi, p. 349, si dice di Ivrea: „This town or city, as it is called, – and in English estimation, as the seat of a bishop, ought perhaps to be considered one." Si veda anche Murray's Switzerland, 1856, p. 314.

termini di comfort relativamente ai turisti e turiste britanniche, piuttosto che dall'effettivo stato e progresso dello sviluppo tecnologico. Questo è uno dei motivi principali per cui il *Murray* descrisse con maggiore enfasi la modernizzazione svizzera rispetto a quella italiana. Anche le grandi strade italiane percorribili dalle carrozze erano giudicate "excellent", persino in quelle zone soggette a regolari inondazioni. Eppure in nessuna guida tale buono stato delle strade veniva celebrato come una conquista della modernità, come invece accadeva per la Svizzera.[53]

La lettura del grado di modernità legata ai cambiamenti infrastrutturali si riflette anche nella presenza o meno di cenni sulla loro storia all'interno delle guide turistiche. A parte poche eccezioni, le eccellenti strade del Nord Italia sembrano non meritare alcuna informazione sulla loro genesi. Nel *Murray* non vi è particolare menzione del fatto che anche in Italia si dovessero superare notevoli dislivelli nelle fasce alpine, sulle coste scoscese e sugli Appennini. Invece, per quanto riguarda le "carriage-roads" sui passi alpini, la guida indica ripetutamente Napoleone quale costruttore, "which will assist in immortalising his name".[54] Prima di lui, il trasporto di passeggeri e merci era possibile solo a dorso di muli o cavalli, come nell'antichità. Sui passi minori, tuttavia, il tempo sembrava essersi fermato: lì tutto il traffico si basava ancora su animali da soma.[55] In questo modo la guida rappresentava la Svizzera come una regione turistica in pieno sviluppo e sulla via del progresso, anche se con discontinuità territoriali. All'Italia veniva certo riconosciuta una grande storia, ma i suoi cambiamenti del recente passato, del presente e del futuro non venivano letti in una narrativa di progresso.

Negli anni Sessanta dell'Ottocento l'ammirazione verso le capacità svizzere crebbe a tal punto che il *Murray*, con affermazione davvero inedita, finì per relegare l'Inghilterra al secondo posto nella classifica delle competenze moderne in materia di costruzioni stradali. Nella sua edizione del 1865 si legge:

"The Swiss are essentially a road-making nation, and had good roads when those of continental Europe generally were still execrable. They bestow an amount of care and expense in avoiding hills and steep declivities which should make an Englishman ashamed of the state of things in the hilly parts of England."[56]

Pareva tuttavia strano che, dopo un tale investimento di tempo e denaro, gli Svizzeri avessero comunque ridotto la velocità delle diligenze a cinque o sei miglia all'ora, quando le loro strade erano state progettate per le undici miglia all'ora. Spesso per i turisti britannici la velocità di viaggio in Svizzera risultava

53 Murray's Switzerland, 1839, p. 317; Murray's Northern Italy, 1843, p. 423–424.
54 Murray's Switzerland, 1839, p. XXIX–XXX; Murray's Switzerland, 1852, p. XXII; Murray's Switzerland, 1856, p. XXX.
55 Ibidem.
56 Murray's Switzerland, 1865, p. LIII.

troppo bassa.[57] In questo senso le regole e le consuetudini degli Stati dell'Italia settentrionale avrebbero dovuto ricevere il crisma della modernità. E invece qui, dove la vista dalla diligenza riservava innumerevoli scorci pittoreschi, il *Murray* si lamentava dell'eccessiva velocità, consolidando così uno stereotipo nazionale diffuso ancor oggi. La interpretava, infatti, come segno della spericolatezza dei cocchieri che non si preoccupavano "whether the *legno [cioè la carrozza]* and its contents be or be not smashed to atoms".[58] Per riassumere: la velocità veniva celebrata come parte dell'esperienza moderna quando si correva sui tornanti alpini, mentre veniva giudicata spericolatezza sulle meno impegnative strade dell'Alta Italia.

Le diverse prospettive e aspettative che i *Victorians* nutrivano nei confronti delle due destinazioni emergevano nettamente anche riguardo al simbolo più importante della moderna locomozione: la ferrovia. In Svizzera ne misurarono l'espansione quasi con impazienza, valutandola sempre limitata rispetto ai propri standard; soprattutto qui, infatti, la ferrovia prometteva di accrescere enormemente il comfort di viaggio. Nelle sue prime edizioni, il *Murray* fornì una vera e propria storia a puntate della costruzione della ferrovia svizzera, esplicitando i fattori che promuovevano oppure ostacolavano la modernizzazione. Nel 1852, quando ancora era disponibile solo un breve tratto ferroviario fra Baden e Zurigo, il *Murray* non esitava ad annunciare ai propri lettori e lettrici un'ampia modernizzazione. Sottolineava come l'"Administration of Public Works" elvetica fosse impegnata nell'allestimento di una rete ferroviaria completa, che avrebbe coperto i diversi Cantoni, e che ciò derivava dal processo di formazione dello Stato avviatosi dopo il 1848. La guida illustrava in dettaglio i tracciati previsti, insieme ai costi che assommavano ad oltre 100 milioni di franchi e intorno ai quali l'assemblea federale avrebbe dovuto prendere a breve una decisione.[59] In tal modo i turisti e le turiste diventavano osservatori della modernizzazione infrastrutturale in atto nonché delle decisioni e procedure politiche che l'accompagnavano nell'assetto democratico della Svizzera.

La nuova edizione del *Murray*, uscita dopo soli quattro anni, sembrò essere motivata proprio dall'espansione della ferrovia, ormai in rapida ascesa. Si trattava ora di raccontare una storia di progresso a beneficio della clientela britannica. All'inizio veniva posta la questione del perché fino al 1855 la Svizzera avesse avuto una sola linea ferroviaria, per di più molto breve. Secondo il *Murray* ciò non era derivato, come spesso si era creduto, dalle difficoltà poste dalle condizioni naturali del territorio alpino. Ad eccezione dei passi sull'area alpina centrale e sul Giura, la Svizzera veniva presentata come "not a very difficult country", con condizioni in gran parte non peggiori di quelle di diverse aree dell'Inghilterra meridionale. Grazie alle valli del Reno e del

57 Murray's Switzerland, 1865, p. LIII.
58 Murray's Northern Italy, 1843, p. XIII.
59 Murray's Switzerland, 1852, p. XX.

Rodano, le ferrovie avrebbero potuto facilmente penetrare in profondità nelle Alpi. La vera difficoltà era derivata dalle "extraordinary and incredible jealousies between not only the different cantons, but the different communes or parishes",[60] come pure dagli ostacoli giuridici all'acquisto dei terreni necessari. Il particolarismo svizzero sembrava essere dunque il maggiore ostacolo alla diffusione della tecnica moderna e quindi del moderno comfort. Solo dal 1848, dopo essersi data un nuovo governo e una nuova costituzione, centralizzando i poteri decisionali, la Svizzera era stata in grado di pianificare una rete ferroviaria completa.[61] Per gli inglesi il processo di integrazione e uniformazione dello Stato nazionale aveva costituito per la Svizzera la condizione essenziale per la realizzazione di tale innovazione tecnologica. E questo è probabilmente il motivo che impediva di apprezzare gli analoghi progressi della costruzione della rete ferroviaria che erano in atto nell'Italia settentrionale.

