

Un posto al sole anche per te: i *grand ex-pats* e la riproduzione del reale

‘But Miss Lavish has even taken away Baedeker’
‘Baedeker?’ said Mr Emerson. ‘I’m glad it is *that* that you minded.’ [...] ‘If you’ve no Baedeker,’ said the son, ‘you’d better join us.’

E. M. Forster, “In St. Croce with no Baedeker”, *A Room with a View* (1908)

La felice distinzione del vero e del falso, del reale e dell’irreale, cede al simulacro, che invece consacra l’infelice indistinzione del vero e del falso, del reale e dei suoi segni, il destino infelice, inevitabilmente infelice, del senso nella nostra cultura.

Jean Baudrillard, “L’illusione radicale”.*

1. Nel 1990 Frances Mayes, professore di Creative Writing presso la San Francisco State University, acquista assieme al compagno Edward Kleinschmidt, anch’egli docente universitario, Bramasole, una vecchia casa colonica nelle campagne intorno a Cortona, cittadina toscana dalle ricchissime tradizioni e una delle dodici città dell’antica Etruria. Mayes, all’epoca già autrice di diverse raccolte di poesie e di un manuale di scrittura piuttosto apprezzato (*The Discovery of Poetry*), aveva iniziato i suoi soggiorni estivi in Italia nel 1985.¹ La scelta di acquistare una seconda casa nella quale trascorrere le vacanze estive era andata lentamente maturando nella coppia durante queste visite, prevalentemente rivolte alle aree rurali della Toscana centro-orientale e all’inizio dedicate semplicemente alla scoperta di tesori artistici e luoghi pittoreschi. Ben presto però questo turismo culturale si era trasformato in una vera campagna immobiliare, generata dalla convinzione che il possesso di una casa nelle zone a cui si sentivano così profondamente legati avrebbe

* L’epigrafe è tratta da *Il delitto perfetto. La televisione ha ucciso la realtà?*, trad. it. Di Gabriele Piana, Milano, Raffaello Cortina Editore, (1995) 1996, p. 22.

¹ Nata (in data non conosciuta) a Fitzgerald, Georgia, da un’agiata famiglia borghese, dopo gli studi in Virginia, New York e San Francisco, dove ha insegnato fino al 2001, Frances Mayes ha diretto The Poetry Center e il Dipartimento di Creative Writing della San Francisco State University. Le sue raccolte di poesie sono *Climbing Aconcagua* (1977), *Sunday in Another Country* (1977), *After Such Pleasures* (1979), *The Arts of Fire* (1982), *Hours* (1984) e *Ex Voto* (1995). Oltre alla serie toscana (vedi *infra*, n. 3), è anche autrice di un romanzo, *Swan* (2000) e curatrice con il marito Edward di *2002 Best American Travel Writing*. Collabora regolarmente a numerose riviste e quotidiani americani (*The New York Times*, *National Geographic Traveler*, *San Francisco Magazine*, *San Francisco Examiner*), nei quali sono apparsi estratti da entrambi i memoriali di viaggio qui discussi. Nel dicembre del 1998 le è stata conferita la cittadinanza onoraria di Cortona. Dopo lo straordinario successo di *Under the Tuscan Sun*, Mayes è impegnata in una continua attività di promozione editoriale e di conferenze, i cui dettagli sono reperibili nei vari siti internet a lei dedicati.

inaugurato una nuova fase della loro esistenza. “[T]o sell is to walk away from a cluster of memories and to buy is to choose where the future will take place”² afferma Mayes, la quale sostiene di scegliere l’espatrio attratta dalla possibilità “to be extant in another version” (*UTS* p. 15).

Changing the direction of my life by buying and restoring this forsaken house, committing a portion of every year to the life in a foreign country, seemed like acts of high risk if not madness. [...] After a long marriage and a horrid divorce, I thought Italy certainly would be a more than adequate replacement for just one man. I wanted a big change. (*BT* p. 251)

Under the Tuscan Sun: At Home in Italy, il resoconto dell’esperienza dei Mayes, è il racconto di questa scelta. Testimonianza della passione che li ha persuasi ad attraversare l’Atlantico, il libro è la cronaca - intensa e molto personale - delle motivazioni che li hanno spinti al loro acquisto, nonché il resoconto della lenta ed impegnativa ristrutturazione di Bramasole, un antico casale all’epoca disabitato da oltre trent’anni, suggestivamente situato nel cuore di un paesaggio idilliaco. Dopo un mediocre risultato iniziale il libro, pubblicato in *hardback* da Chronicle Books nel 1996 e quindi riproposto l’anno successivo in edizione economica da Broadway Books, si è trasformato in uno dei maggiori fenomeni editoriali dello scorso decennio. Tradotto in oltre diciotto lingue (tra cui il cinese e lo svedese), è rimasto nella classifica dei *best sellers* del *New York Times* per oltre cento settimane, doppiando abbondantemente il milione di copie vendute. A distanza di soli tre anni Frances Mayes ne ha pubblicato un *sequel* dal titolo *Bella Tuscany: The Sweet Life in Italy*, solo la prima nella lunga serie di propagazioni ‘toscano’ dell’autrice che annovera, tra gli altri, *In Tuscany* - un *coffee-table book* composto con l’aiuto di Bob Krist, fotografo del *National Geographic* e in parte del marito Ed, un adattamento cinematografico di discreto successo (Disney/Touchstone 2003) e, recentemente, *Bringing Tuscany Home*, di prossima uscita nell’ottobre del 2004.³