L'osservazione dello sviluppo tecnologico delle Alpi divenne anche l'occasione di una narrazione autocelebrativa sull'"aiuto allo sviluppo" fornito alla Svizzera. Il *Murray* del 1856 segnalava che molte delle linee ferroviarie completate nel frattempo erano state realizzate "by English engineers and with English capital". La linea ferroviaria sudorientale della Svizzera era stata realizzata dall'ingegnere inglese Pickering; i lavori di sterratura si erano svolti sotto la supervisione inglese. La linea ferroviaria sarebbe stata completata da tempo se i lavori non fossero stati improvvisamente interrotti a causa di divergenze tra la dirigenza svizzera e quella inglese. L'Inghilterra appariva pertanto nel ruolo di garante della modernizzazione, come una potenza disposta ad agire e investire in un contesto locale che al contrario frenava. Il *Murray* spiegava ai suoi lettori e lettrici come il terreno fosse stato meticolosamente studiato per individuare il tracciato adatto per un tunnel attraverso le Alpi e discuteva dei relativi problemi da prendere in considerazione: tutto ciò faceva pensare che l'impresa di apertura al traffico delle alte montagne svizzere fosse interamente un progetto britannico. Il riferimento agli sterratori piemontesi impegnati nei lavori – giudicati abili come quelli inglesi, mentre quelli svizzeri non erano risultati idonei – rappresentava implicitamente un positivo auspicio per l'avvio della costruzione della rete ferroviaria nel regno di Sardegna-Piemonte. La guida faceva salvo comunque il primato britannico: i piemontesi lavoravano "not so skillfully" rispetto agli sterratori inglesi.[62] Nella guida *Murray* dell'Italia, invece, tali riferimenti all'abilità dei lavoratori italiani non si ritrovano, e nemmeno viene menzionato il processo di costruzione della rete ferroviaria.

Per muoversi all'interno della Svizzera, ma soprattutto per raggiungerla, la ferrovia era indubbiamente considerata dai *Victorians* il mezzo di trasporto più

60 Murray's Switzerland, 1856, p. XXVII.
61 Ibidem.
62 Ibi, p. XXVII–XXVIII; Murray's Switzerland, 1865, p. XXIV.

comodo, che sembrava rendere obsoleta la carrozza. Il *Murray* del 1856 notava come fosse ormai possibile "to reach Zürich from England without entering a diligence"[63] e a metà degli anni Sessanta si rallegrava del fatto che le ferrovie "now bring Switzerland almost, as it were, to our own door".[64] Divenne quindi sempre più raro portarsi appresso dall'Inghilterra la propria carrozza. Il *Murray* sottolineava la "inconvenience" di tale vecchia usanza, anche perché ora in Svizzera le carrozze potevano essere facilmente prese a noleggio.[65] Tuttavia, l'indiscutibile preferenza della ferrovia rispetto alla carrozza riguardava solo la Svizzera. Per l'Italia settentrionale – sebbene lo sviluppo della rete ferroviaria fosse stato avviato già negli anni Quaranta, soprattutto nei territori asburgici – Francis Palgrave, lo studioso di storia e d'arte autore del primo *Murray* sull'Italia, non mostrava alcuna euforia al riguardo. I motivi che lo muovevano erano essenzialmente estetici. Per esempio, nella guida del 1843 si segnalavano i progressi nella costruzione del ponte ferroviario che avrebbe collegato Mestre con Venezia e sul quale sarebbe passata anche la fornitura d'acqua alla città lagunare. Si aggiungeva, però, che in tal modo il pittoresco viaggio attraverso la laguna sarebbe stato presto rovinato dal fumo, dalla puzza e dal rumore del treno. Ai turisti britannici in Italia, dunque, veniva consigliato il noleggio di una carrozza, per spostarsi comodamente da una città all'altra e godere di stupendi panorami.[66]

Il *Murray* sembrava non attribuire particolare urgenza all'espansione della ferrovia nell'Italia settentrionale. Ciò pare tanto più significativo a fronte dell'elogio che lo stesso Palgrave rivolgeva alla linea ferroviaria, appena inaugurata, tra Anversa e Colonia per la comodità che offriva, rispetto al viaggio in piroscafo, a coloro che si recavano in Italia.[67] Eppure, sullo sfondo dei famosi paesaggi e pittoreschi scenari dell'Alta Italia, il nuovo mezzo di locomozione non poteva essere letto come indicatore di modernità e comfort. Anzi, la tecnologia moderna e le esperienze sensoriali ad essa associate sembravano piuttosto deformare il carattere proprio della destinazione. La critica alla modernità di stampo conservatore poteva quindi trovare un avvallo nella descrizione delle trasformazioni materiali in atto nell'Italia settentrionale. In questo senso Palgrave, nel primo *Murray* sull'Italia, descrisse anche gli edifici "moderni" come un danno alla tradizione visiva dei turisti. A Milano, prospera città d'affari con strade ben pavimentate e case ben tenute, i visitatori avrebbero assistito alla rapida scomparsa degli edifici antichi per far posto a quelli moderni, commerciali e funzionali. Così si lamentava lo storico: "Milan is fast losing her peculiar Lombard character, and assuming the uniform and unex-

63 Murray's Switzerland, 1856, p. XXVII.
64 Murray's Switzerland, 1865, p. V.
65 Murray's Switzerland, 1856, p. XXII.
66 Murray's Northern Italy, 1843, p. 324.
67 Ibi, p. XIII.

pressive physiognomy of 'modern civilization', the most determined foe of the picturesque, whatever its other merits may be".[68]

Per gli inglesi quindi le innovazioni moderne garantivano il "pleasure" dei viaggiatori in Svizzera, mentre sembravano ridurlo nell'Italia settentrionale. Così il *Murray* scriveva di Monza, elogiata per la sua antica storia: "It's air of silent antiquity (though diminished very recently by modern improvements and by the railroad) is peculiarly striking when it is visited after busy, bustling Milan".[69] Qui dunque la tecnica, gli stili di vita e i mezzi di trasporto moderni venivano considerati (come da molti precoci critici della ferrovia) quali sinonimi di rumore, eccessiva velocità e danno fisico.[70] Queste percezioni trovavano alimento nel diffuso immaginario dei turisti nordici che viaggiavano sul suolo italiano come in un regno senza tempo. La ferrovia e gli altri aspetti materiali della modernità distruggevano l'aspettativa del turista di poter respirare, nelle famose località turistiche italiane, l'"autenticità" dell'età antica. Tutto ciò sembrava quindi snaturare l'esperienza turistica: i "modern improvers", affermava sarcasticamente Palgrave, si erano sforzati di distruggere il fascino unico e il "national character" delle città italiane.[71]

Negli anni Cinquanta questa interpretazione così pessimistica dei miglioramenti tecnici e di trasporto scomparve dalle nuove edizioni del *Murray*, non più curate da Francis Palgrave. Già nel 1852 gli edifici moderni che stavano sorgendo in molte città piemontesi venivano sì presentati in contrasto con le pittoresche torri, porte e portici antichi, ma senza darne un giudizio di valore.[72] La guida forniva informazioni altrettanto sobrie sui primi completamenti delle linee ferroviarie dell'Italia settentrionale, sulle sue stazioni e sulla lunghezza delle tratte. Si dava conto delle dinamiche dell'espansione ferroviaria, dei progressi raggiunti e del completamento di importanti collegamenti tra le numerose città dell'Alta Italia.[73] Dietro a ciò vi era anche l'intenzione da parte dell'editore John Murray di uniformare gli standard dei suoi manuali turistici. Gli accenti anti-moderni, presenti e assai espliciti nella redazione dello storico Palgrave, vennero quindi espunti dalla seconda edizione della guida sull'Alta Italia, per garantire una certa coerenza della collana nella valutazione delle varie destinazioni turistiche.

Ciononostante la cornice interpretativa non cambiò: a differenza del *Murray* sulla Svizzera, quello sull'Italia si limitò a registrare semplicemente le "modernizzazioni", senza valorizzarle come particolari successi tecnico-scientifici. La guida del 1860, ad esempio, indicava tutti i collegamenti ferroviari che

68 Murray's Northern Italy, 1843, p. 147.
69 Ibi, p. 142.
70 Cfr. Zuelow, A History of Modern Tourism, pp. 46–51.
71 Murray's Northern Italy, 1843, p. 256.
72 Murray's Handbook for Travellers in Northern Italy: embracing the Continental States of Sardinia, Lombardy and Venice, Parma and Piacenza, Modena, Lucca, and Tuscany as far as the Val d'Arno, London/Paris/Florenz [4]1852, p. 7.
73 Ibi, p. XIV.

ora collegavano le città dell'Italia settentrionale; vi s'intravedeva un cenno, solo implicito, all'abilità ingegneristica che li aveva resi possibili, là dove notava che la ferrovia tra Torino e Genova attraversava anche gli Appennini "by the great tunnel of Busalla". In generale il *Murray* posizionava l'Italia settentrionale "little behind other states of the Continent as regards railway communication".[74] Benché dal punto di vista britannico anche l'Italia venisse ora collocata sulla linea temporale del progresso e avesse chiaramente recuperato terreno – formulazione che fu mantenuta nelle edizioni successive – il *Murray* non inseriva ancora lo sviluppo ferroviario dell'Italia settentrionale in una narrazione di progresso, come invece accadeva per la Svizzera ancora nel 1879.[75] Sembrava che per la conoscenza turistica dell'Italia da parte degli inglesi fosse irrilevante sapere come e con quali difficoltà fosse stata realizzata la rete ferroviaria. Rarissimi sono i cenni alla capacità ingegneristica necessaria per costruire certe infrastrutture, anche se le strade costiere e i percorsi appenninici potevano certamente comportare "great engineering difficulties": così almeno si diceva nel 1860 a proposito della strada tra Nizza e Genova, iniziata sotto Napoleone ma le cui difficoltà, dovute alle elevate pendenze tra Ventimiglia e Genova, erano state superate sotto il governo sardo.[76] In precedenza, nei *Murray* sull'Italia, si era parlato di competenze tecniche solo in relazione ai periodi storici più antichi, con i "celebrated engineers" e architetti rinascimentali. Lo sguardo britannico veniva attirato soprattutto dalle imponenti fortificazioni, come il cinquecentesco Forte di Sant'Andrea del Sanmicheli sulla laguna di Venezia, che il *Murray* del 1843 lodava per il suo "genius".[77] L'età antica e quella rinascimentale continuarono a rappresentare i motivi turistici principali delle guide sull'Italia settentrionale, anche dopo che ne furono espunte le esplicite critiche verso la modernità. In questo senso le realizzazioni "moderne" sembravano poco significative, almeno fino a quando la *Belle Époque* non mise in scena la modernità anche dal punto di vista architettonico.

Alla ricerca del comfort inglese: le valutazioni su vitto e alloggio

Pubblicando le proprie lettere di viaggio scritte al fratello nel 1840, la scrittrice inglese Anna Eliza Bray raccontò a un vasto pubblico britannico il proprio itinerario attraverso l'Europa verso le Alpi svizzere. L'autrice dedicò molta attenzione agli aspetti del vitto e dell'alloggio. In queste lettere si lamenta spesso della difficoltà di poter gustare il tè inglese sul continente. Nelle locande tedesche non vi è nemmeno la possibilità di prepararsi il tè da soli, tanto sono

74 Murray's Handbook for Travellers in Northern Italy: comprising Piedmont, Liguria, Lombardy, Venetia, Parma, Modena, and Romagna, London/Paris/Florenz [8]1860, p. XV–XVI, citazione p. XV.
75 Murray's Switzerland, 1879, p. XVI.
76 Murray's Northern Italy, 1860, p. 87.
77 Murray's Northern Italy, 1843, pp. 50, 293 (citazione), 490; Murray's Northern Italy, 1852, pp. 283, 349, 440, citazione p. 460.

scarse le strutture ricettive. Solo al confine con la Svizzera il nipote della Bray riesce a prepararsi il tè nella cucina di una locanda: pur non essendo disponibili gli specifici bollitori, la locandiera si sforza di trovare alternative. Intorno al 1840 la Svizzera, al contrario della Germania, sembrava quindi già presentare un certo livello di ospitalità, che in prospettiva britannica coincideva essenzialmente nel soddisfare i desideri delle comitive inglesi.[78]