Nella cornice degli studi contemporanei di odepotica l’analisi delle due più conosciute autobiografie di Mayes (*Under the Tuscan Sun* e *Bella Tuscany*) è significativa a tre distinti livelli. Se da un lato le opere forniscono una testimonianza del clima culturale nel quale sono state composte ed hanno raggiunto il larghissimo successo, contemporaneamente esse contribuiscono a denaturalizzare - e dunque a rendere manifeste - le complesse strutture ideologiche alla base di rappresentazioni culturali apparentemente trasparenti - ma in realtà altamente codificate - quali i memoriali di viaggio. Inoltre la popolarità riscossa dai libri ed il loro successo editoriale a livello

² F. Mayes, *Under the Tuscan Sun*, New York, Broadway Books, (1996) 1997, p. 3. Successivamente i riferimenti ai testi di Mayes appariranno tra parentesi, rispettivamente preceduti dalle sigle *UTS* e *BT*, seguite dall’indicazione del numero di pagina.

³ F. Mayes, E. Mayes (contributor), B. Krist, *In Tuscany*, Broadway Books, 2000. F. Mayes, *Bringing Tuscany Home*, Broadway, 2004.

internazionale introduce la problematica della riproducibilità commerciale dell'Altrove culturale e geografico, illustrando i principi del consumo letterario come forma di possesso simbolico.

Innocenti all'estero?

2. In una tassonomia generica essenziale (relazione architetturale), i testi toscani di Frances Mayes possono essere inseriti nella categoria dei memoriali di viaggio. Come opere dedicate alla descrizione soggettiva e dettagliata della vita sotto il caldo sole mediterraneo, essi si collocano all'interno di un sottogenere para-letterario sviluppatosi recentemente con grande successo, inaugurato dal fortunatissimo *A Year in Provence* di Peter Mayle (Pan Books, 1989) e dai successivi *spins-off* - letterari, televisivi e più genericamente commerciali - originati da quest'opera.⁴ A sua volta il sottogenere "resoconto di viaggio/di espatrio nel Sud dell'Europa" è caratterizzato dalla distinta ambientazione delle sue trame, focalizzate su aree geografiche esclusive ed altamente caratterizzate dal punto di vista etno- e demo-antropologico (la Provenza in Francia, la Toscana e l'Umbria in Italia, alcune zone della Spagna del Sud, l'Estremadura e le Baleari), il cui patrimonio umano e naturale, ricco e suggestivo, si propone alla fruizione multilivellare propria di un raffinato neo-esotismo di élite.⁵

Nel caso di Mayes si può rilevare come questo oculatissimo ibridismo generico rispecchi perfettamente il poliedrico bacino di referenza potenziale - *umana* e, come vedremo, anche *commerciale* - dell'autrice la quale, pur rivolgendosi a un lettore ideale di nicchia - cosmopolita, ben educato, dotato di gusto nonché di mezzi, ed in questo estremamente autoreferenziale - non disdegna di sfruttare anche alcune delle più inveterate passioni dell'anglofono medio, quali il

⁴ *Toujour Provence* (Penguin, 1991), *Hotel Pastis: A Novel of Provence* (Penguin, 1993) e un disastroso adattamento televisivo messo in onda negli Anni Novanta dalla BBC. Il fenomeno letterario "Mayle", che ha superato i quattro milioni di copie vendute in tutto il mondo, anticipa in molti sensi l'industria culturale della Toscana creata da Frances Mayes. Rileva infatti una critica come "[t]he popularity of Mayle's work generated a mini 'Provence-industry' in Britain which involved [...] a BBC TV adaptation; [...] a semi-autobiographical 'novel of Provence' [...]; a coffee-table photographic account of the Provençal landscape; a watercolour version of *A Year in Provence*; a perfume; and red and white Côte du Lubéron wines labelled 'A Year in Provence', stamped with Mayle's signature and marketed by the English supermarket chain Sainsbury" (J. P. Sharp, *Writing Over the Map of Provence. The Touristic Therapy of 'A Year In Provence'*, in J. Duncan e D. Gregory (a cura di), *Writes of Passage. Reading Travel Writing*, London-New York, Routledge, 1999, p. 201).

⁵ La sola bibliografia delle opere pubblicate nel corso dell'ultimo ventennio dedicate alla *relocation* (stagionale o stabile) in Italia è vastissima e meriterebbe un'indagine indipendente, quale eloquente sintomo culturale e sociale di un condizione umana che accomuna individui provenienti da aree geografiche anglofone caratterizzate da massiccia urbanizzazione e industrializzazione avanzata (Canada, Stati Uniti, Australia, aree metropolitane della Gran Bretagna). Tra le più conosciute segnalo Elizabeth Romer, *The Tuscan Year: Life and Food in an Italian Valley*, (North Point Press, 1989); Ferenc Maté, *The Hills of Tuscany: A New Life in an Old Land* (Delta, 1999), Isabella Dusi, *Vanilla Beans and Brodo. Real Life in the Hills of Tuscany* (Pocket Books, 2002), Annie Hawes, *Extra Virgin: A Young Woman Discovers the Italian Riviera, Where Every Month is Enchanted* (Perennial, 2002), Michael Rips, *Pasquale's Nose: Idle Days in an Italian Town* (Back Bay Books, 2002) e Joel Meyerowitz e Maggie Barrett, *Tuscany: Inside the Light* (Barnes & Noble Books, 2003). Da queste canone si dissociano volutamente *Italian Neighbours* (Heinemann, 1992) e *An Italian Education* (Secker & Warburg, 1996), opere che l'autore Tim Parks giudica "not of the kind to encourage the English to dream of Tuscany" (si vedano le brevi note autobiografiche a <http://www.timparks.co.uk/non-fiction.html>).

giardinaggio, il bricolage, la ristrutturazione edile, la cucina e la degustazione del vino.⁶ Conferma calorosamente l'autrice:

My reader, I hope, is like a friend who comes to visit, learns to mould flour on the thick marble counter and work in the egg, a friend who wakes to the four calls of the cuckoo in the linden and walks down the terrace paths singing to the grapes; who picks jars of plums, drives with me to hill towns of round towers and spilling geraniums, who wants to see the olives the first day they are olives. (UTS, pp. ix-x)

Come recita l'incoraggiante recensione apparsa su www.bookreporter.com, *Under the Tuscan Sun* è "a gem of a book if there ever was one – part Money Pit, part every Fellini film you've ever watched, part Bob Vila and his trusty sidekick Norm, part Marcella Hazan cookbook and part insider's vacation guide."⁷ Modernista nel suo culto di un viaggio di élite, Frances Mayes si preannuncia quindi attenta autrice postmoderna, esperta e capace nel riprodurre e diffondere questa sua ideale figura di viaggio.

Nell'ibridismo generico di *Under The Tuscan Sun* e *Bella Tuscany* si manifesta infatti una delle principali differenze tra i memoriali di viaggio modernisti e quelli contemporanei. In questi ultimi infatti l'impianto fortemente estetizzante dei testi composti da autori vissuti a cavallo della Prima Guerra Mondiale e negli anni immediatamente a questa successivi (tra questi Stein, Pound, Joyce e Auden)⁸ è inserito in una cornice fortemente commerciale, frutto dell'industrializzazione massiccia affermata in Occidente nella seconda metà' del XX secolo. All'ideale di esilio per

⁶ L'affinità ideologica e commerciale tra tali operazioni letterarie e l'attuale palinsesto delle principali reti televisive terrestri e via cavo britanniche è in questo senso illuminante. Si veda al riguardo il recentissimo *Get a New Life*, la cui programmazione è iniziata su BBC2 nell'aprile 2004, nel quale si raccontano le storie di famiglie britanniche a cui viene offerta la possibilità di iniziare una nuova vita all'estero in cambio di un diario televisivo della loro esperienza. Si segnalano di seguito, in forma sintetica, alcuni programmi storici della TV britannica, spesso in onda quotidianamente (l'elenco rispecchia la programmazione settimanale all'agosto 2004): 1) bricolage e giardinaggio per esterni: *DIY SOS* (BBC1) *Ground Force* (BBC2); 2) piccolo antiquariato e rigattieri: *The Antique Roadshow* (BBC1), *Bargain Hunt* (BBC1), *Sun, Sea and Bargain Spotting* (BBC2), *Flog It!* (ITV); 3) cucina: *Ready Steady Cook* (BBC2), *UK Food* (UK TV); 4) *relocation* e ristrutturazione immobiliare: *Changing Rooms* (BBC1), *Moving Day* (ITV), *I Want that House* (ITV), *Sixty Minutes Makeover* (ITV), *Location Location Location* (Channel 4), *A Place in the Sun* e *A Place in the Sun Revisited* (Channel 4), *Room for Improvement* (Channel 4), *Honey I Ruined the House* (Channel 4), *Hot Property* (Channel 4), *Property Dreams* (Channel 4), *The House Doctor* (UK TV). Lo stesso formato di "people, property, holidays, style, culture and food", come recita la pubblicità, è stato adottato anche da *Italy*, il mensile "for lovers of all things Italian" apparso nell'aprile 2003, di cui esistono anche una versione dedicata alla Francia e una alla Spagna.