Ovviamente Anna Eliza Bray viaggiava attraverso il continente con il *Murray* e il suo racconto confermava la valutazione positiva della ricezione svizzera contenuta nella guida. Per quanto riguarda le locande più antiche e consolidate, la prima edizione del 1838/39 affermava: "It may be laid down as a general rule, that the wants, tastes, and habits of the English are more carefully and successfully studied in the Swiss inns than even in those of Germany".[79] Ciò significava, in concreto, che la maggior parte delle grandi locande offriva un *table-d'hôte dinner* nel pomeriggio, espressamente destinato agli inglesi, garantendo una cucina a loro familiare e inoltre che "the luxury of tea may always be had in perfection".[80] Naturalmente camere e letti dovevano essere di dimensioni e qualità adeguate. I locandieri e le locandiere venivano elogiati come "intelligent" e particolarmente segnalati se, oltre al tedesco e al francese, parlavano l'inglese, cosa che accadeva sempre più spesso.[81]

La particolare considerazione da parte delle locande svizzere per la clientela inglese era nota anche agli altri turisti. Nella sua edizione sulla Svizzera del 1852, il Baedeker notava con disappunto che le camere migliori dei grandi alberghi erano riservate agli inglesi, "mentre i viaggiatori di aspetto modesto vengono non di rado alloggiati sotto il tetto, a sei rampe di scale, senza essere serviti in alcun modo", ma senza per questo pagare di meno.[82] Il Baedeker raccomandava quindi al turista comune gli alberghi più piccoli, confermando al tempo stesso l'immagine che il *Murray* proponeva dei turisti e delle turiste inglesi: le loro aspettative erano le più alte e a loro spettava il ruolo di fissare quegli standard di comfort che intorno al 1850 sembravano diventare obbligatori per gli alberghi più grandi.[83] Gli sforzi degli albergatori più abbienti per soddisfare questi standard si manifestarono anche nella costruzione di cappelle inglesi, allo scopo di indurre i *Victorians* a trascorrere da loro la domenica.[84] All'inizio degli anni Cinquanta, il *Murray* poteva affermare che gli alberghi delle principali città svizzere non solo non avevano nulla da invidiare alla

78 A[nna] E[liza] Bray, The Mountains and Lakes of Switzerland; with Descriptive Sketches of Other Parts of the Continent, vol. 1, London 1841, pp. 229–231.
79 Murray's Switzerland, 1839, p. XXXIII.
80 Ibidem.
81 Murray's Switzerland, 1856, pp. 87, 95.
82 K[arl] Baedeker, Die Schweiz. Handbuch für Reisende, nach eigener Anschauung und den besten Hülfsquellen bearbeitet, Coblenza [4]1852, p. XV.
83 Cfr. anche Cole, Britannia, p. 113.
84 Murray's Switzerland, 1852, p. XXIV; Murray's Switzerland, 1856, p. XXXIII.

maggior parte di quelli francesi e tedeschi, ma anzi avevano ormai raggiunto lo standard britannico.[85]

Tra le qualità di quegli alberghi che si erano adattati alle specifiche esigenze dei turisti e delle turiste inglesi, rientrava la pulizia. Il *Murray* sottolineava con grande rilievo, generalmente in confronto agli alberghi italiani, la "English cleanliness" di quelli svizzeri.[86] In particolare nel cantone di Berna, le case persino dei villaggi più remoti si sarebbero distinte per una tale pulizia da soddisfare anche gli ospiti più pignoli.[87] La valutazione della pulizia sembra avere in questo caso un risvolto politico-confessionale: erano soprattutto i territori riformati che parevano soddisfare gli standard inglesi. L'unico aspetto che lasciava a desiderare era la percezione olfattiva nelle locande svizzere. Nel 1867, riferendosi ai cattivi odori presenti nelle strutture più vecchie, il Murray raccomandava espressamente ai turisti e alle turiste inglesi: "Care should be taken to impress on the landlords how disgusting and intolerable to English ideas such a nuisance is".[88] Veniva così espressa l'idea del ruolo attivo che l'editore attribuiva ai viaggiatori: attraverso le loro lamentele, essi dovevano contribuire a far applicare gli standard inglesi relativi a un piacevole soggiorno.

Assai deludente era comunque la situazione del Piemonte, poi Regno d'Italia, che veniva presentata ai turisti che attraversavano le Alpi, seguendo l'itinerario consigliato dal *Murray* sulla Svizzera. I disagi che ne derivavano – così affermava la guida nel 1852 – sarebbero stati seriamente avvertiti soprattutto dalle signore "who must be prepared at times to ‚rough it' after crossing the Italian border".[89] Mancanza di personale di servizio femminile, pavimenti sporchi che raramente venivano lavati e un livello di servizi generalmente inadeguato erano tutte condizioni che, secondo la guida, difficilmente le turiste inglesi avrebbero potuto immaginare. La definizione di standard di genere portava a rafforzare gli stereotipi nazionali. Nel primo *Murray* sull'Alta Italia del 1843 si affermava che gli uomini, purché non fossero rigidi puritani, potevano certamente tollerare le condizioni igieniche degli alberghi più economici "by exercising a certain degree of philosophy". Per le "ladies", invece, non c'era speranza: insieme a loro in Italia si sarebbe potuto soggiornare soltanto in alberghi di prima categoria.[90]

Tutte queste valutazioni sulla qualità del cibo e dell'alloggio elevarono le rappresentazioni di comfort dell'*upper class* britannica a standard turistico universale. Le particolarità svizzere o italiane venivano riconosciute, ma non sembravano misurabili rispetto alle esigenze dei *Victorians*. Di conseguenza, il marchio di qualità di locande e alberghi coincise col fatto che essi fossero

85 Murray's Switzerland, 1852, p. XXIII; Murray's Switzerland, 1856, pp. XXXI–XXXII.
86 Murray's Switzerland, 1856, p. 75.
87 Murray's Switzerland, 1839, p. XXXIII.
88 Murray's Switzerland, 1867, p. XXIX.
89 Murray's Switzerland, 1852, p. 260; Murray's Switzerland, 1856, p. 279.
90 Murray's Northern Italy, 1843, pp. XVII–XVIII.

dotati "with all English comforts".[91] Secondo questa logica, secondo la quale non potevano esistere comfort italiani o svizzeri, la qualità di un albergo aumentava se il gestore era di origine inglese.[92] A Livorno, il *Murray* elogiò il nuovo albergo costruito da David Thomson proprio sul porto, affermando che era insuperabile per comfort, pulizia e riguardi verso l'ospite: "It is furnished in the best style of an English gentleman's house, and Mrs. Thomson is an excellent manager in every respect".[93] Le famiglie che desideravano soggiornarvi per la stagione balneare potevano essere ospitate in modo confortevole ed economico. A Lucca, il *Murray* menzionava un operatore alberghiero italiano "clever and enterprising", il quale non solo aveva aperto eccellenti alberghi e un club, ma era anche sposato con una donna inglese "who is most active and helpful".[94] Operosità e personale impegno nei confronti degli ospiti erano considerate virtù tipicamente britanniche. In breve, l'influenza inglese pareva elevare gli standard dell'industria alberghiera, in Italia come in Svizzera.