⁷ <http://www.bookreporter.com/reviews/0767900383.asp>. Prevedibilmente la stessa prospettiva critica ritorna anche in recensioni di opere affini: "[o]ne of my favourite books by one of my favourite authors, *A Year in Provence* is a light-hearted autobiography as well as travel/restaurant guide and cultural study of the South of France" (L. K. Lawless, recensione di *A Year in Provence* a <http://french.about.com/library/reviews/aafpr-yearinprovence.htm>) e ancora "[t]he inveterate Tuscan traveler comes to see what Mate illustrates – the world outside the churches and museums. His descriptions of his neighbours and their largely edible traditions are the high point of the book [...] prosciutto (sic) & pasta and fresh yellow chickens, wine from the vine growing in the garden, truffles in the forests surrounding his house. The earthly delights are endless and visceral. [...] Good God almighty, his description of the food could put pounds on a supermodel" (recensione a *The Hills of Tuscany: A New Life in an Old Land* di Ferenc Maté, 1999 apparsa su All-Garden-Books.com a <http://all-garden-books.com/0385334419.html>).

⁸ Il più importante testo di riferimento sugli autori americani degli Anni '20 espatriati in Europa (e successivamente rientrati in patria) rimane M. Cowley, *Exile's Return. A Literary Odyssey of the 1920's*, Harmondsworth, Penguin, 1982. Nel testo vengono presentate le diverse esperienze umane ed artistiche di John Dos Passos, Ernest Hemingway, F. Scott Fitzgerald, Ezra Pound e Hart Crane.

ragioni estetiche e alle nozioni di alienazione, estraneità e dislocazione che accompagnano il modello dello “aesthetic gain”⁹ tipico dell’*emigré* modernista si è andato sostituendo il principio del viaggio come *turismo*. La conseguente globalizzazione dell’esperienza individuale ha così contribuito a trasformare sempre più frequentemente gli artisti in fuga dalla propria patria della prima metà del secolo scorso nei missionari del commercio mondializzato tipici della contemporaneità.

Exile implies coercion; tourism celebrates choice. Exile connotes the estrangement of the individual from an original community; tourism claims community on a global scale. Exile plays a role in Western culture’s narratives of political formation and cultural identity stretching back to the Hellenic era. Tourism heralds postmodernism; it is a product of the rise of consumer culture, leisure, and technological innovation.¹⁰

Una riflessione critica simile era stata del resto enunciata già un trentennio prima dalla scrittrice americana Mary McCarthy, la quale aveva sintetizzato la formazione artistica e sociale dell’espatriato moderno con queste parole:

The expatriate is a hedonist. He is usually an artist or a person who thinks he is artistic. He has no politics or, if he has any, like the Brownings he has acquired them from the country he has adopted. The average expatriate thinks about his own country rarely and with great unwillingness. He feels he has escaped from it. *The expatriate is a by-product of industrialism. At the same time, of course, he owes his presence abroad to the prosperity induced by the factories and manufactures he is fleeing from.*¹¹

La Mayes-turista rivela così una significativa affinità con i gentiluomini sette- e ottocenteschi impegnati nel Grand Tour europeo, a lei paragonabili per educazione, aspettative culturali, ma ancor più sintomaticamente per retroterra economico e patrimoniale. In contraddizione con la scelta di rifiutare (o rimuovere) il moderno, essa sfrutta le possibilità - prevalentemente d’acquisto - concesse proprio dalla complicità con il moderno stesso (la società del lusso e del *leisure* occidentale). Questo modello sociale da sempre incoraggia (nonché è il presupposto) di una fruizione dell’Altro basata sulla sua idealizzazione, oltre che sul suo paradossale sfruttamento rappresentativo - e dunque sul suo possesso, spesso (ma non necessariamente soltanto) simbolico.

Under the Tuscan Sun e *Bella Tuscany* - resoconti fedeli ed idiosincratici degli avvenimenti e dei luoghi visitati, ma anche delle emozioni e dei pensieri che ha suscitato nella scrittrice l’incontro con la Toscana – sono scritti al presente, contribuendo così a creare nel lettore l’illusione di una

⁹ C. Kaplan, *Questions of Travel. Postmodern Discourses of Displacement*, Durham-London, Duke University Press, 1996, l’enfasi è mia.

¹⁰ Ivi, p. 26, l’enfasi è mia.

¹¹ Mary McCarthy, “Exiles, Expatriates and External Emigres”, *The Listener* (25 November 1971), p. 70, l’enfasi è mia. Allo stesso modo la figura dell’emigrante, colui che si sposta “to improve [his] material circumstances”, è “associated with financial or material gain rather than aesthetic gain”. Per una tassonomia delle figure moderne della dislocazione, si rimanda a Kaplan, *Questions of Travel*, cit., dal quale è tratta anche la citazione, *supra*, che appare a p. 110.

partecipazione diretta all'esperienza di viaggio. Questa logica della *tranche-de-vie*, ricreata attraverso i calibrati inserimenti linguistici di idiomi ed espressioni italiane locali, viene supportata dalla forte conatività dell'enunciato ed è abbinata alla forza connotativa del linguaggio. L'indicibilità della Toscana e l'irripetibilità dei suoi paesaggi cercano espressione attraverso un complesso sistema di ridondanza retorica, teso a descrivere l'Altrove attraverso riferimenti continui all'esperienza del lettore anglofono. Gli ossimori affiancano le sinestesie (“a previous scarlet paint job seeps through in rosy spots like a box of crayons left to melt in the sun”; “necklaces of dirt from around my neck”, *UTS* rispettivamente pp. 1; 25), le frasi ipotetiche seguono le concessive (“easily, someone *might* step out an second and break into *La Traviata*”, *UTS* p. 6; “Ed cuts a perfect stick for me, a magic stick, *as if* I will be divining water”; “I take a sip – the way dew on lilacs and oak leaves *might* taste”, *BT* rispettivamente pp. 16; 30), mentre le iperboli sono accompagnate da iponimie (“[we were] stopping to taste the softest Brunello and the Blackest Vino Nobile”, “a towel drying on a line below becomes totally saturated with its own redness”, *UTS* rispettivamente pp. 4; 16; “The greens! The hills look as though footlights angle across them – neon green, poison green, green velvet. Life Saver Green”, *BT* p. 150) e le similitudini da comparazioni esplicative (“[t]he shuttered room [...] seems *as pure as* a Franciscan cell”, *UTS* p. 19; “lemon [...] is *like* liquid sunshine”; “bats [...] scatter *like* dark confetti in gusty wind”, *BT* rispettivamente pp. 60; 95).

Nell'ottica dello studio culturale, il complesso sistema retorico impiantato da Mayes si rivela fondato sulla onnipresente dialettica tra *here/there*, qua/là, presente/passato.

In big storms, lightning drives a jagged stake into the ground and hailstones bounce in the yard, bringing back the *smell* of ozone to me from Georgia days when I'd gather a bowlful [...]. (*UTS* p. 266, mia l'enfasi)

Near our house, a hedge of lilac leads to an abandoned farm, and in the rain I cut wet armfuls to fill all my pitchers and vases. More than any flower, the mesmerising perfume seems to be the very *scent of memory*, hauling me back to college in Virginia and my first breath of lilac [...]. (*BT* p. 4, mia l'enfasi)

La retorica della riproduzione culturale sembra infatti investire anche l'uso dei tropi, scelti nel rispetto di una implicita gerarchia rappresentativa. Domina sul paesaggio bucolico cortonese il contorno di Bramasole, geroglifico color rosa ed albicocca che si affaccia sulla vallata (*BT* p. xiii), magica dimora antropomorfizzata che “will be as known to me as my own or the loved one's body” (*UTS* p. 85).

Around the curve, the house rises above the road, a rough translation of my body into a mute language of windows, doors and stone. Ed, I think, is translated by the olive trees and vines, which now droop with dusty purple grapes. (*BT*, p. 286)

Secondo una forma di determinismo locatorio implicito e gratificante, nella poetica di Mayes “place is fate” (*UTS* p. 86), si e’ il luogo in cui si abita. La casa ed il lussureggiante giardino che la circonda, sottoposti a continue miglierie estetiche e progettuali con l’aiuto degli artigiani locali, attraversano un’ininterrotta ristrutturazione rivitalizzante e un costante abbellimento estetico che simboleggiano la trasfigurazione spirituale vissuta da Mayes (ed in parte da suo marito), la sua crescita interiore, la conquista e l’assimilazione della bellezza ubiquita: “[t]he new life might shape itself to the contours of the house, which already is at home in the landscape [...]. I feel a grinding shift occurring in the tectonic plates in my brain. [...] Over and over, I surrender to the Italian sense of beauty” (*UTS* p. 12; *BT* rispettivamente pp. 198; 129). Bramasole è costruito dunque come un tropo dal valore altamente positivo