Di conseguenza, il *Murray* distingueva due categorie di locande e alberghi in Italia. La prima, inferiore, veniva definita come standard nazionale ("Italian inns"). Caratteristiche di queste strutture ricettive, di grado inferiore, erano e rimanevano la carente pulizia e la scarsità del vitto. L'offerta di cibi era giudicata carente e a malapena sufficiente a soddisfare tutti gli ospiti; il vino cattivo e la carne e le zuppe povere di grassi.[95] Soprattutto nelle località più piccole, l'offerta sembrava insufficiente "to an English stomach". Per questo motivo Francis Palgrave, nel *Murray* del 1843, raccomandava agli ospiti di consumare un pasto durante il viaggio in carrozza, se la locanda non fosse stata informata in anticipo dell'arrivo e delle particolari esigenze dei turisti e delle turiste inglesi.[96] Effettivamente nell'Italia ottocentesca non esistevano culture gastronomiche locali, né tantomeno una nazionale.[97] Dal punto di vista britannico, si mangiava bene soltanto dove, come in una "Trattoria in Villa" vicino a Lucca, "excellent English dinners" venivano offerti "on much cheaper terms than cookery can be achieved at home".[98]

L'altra categoria ricettiva era quella degli alberghi di prima classe nelle grandi città e nelle capitali italiane che, secondo il *Murray*, erano "perhaps the most comfortable and satisfactory in Europe". Venivano considerati internazionali e in effetti erano spesso in mani straniere, per lo più svizzere, cosa che però il *Murray* non mette espressamente in rilievo.[99] Anche in questo caso i viaggia-

91 Murray's Switzerland, 1856, p. 26; Murray's Switzerland, 1839, p. 331.
92 Murray's Switzerland, 1856, p. 160.
93 Murray's Northern Italy, 1843, p. 480.
94 Ibi, p. 422.
95 Murray's Northern Italy, 1843, pp. XVI–XVII; Murray's Handbook for Travellers in Northern Italy: comprising Piedmont, Liguria, Lombardy, Venetia, Parma, Modena, and Romagna, London/Paris/Florenz [11]1869, pp. XIX–XX.
96 Murray's Northern Italy, 1843, p. 70.
97 Cfr. Berrino, Gastronomia, p. 227.
98 Murray's Northern Italy, 1843, p. 422.
99 Cfr. Berrino, Le città italiane, pp. 75–77; Kawamura, Alberghi.

tori avrebbero dovuto sorvolare su alcuni aspetti spiacevoli dovuti al clima e alle abitudini generali del posto. Tuttavia solo un esagerato criticone avrebbe potuto lamentarsi dell'accoglienza a Torino, Milano, Verona, Venezia, Genova, Pisa o Bagni di Lucca. Nell'interpretazione del *Murray*, era stata proprio la presenza di turisti e turiste straniere ad aiutare gli albergatori che operavano in Italia – di qualunque nazionalità fossero – a raggiungere uno standard internazionale: "In all these places, the resort of foreigners has enabled the proprietors to meet the expenses required for such establishments".[100] A differenza del caso svizzero, però, il *Murray* non concesse mai che gli alberghi delle città del Nord Italia (nemmeno i migliori) fossero paragonabili agli standard britannici. I migliori alberghi, anche se non economici, erano "not (compared with an English standard) extravagant": questa rimase la definizione dal 1852 fino a tutti gli anni Settanta.[101]

L'autorappresentazione turistica diffusa dal *Murray* s'incentrava sull'idea che la presenza di turisti e turiste inglesi migliorasse le strutture ricettive e quindi valorizzasse l'intera località. Nel 1856, a proposito del Sacro Monte di Varallo in Piemonte, si leggeva che fino a poco tempo prima quest'importante e pittoresco luogo era poco visitato e le strutture ricettive erano molto carenti; "Now, however, English visitors are becoming numerous, and the Inns are much improved".[102] A più riprese la guida suggerì una correlazione tra il turismo inglese e l'innalzamento degli standard delle strutture ricettive sia nell'Alta Italia che in Svizzera. Sulla regione italiana ai piedi delle Alpi, negli anni Cinquanta, si diceva che le locande erano povere, "excepting those on the great highways and cities frequented by the English".[103] La semplice spiegazione che un maggior flusso di turisti comportasse di per sé un miglioramento degli standard di alloggio non sembrava sufficiente secondo la prospettiva del *Murray*. Sembravano essere invece i *Victorians* a imporre tale miglioramento, esigendo il massimo comfort possibile. La standardizzazione dell'attività alberghiera, che oggi si rivela molto difficile persino a livello europeo,[104] avvenne pertanto in modo informale intorno alla metà dell'Ottocento, naturalmente per via transnazionale. Dal punto di vista britannico, per essere precisi, la standardizzazione era sinonimo di "anglicizzazione" delle strutture turistiche del continente.

100 Murray's Northern Italy, 1843, p. XVI; Murray's Handbook for Travellers in Northern Italy. Comprising Turin, Milan, Pavia, Cremona, The Italian Lakes, Bergamo, Brescia, Verona, Mantua, Vicenza, Padua, Venice, Ferrara, Bologna, Ravenna, Rimini, Modena, Parma, Piacenza, Genoa, The Riviera, and the intermediate Towns and Routes, London/Paris/Florenz [14]1877, p. XXV.

101 Murray's Northern Italy, 1852, p. XVI; Murray's Handbook for Travellers in Northern Italy: comprising Piedmont, Liguria, Lombardy, Venetia, Parma, Modena, and Romagna, London/Paris/Florenz [9]1863, p. XIX; Murray's Northern Italy, 1869, p. XX; Murray's Northern Italy, 1877, p. XXV; Murray's Handbook for Travellers in Northern Italy. Comprising Turin, Milan, Pavia, Cremona, The Italian Lakes, Bergamo, Brescia, Verona, Mantua, Vicenza, Padua, Venice, Ferrara, Bologna, Ravenna, Rimini, Modena, Parma, Piacenza, Genoa, The Riviera, and the intermediate Towns and Routes, London/Paris/Florenz [16]1897, p. 27.