Quando questa stessa metaforizzazione del reale viene applicata agli italiani, questi non vengono descritti attraverso riferimenti concreti, quanto piuttosto sono tratteggiati come icone, figure del mito (“[the blacksmith’s] forges seem to have changed very little since Hephaestus lit the fire in Aphrodite’s stove”, *UTS* p. 58), dell’arte (“ ‘Look at *that* face – pure Raphael”, *UTS* p. 7, l’enfasi e’ nel testo), della fiaba (“a strange woman [...] holds a newspaper cone full of wild asparagus. She looks *as if* she just materialized out of a fairy tale” *BT* p. 17), del passato arcaico e primitivo (“amazing, black, Sicilian deep-as-wells eyes [...]. Byzantine, hidden, historical eyes”; “he looks like the flute player on the wall of an Etruscan tomb”, *BT* rispettivamente pp. 31; 181) o dell’universo naturale (“a woman [...] starts to put together our cases, leaping, as gracefully as a lynx”, *BT* p. 27).¹² È inoltre sintomatico e totalmente rispondente a questa struttura retorica che mentre gli ospiti dei Mayes o gli altri *ex-pats* con cui entrano in contatto appartengono alle classi medio-alte e svolgono lavori molto qualificati e intellettuali (professori universitari, scrittori, traduttori letterari, giornalisti), gli italiani con cui essi intessono delle relazioni sociali sono a loro accomunati prevalentemente da rapporti di subordinazione contrattuale (essenziali per la ristrutturazione della casa e la coltivazione della terra) oppure attraverso elementari scambi di vendita (i contadini e i piccoli viticoltori presso i quali si riforniscono direttamente). Tipica in questo senso è la descrizione della vita di una coppia di modesti allevatori della Val di Chiana:

Outside the farmhouse, [there is] a metal bathtub under a cold water facet [...]. Half an olive oil can nailed sideways to the wall held soap and a brush. [...] Achilles’s wife came in with another bucket. She wore boots and a housedress, and like her husband, was deeply sunbaked. [...] She has a

¹² In questa sua animalizzazione degli abitanti del luogo Mayes segue il modello fornitole da D. H. Lawrence, il quale ricorre spesso ad una aggettivazione derivata dal mondo naturale nelle descrizioni dei discendenti degli antichi etruschi: “[h]e was a queer fellow – quite short, with the fat, soft, round curves, and black hair and sallow face and *black bats’ eyes of a certain type of this district*” (D. H. Lawrence, *Etruscan Places*, London, Olive Press, 1986, p. 131, l’enfasi e’ mia). La descrizione è ripresa direttamente da Mayes nel ritratto del figlio di un fabbro di Camucia: “[o]ne boy, around twelve, has icy, eerie green eyes. He’s lithe and tan. I can’t help but stare back at him. All he needs is a goatskin and a crude flute”, *UTS* p. 245).

wood stove in the courtyard for coking in hot weather. A battered pasta pot on top attests to its frequent use. I imagine her in the evening, after all her chores, bathing in that tub, nohing but silence all around her. (BT pp. 96-98)

Ancora più elementare è il livello di vita della famiglia di Giusi e Dario: “[t]hey are close to self-sufficient for all their food. The family takes care of a large vegetable garden, raises chickens, rabbits, lambs, and geese. The men hunt, keeping a supply of wild boar at the ready” (BT p. 108). Sembrerebbe di intravedere i fauni di Lawrence correre tra i boschetti delle campagne cortonesi.¹³

La gerarchia scopica osservatore/osservato ed il piacere dato dallo sguardo *voyeuristico* e catalogatore del viaggiatore (volto all'esterno per il beneficio del lettore ideale, paritario referente implicito del memorialista) possono rivelarsi ulteriori segnali del distacco e della disunione esistenti tra l'espatriato e la comunità in cui esso si insedia, accuratamente vagliata e purificata dei suoi aspetti più corrotti e sgradevoli, imprevedute fughe di quella contemporaneità dalla quale si sta cercando rifugio nella censura culturale dell'idillio di viaggio: “[p]etrochemical – what a hideous word. Poor Gela – I see that it has interesting remains somewhere in this labyrinth but is is so intensely ugly that we speed through” (BT p. 49).

E ancora:

This is surreal. Prostitutes out in rural Italy. [...] Who would stop? [...] Bizarre and disturbing because they make no sense in the Arcadian Valley of the upper Tiber, which appears in the backgrounds of paintings, this dreamy route known as the Piero della Francesca trail. [...] We turn off to take a shortcut and are relieved not to pass these women again. (BT pp. 69-72)

La *Gemütlichkeit* delle campagne serene, delle cittadine ridenti e dei borghi antichi deve rimanere assoluta: il senso di scoperta alle radici della *quest* del viaggiatore ed il rinnovamento profondo dato dall'incontro rivitalizzante con l'Altro vengono esorcizzati e appaiono convertiti da *surreali* in *iperreali*, ovvero in una versione di reale immutabile e preconfezionato, in un reale uguale a se stesso, il reale dell'*arte*.