102 Murray's Switzerland, 1856, p. 286.

103 Murray's Switzerland, 1852, p. 260; Murray's Switzerland, 1856, p. 278.

104 Cfr. van Leeuwen, European Standardisation, pp. 135–144.

Che tale processo si fosse già completato intorno al 1870 risulta evidente anche nei bilanci semi-critici da parte dello stesso settore turistico britannico. Il *Bradshaw's Pedestrian Route-Book*, un concorrente del *Murray*, nel 1870 così affermava a proposito del cambiamento avvenuto in Svizzera dalla fine dell'età napoleonica: "since then English tourists, though doing much for the country, have lavished their gold, and thereby helped to banish simple tastes and frugal habits".[105] A partire da quegli anni il *tourist gaze* britannico fu compenetrato da un tale livello di autoriflessione: la perdita della "primitive simplicity in manners",[106] che avrebbe contraddistinto le regioni turistiche prima dell'ondata turistica britannica, diventò parte della costruzione della destinazione turistica. Da un lato si lamentava la perdita dell'autenticità (il "pittoresco" nel linguaggio dell'epoca); dall'altro queste descrizioni autoreferenziali servivano anche a rendere evidente l'impatto materiale della propria presenza turistica.

Conclusioni

La genesi del turismo moderno, a partire dal 1840 circa, non si basò solo su tecnologie e infrastrutture, ma anche sulla diffusione di uno sguardo valutativo che doveva garantire il *modus* della mobilità turistica: una mobilità che doveva essere la più veloce, economica e confortevole possibile. Quest'operazione di osservazione e valutazione da parte del *tourist gaze* si concretizzò essenzialmente attraverso le guide di viaggio, in primo luogo attraverso il *Murray*, che assegnava ai viaggiatori e alle viaggiatrici inglesi il ruolo di prototipi dei moderni turisti. Il loro sguardo valutativo si basava soprattutto sul confronto: non solo il confronto tra la destinazione visitata e i propri standard in patria, ma anche tra le diverse regioni turistiche visitate, che diventavano punti di riferimento per ulteriori occasioni di valutazione.

Tra le destinazioni più importanti per i turisti britannici nell'Ottocento rientravano la Svizzera e l'Italia, che spesso venivano visitate insieme, come già era avvenuto nel *Grand Tour*. La comparazione tra queste due destinazioni da parte inglese avveniva sulla base dell'equazione tra modernità e *Britishness* o, nel linguaggio delle fonti, *Englishness*. Le proprie condizioni di partenza non venivano usate solo come termine di confronto, bensì come norma. E così il cambiamento nelle due regioni turistiche poteva essere letto come modernizzazione o addirittura come "anglicizzazione", soprattutto per quanto riguardava le strutture e i servizi dei grandi alberghi e degli hotel. All'inizio dell'epoca vittoriana la "trasformazione adattiva" – come la ricerca sul turismo ha definito l'adeguamento delle strutture locali e regionali alla crescente domanda turistica – era quindi sinonimo (almeno nella prospettiva britannica) di adattamento

105 Bradshaw's Pedestrian Route-Book for Switzerland, Chamouni, and the Italian Lakes, a cura di J. R. Morell, London/Manchester 1870, p. XV.
106 Ibidem.

agli standard inglesi. Questa standardizzazione, percepita e rivendicata, si basava sull'idea di una superiorità della "civilizzazione" inglese anche rispetto ai "vicini" dell'Europa continentale.

La guida turistica inglese per molti aspetti collocava comunque la Svizzera in una posizione più vicina ai propri livelli di sviluppo rispetto all'Alta Italia. Ciò si manifesta con evidenza nel fatto che lo sviluppo delle infrastrutture svizzere venisse accuratamente descritto nel suo processo e venisse inserito in una narrazione di progresso. Intorno al 1850 i turisti britannici in Svizzera sembravano poter osservare "dal vivo" come il Paese si stesse "modernizzando", anche con l'aiuto di investimenti e competenze britanniche. Le ragioni di ciò non sono da ricercare semplicemente in affinità confessionali o sociali, né tanto meno politiche: la democrazia svizzera, ad esempio, non trova nelle guide *Murray* una rappresentazione particolarmente brillante. Ciò che spinse gli inglesi a prestare maggiore attenzione alla modernizzazione tecnologica in Svizzera fu sostanzialmente un orientamento tipico della modernità, vale a dire il fascino del dominio tecnico sulle Alpi, collegato all'autopercezione, assai diffusa nell'impero britannico dell'età vittoriana, di avere un particolare ruolo di responsabilità nella conquista tecnologica o anche fisico-alpinistica della natura. Queste erano le motivazioni intrinseche.

In secondo luogo, le diffuse rappresentazioni e le tradizionali aspettative che i viaggiatori del Nord associavano all'Italia, quale culla della cultura europea, impedivano di immaginare una modernizzazione italiana. Intorno alla metà dell'Ottocento lo sviluppo della ferrovia negli Stati dell'Alta Italia era più avanzato che nella Svizzera, eppure non veniva letto e celebrato come l'ingresso in una nuova era. La continua fascinazione esercitata dai monumenti e dalle tracce dell'antichità e del Rinascimento sembrava impedire una valutazione delle strutture moderne di significato uguale a quello attribuito al caso svizzero: cioè un avvicinamento dell'Alta Italia al livello di sviluppo dell'impero britannico, percepito come leader.

Il confronto tra le percezioni delle regioni turistiche europee mostra, da un lato, come gli inizi del turismo moderno siano stati accompagnati da processi di standardizzazione, basati su pratiche di comparazione in campo europeo. Dall'altro lato, la valutazione delle regioni turistiche da parte del *tourist gaze* straniero dipendeva da immagini in buona parte tradizionali e preconfezionate nonché dalle rispettive funzioni che venivano associate alle diverse destinazioni. Esse influenzarono notevolmente il modo di percepire gli adattamenti locali alle esigenze turistiche, come successi o addirittura vere e proprie attrazioni. Tali immagini inoltre condizionarono – a prescindere dagli effettivi cambiamenti materiali in atto – il posizionamento di una destinazione turistica sulla linea progressiva della "modernità". Sulla base della puntuale descrizione, ad uso dei turisti e delle turiste britanniche, degli adattamenti alle proprie esigenze, la Svizzera, ma non l'Italia, veniva enfaticamente presentata

come dinamica e moderna. E ciò divenne un elemento fondamentale della costruzione della destinazione turistica. Il turismo moderno e il suo *tourist gaze* orientato alla ricerca della "modernità" perpetuarono e resero popolari anche stereotipi nazionali che, a loro volta, contribuirono alla stabilizzazione delle autorappresentazioni nazionali e sociali. Essi possono essere individuati solo con un approccio comparativo e, da parte loro, erano il prodotto del costante confronto che guidava le interpretazioni turistiche.

Bibliografia

Ben Anderson, Alpine Agency. Locals, Mountaineers and Tourism in the Eastern Alps, c. 1860–1914. In: Rural History: Economy, Society, Culture 27 (2016), 1, S. 61–78.

Eva Bachmann, Die Macht auf dem Gipfel. Alpentourismus und Monarchie 1760–1910, Wien/Köln/Weimar 2020.

Patrizia Battilani/Donatella Strangio (a cura di), Il turismo e le città tra XVIII e XXI secolo. Italia e Spagna a confronto, Milano 2007.

Hartmut Berghoff et al. (a cura di), The Making of Modern Tourism. The Cultural History of British Experience, 1600–2000, Basingstoke 2002.

Annunziata Berrino, Le città italiane nell'evoluzione del turismo nel Novecento. In: Battilani/Strangio (a cura di), Il turismo e le città, pp. 73–88.

Annunziata Berrino, Storia del turismo in Italia, Bologna 2011.

Annunziata Berrino, Gastronomia e turismo nella regione campana in età contemporanea tra identità nazionale e offerta locale. In: Archivio storico per le province napoletane 136 (2018), pp. 223–233.

Rebecca Butler, Revisiting Italy. British Women Travel Writers and the Risorgimento (1844–61), Abingdon 2021.

Ursula Butz, Habsburg als Touristenmagnet. Monarchie und Fremdenverkehr in den Ostalpen 1820–1910, Wien/Köln/Weimar 2021.

Laurence Cole, Britannia rules the Alps. Englische Neuerscheinungen zur Geschichte des Alpinismus. In: Geschichte und Region/Storia e Regione 10 (2001), 2, pp. 109–115.

Laurence Cole/Katharina Scharf, Alpine Tourism and 'Masked Transformation'. Salzburg and Tyrol before 1914. In: Zeitschrift für Tourismuswissenschaft 9 (2017), 1, pp. 33–63.

Barbara Dawes, La rivoluzione turistica. Thomas Cook e il Turismo inglese in Italia nel XIX secolo, Napoli 2003.

Maria Paula Diogo/Dirk Van Laak, Europeans Globalizing. Mapping, Exploiting, Exchanging, London 2018.

Marc Gigase/Cédric Humair/Laurent Tissot (a cura di), Le tourisme comme facteur de transformations économiques, techniques et sociales: XIX^{e}–XX^{e} siècles, Neuchâtel 2014.

Botakoz Kassymbekova, How did the Russian Elite Discuss Southern Resort Leisure during the Fin de Siècle. Nice or Crimea? In: Martin Kohlrausch/Peter Heyrman/Jan De Maeyer (a cura di), Leisure and Elite Formation. Arenas of Encounter in Continental Europe, 1815–1914, Berlin/Boston 2020, pp. 37–56.

Ewa Kawamura, Alberghi e albergatori svizzeri in Italia tra Ottocento e Novecento. In: Annunziata Berrino (a cura di), Storia del turismo. Annale 4 (2003), Milano 2004, pp. 11–41.

Martin Knoll, Fremdenverkehr als Option? Debatten und gesellschaftliche Realität in Ostbayern und Salzburg 1860 bis 1938. In: Idem (a cura di), Cities –Regions – Hinterlands: Metabolisms, Markets, and Mobilities Revisited (Jahrbuch für Geschichte des ländlichen Raumes 17), Innsbruck 2021, pp. 133–145.

Rudy Koshar, Rudy, 'What ought to be seen': Tourists' Guidebooks and National Identities in Modern Germany and Europe. In: Journal of Contemporary History 33 (1998), 3, pp. 323–340.

Friedrich Lenger, Metropolenkonkurrenz. Die Weltausstellungen in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts. In: Journal of Modern European History 11 (2013), 3, pp. 329–350.
John M. Mackenzie, Empires of Travel: British Guide Books and Cultural Imperialism in the 19th and 20th Centuries. In: John K. Walton (a cura di), Histories of Tourism. Representation, Identity and Conflict, Clevedon/Buffalo/Toronto 2005, pp. 19–38.
Andreas Mai, Touristische Räume im 19. Jahrhundert. Zur Entstehung und Ausbreitung von Sommerfrischen. In: Werkstatt Geschichte 13 (2004), 36, pp. 7–23.
Jon Mathieu/Simona Boscani Leoni (a cura di), Die Alpen! Zur europäischen Wahrnehmungsgeschichte seit der Renaissance, Bern 2005.
Jon Mathieu, La percezione delle Alpi: problemi di periodizzazione storica. In: Memoria e Ricerca 19 (2005), pp. 13–29.
Thomas Mergel, Modernization. In: European History Online (EGO), published by the Leibniz Institute of European History (IEG), Mainz 21.06.2012, URL: http://www.ieg-ego.eu/mergelt-2011-en. URN: urn:nbn:de:01590-2011050927 [8. 5. 2023].
Marco Meriggi, Storia transnazionale e storia regionale. Gli spazi mobili in Italia prima dell'Unità. In: Geschichte und Region/Storia e Regione 20 (2012), 1/2, pp. 58–69.
Louise Miskell, Meeting Places. The Scientific Congress and the Host Town in the South-West of England, 1836–1877. In: Urban History 39 (2012), 2, pp. 246–262.
John Pemble, The Mediterranean Passion. Victorians and Edwardians in the South, Oxford/New York 1988.
Margit Pernau, Transnationale Geschichte, Göttingen 2011.
Lutz Raphael, "Moderne" in Frankreich. Politisches Projekt und nationales Ordnungsmuster. In: Martin Sabrow/Peter Ulrich Weiss (a cura di), Das 20. Jahrhundert vermessen. Signaturen eines vergangenen Zeitalters, Göttingen 2017, pp. 141–160.
Adam Rosenbaum, Bavarian Tourism and the Modern World, 1800–1950, New York 2016.
Katharina Scharf, Alpen zwischen Erschließung und Naturschutz. Tourismus in Salzburg und Savoyen, 1860–1914, Innsbruck 2021.
Hagen Schulz-Forberg, London–Berlin. Authenticity, Modernity, and the Metropolis in Urban Travel Writing from 1851 to 1939, Brüssel 2006.
Jill Steward, 'How and Where To Go': The Role of Travel Journalism in Britain and the Evolution of Foreign Tourism, 1840–1914. In: John K. Walton (a cura di), Histories of Tourism. Representation, Identity and Conflict, Clevedon/Buffalo/Toronto 2005, pp. 39–54.
Laurent Tissot, From Alpine Tourism to the "Alpinization" of Tourism. In: Eric G. E. Zuelow (a cura di), Touring beyond the Nation. A Transnational Approach to European Tourism History, Farnham 2011, pp. 59–78.
John Towner, The Grand Tour. A Key Phase in the History of Tourism. In: Annals of Tourism Research 12 (1985), 3, pp. 297–333.
John Urry/Jonas Larsen, Tourist Gaze 3.0, London/Thousand Oaks (CA)/New Delhi et al. 2011.
Barend Van Leeuwen, Barend, European Standardisation of Services and its Impact on Private Law, Oxford/London 2017.
Roland Wenzlhuemer, The History of Standardisation in Europe. In: European History Online (EGO), published by the Institute of European History (IEG), Mainz 03.12.2010, URL: http://www.ieg-ego.eu/wenzlhuemerr-2010-en, URN: urn:nbn:de:0159-20100921441 [8. 5. 2023].
Bernhard Zech-Kleber, Eine Sommerfrische ersten Ranges. Geschichte des Tourismus in Berchtesgaden, Oberstaufen und Schliersee (1890–1970), München 2020.
Benjamin Ziemann, Gesellschaftswandel und Modernisierung, 1800–2000. Zur Einführung. In: Archiv für Sozialgeschichte 57 (2017), pp. 3–20.
Eric G. E. Zuelow, A History of Modern Tourism, London/New York 2016.

Claudia C. Gatzka, Den Standard definieren. Die Schweiz und Oberitalien als britische Tourismusdestinationen, 1830er–1870er Jahre

Nachdem die jüngere historische Forschung die Bedeutung lokaler und regionaler Antriebskräfte für die Genese touristischer Räume im 19. Jahrhundert betont hat, lohnt es sich, noch einmal neu auf die Rolle der Nachfrageseite und damit der auswärtigen Gäste zu blicken. Wie beobachteten und bewerteten die Pionier*innen des europäischen Tourismus, die Brit*innen, die „adaptive Transformation" von europäischen Tourismusregionen, also die Anpassung von lokalen Infrastrukturen und Einrichtungen an ihre Bedürfnisse?

Der Beitrag möchte ergründen, ob und inwiefern die touristische „Modernisierung" je nach Region spezifisch gelesen und bewertet wurde, und welche Bedeutung dabei dem impliziten Vergleich mit den britischen Verhältnissen zukam. Damit zielt er auf eine vergleichende Wahrnehmungsgeschichte von Tourismusregionen, die nachvollziehen soll, wie ähnliche materielle Transformationsprozesse in der auswärtigen Zuschreibung mit spezifischen kulturellen Lesarten verknüpft wurden. Der Destinationscharakter einer Region, so die These, ergab sich nicht nur aus den Sehenswürdigkeiten, sondern auch aus ihrer perzipierten „Modernität", die für den *tourist gaze* des 19. Jahrhunderts genauso wichtig war wie die Suche nach dem Pittoresken, weil sie es ermöglicht, schnell, bequem und sparsam zu reisen.

Der Beitrag untersucht den britischen Blick auf die Schweiz und Oberitalien von den 1830er zu den 1870er Jahren. Dazu unterzieht er das einflussreiche *Handbook for Travellers* aus dem Verlag John Murray einer seriellen Analyse, ergänzt um populäre Reiseberichte. Zunächst behandelt der Beitrag das technologische und zivilisatorische Überlegenheitsgefühl der viktorianischen Gesellschaft auch gegenüber Kontinentaleuropa. Sodann betont er die Verbindungen und Verflechtungen der beiden hier interessierenden Tourismusregionen aus zeitgenössischer Sicht, deren Besuch seit der *Grand Tour* in einem engen zeitlichen Zusammenhang stand, und erörtert die Gründe, warum die Schweiz zu Beginn des Jahrhunderts zur touristischen Trendsetterin wurde.

Anhand von Beschreibungen und Evaluationen moderner Infrastrukturen und Fortbewegungsmittel – Straßen und Eisenbahntrassen – arbeitet der Beitrag im folgenden Abschnitt heraus, wie die Schweiz im britischen Blick mit „Modernität" assoziiert wurde. Diese Wahrnehmung beruhte primär auf der britischen Obsession der Überwindbarkeit schroffer Natur durch Technologie, die in nicht unbeträchtlichem Maße mit britischen Mitteln und unter britischer Anleitung umgesetzt wurde. Die touristische Reise in die Schweiz wurde so aus Sicht der *Victorians* auch zu einer Besichtigung der Alpenerschließung und Schweizer „Ingenieurskunst" im Straßenbau. Auf diese Weise wurde eine Destination als „modern" aufgeladen, obwohl der Stand des infrastrukturellen

Ausbaus um die Mitte des 19. Jahrhunderts keineswegs fortgeschrittener war als in Oberitalien.

Mit Blick auf die norditalienische Tourismusregion jedoch trafen sich eingeschliffene Erlebniserwartungen der Reisenden mit konservativer Modernekritik, die in der ersten Ausgabe des *Murray* voll zur Geltung kam. Hier galten Eisenbahnen nicht als Symbole für bequemeres Reisen und damit technologischen Fortschritt, sondern als Störfaktoren in der touristischen Landschaft. Auch wenn die ausgewiesene Moderneskepsis, welche die italienische Destination in Antike und Renaissance einfrieren wollte, allmählich einer nüchterneren Schilderung infrastruktureller Modernisierung Platz machte, wurde diese doch hier nie zu einer Sehenswürdigkeit als solcher, sondern sah sich lange der Konkurrenz durch ältere Fortbewegungsmittel ausgesetzt, die den Konsum des Pittoresken eher zu ermöglichen schienen.

Im letzten Abschnitt illustriert der Beitrag schließlich anhand der britischen Bewertungen der Herbergs- und Gastronomieangebote, dass die adaptive Transformation in der Wahrnehmung der *Victorians* eine Anpassung an englische Standards bedeutete. Die Evaluierung von Kost und Logis erfolgte durchweg in nationalisierenden Mustern, und die Einforderung von „English comfort", „English cleanliness" und „English dinner" zielte auf eine Standardisierung im Sinne einer Anglisierung touristischer Einrichtungen. In der britischen Wahrnehmung waren es nicht lokale Anpassungen, sondern die Engländer*innen selbst, die mit ihren Ansprüchen oder gleich durch eigene wirtschaftliche Tätigkeit die Schweiz wie auch Oberitalien in Tourismusregionen verwandelten.