Il codice di differenza e somiglianza alla base della poetica di Mayes rimanda inoltre a una complessa logica rappresentativa: se da un lato la Toscana viene descritta come una comunità vitale e una *Gemeinschaft* intatta e naturale, la patria della *bella e dolce* vita (come si ricorda spesso, con due aggettivi dal forte richiamo sensoriale), al contrario la California è vista come una cultura meccanicistica, logorante, post-industriale. Questa rappresentazione culturale implica tuttavia che

¹³ “Into the cavern swaggers a spurred shepherd wearing goat-skin trousers with the long, rusty brown goat’s hair hanging shaggy from his legs. He grins and drinks wine, and immediately one sees again the shaggy-legged faun. [...] It is obvious fauns are shy, very shy, especially of moderns like ourselves” (D. H. Lawrence, *Etruscan Places*, cit., p. 34). Commenta Mayes in un’intervista: “[Italians] are very attracted to these new, beautiful cities [in the States]. And it’s interesting knowing people there. Knowing they grew up in these little stone towns. And you think about what it would be like to be with them in a fast-paced contemporary city. It’s quite mind-blowing for them” (L. Richards, “Interview with Frances Mayes”, January a <http://www.januarymagazine.com/profiles/fmayes.html> , le enfasi sono mie).

mentre la società italiana risulta immutabile e uguale a se stessa nel tempo, quella americana appare dinamica, assimilante, adattabile e dunque, in ultima analisi, durevole. Anche l'efficiente agente immobiliare che ha aiutato i Mayes nell'acquisto di Bramasole sembra solo aspettare un incoraggiamento appena accennato per gettarsi alla riscoperta delle sue neglette radici contadine.

"Can you find someone to take care of the place?" I asked signor Martini at the end of last summer. [...] He pushed back from his desk and pointed to his chest. "Io," he pronounced. "I will make the garden." [...] Signor Martini is now Anselmo to us. He arrives in his real estate clothes, driving his big Alfa and shouting into his *telefonino*, but soon he reappears from the *limonaia* transformed into a farmer – tall rubber boots, flannel shirt, and a beret. (BT pp. 6-10)

Il discorso (neo)coloniale trova infine una giustificazione alla propria esistenza nella garanzia offerta dal *grand ex-pat* - viaggiatore raffinato e provvisto di mezzi (economici e culturali) - di riscoprire, preservare ed apprezzare quegli aspetti storici e culturali che gli autoctoni tendono a trascurare o a dare per scontati (e che quindi prevedibilmente finiranno per essere compromessi o contaminati): "Tuoro is our first pause. We want to get a closer look at the marshes along that edge of the lake. And, *of course*, we know about the famous battle site. [...] An ugly modern bust of Hannibal at Tuoro commemorates his feat" (BT pp. 166-67, l'enfasi e' mia)¹⁴.

[Anselmo] leads us through his vegetable garden and in a field to a ruin of a stone house which does look old but not two thousand years old. "Si', Hannibal lived here."
We walk back by the dig. Under a temporary roof, we see a black-and-white mosaic Greek key floor, the geometry of rooms. [...]
As we drive away Anselmo tells us they added a room years ago. "They found a mosaic floor right where they poured the foundation." (BT p. 105)

La sensualità elementare dell'enunciato (una tra le caratteristiche più apprezzate dai recensori e dai critici dell'opera di Mayes, intenti ad evidenziarne la relazione con il *piacere* percettivo che la lettura sa risvegliare nei lettori)¹⁵ è amplificata attraverso l'aggiunta di una sesta dimensione sensoriale, ovvero il *tempo*, in tutte le flessioni e possibilità datene dalla lenta degustazione e dalla riscoperta gratificante. La sensazione continua impressa nell'autrice dal *tempo storico*, dalla vita quotidiana in una società antichissima - nata con gli Etruschi, cresciuta con i romani, culminata nel Rinascimento, incredibilmente a portata di mano, impressa come e' nell'architettura domestica, negli oggetti di uso comune e ovunque sul panorama circostante – è amplificata dalla riscoperta consapevolezza del *tempo cronologico*: "[m]aybe having so much time behind them contributes to

¹⁴ Per una interessante introduzione alla politica del discorso coloniale si veda Diego Saglia, *I discorsi dell'esotico*, Napoli, Liguori, 2003, in particolare le pagine dedicate all'opera di William Jones in India.

¹⁵ Si legge sulla quarta di copertina di *Under the Tuscan Sun*: "[i]n sensuous and evocative language, she [...] writes about the tastes and pleasures of a foreign country [...] a feast for all the senses", mentre tra gli stralci di recensioni riprodotti sulla quarta di *Bella Tuscany* è riportato il laconico commento del critico del *Minneapolis Star-Tribune* "a sensuous book for a sensuous countryside".

the different sense I absorb in Italy. Gradually, I fall into time. At home in California, I operate *against time*” (BT, p. 5). Appropriatamente la civiltà locale menzionata più insistentemente da Mayes – e dalla quale essa sembra trarre costante ispirazione – non è, come prevedibile, quella latina, quanto piuttosto quella degli Etruschi, il cui amore per la fisicità, la semplicità e la capacità di apprezzare la bellezza intrinseca della vita era stata ampiamente idealizzata da D. H. Lawrence, uno dei modelli letterari dell’autrice:

The things they did, in their easy centuries, are as natural and as easy as breathing. They leave the breast breathing freely and pleasantly, with a certain fullness of life. [...] And that is the true Etruscan quality: ease, naturalness, and an abundance of life, no need to force the mind or the soul in any direction. ... The natural flowering of life!¹⁶

Altrettanto significativa è la riappropriazione del *tempo biologico*, un tempo del corpo e della vita, collegato alle ore del giorno e alle stagioni dell’anno. Ancora una volta la rappresentazione culturale fatta da Mayes connota l’Italia come Natura, allontanandola dal flusso della contemporaneità attraverso un processo circolare di regressione apparentemente rigenerante: “the Italians know how to live. They have more fun than the rest of us. They inhabit time in a way that makes the day long. The cycle of seasons profoundly changes what they eat and what they do.”¹⁷

La riconquista di questa dimensione periferica del calendario concede all’autrice di pervenire all’ultimo livello del tempo, quello *mnestico*, certamente il più influente in termini di poetica rappresentativa. All’interno della dialettica *here/there* infatti la memoria disegna una tela che connette sempre più insistentemente i paesaggi interiori dell’infanzia trascorsa nel caldo della Georgia rurale con i paesaggi italiani del presente. La forza della percezione sensoriale, sviluppatasi tra gli odori ed i sapori della casa di origine e rimasta a lungo sopita - a New York prima e quindi nella metropoli californiana, esplode prepotentemente in Mayes una volta che la sinergia con il paesaggio circostante si fa evidente, “stirring up wordless feelings that rush through the body, not as cognitive thoughts but as a surge of lymphatic tide” (BT p. 137). Il profumo del gelsomino appena sbocciato in giardino “takes me straight to a white Georgia road in moonlight” (BT p. 135), mentre i paesaggi acquosi di Chioggia, che richiamano gli odori pungenti delle coste del Sud, scatenano la *memoria olfattiva* dei paesaggi del passato:

I have always loved the smell of the marshes. My early summers were spent on the Georgia sea islands, still one of my favourite landscapes. [...] A salty, iodine, rotting fresh smell signaled summer and freedom. [...] I rolled down the window and let the smell wash my face [...] Marshes, islands, lagoons – the smell of old landscapes where water will have its way. (BT pp. 77-78)

¹⁶ D. H. Lawrence, *Etruscan Places*, cit., p. 81.

¹⁷ D. George, “Frances Mayes and the Riches of Tuscany”, *Salon Travel* a <http://www.salon.com/travel/bag/1999/04/14/mayes/>

Lo stesso processo della scrittura creativa diventa un'espressione di vitalità, un *work-in-progress* infinito che progredisce, foglio dopo foglio, appunto dopo appunto, con l'accumularsi delle esperienze italiane e con le scoperte interiori che esse comportano. I campi arati dai buoi ricordano le pagine vergate dalla penna dello scrittore, secondo un processo vitale di naturalizzazione della composizione letteraria. In entrambi i memoriali l'autrice sceglie infatti di affiancare al titolo di ciascun capitolo un glifo, simbolo non verbale del legame viscerale che si è instaurato tra scrittura e natura. La stilizzazione del piccolo sole che appare in *Under the Tuscan Sun* rimanda prevedibilmente a Bramasole, ispirazione, oggetto e metafora stessa dell'esperienza letteraria - come spiega il titolo del primo capitolo, "Bramare: (archaic) to yearn for" - mentre il cipresso adottato per *Bella Tuscany* è scelto come portavoce del paesaggio cortonese, della sua storia, del suo profondo mistero e della sua inarrivabile individualità: "the cypresses seem to speak for the landscape. [...]. Because each of these trees was planted for a local boy who died in World War I, they are huge presences, not only in form but in a silence stopped inside their fixed curves [...]" (BT pp. 285-86).

Leggendo in successione cronologica i due memoriali di Mayes si nota tuttavia l'affermarsi di una costruzione dell'Italia come spazio esotico parcellizzabile e *da consumare*. In questo senso il complesso reticolo *transtestuale* delle autobiografie (ricco e rispondente ai variegati interessi intellettuali dell'autrice) testimonia il lento spostamento ideologico dello scrittore-memorialista, tramutandosi in inconsapevole controcanto *metatestuale*. L'esperienza di Mayes è inizialmente definita attraverso dei riferimenti (diretti ed obliqui) alla Toscana artistica e letteraria (*The Art of Travel* di Henry James, gli studi artistici di Kenneth Clark, i memoriali di D.H. Lawrence, la guida all'Etruria di James Wellard), alle descrizioni classiche dei piaceri della vita agreste (i passi di Cicerone, i versi di Orazio e quelli di Virgilio, a cui rimanda esplicitamente il passo sulle gioie dell'apicoltura) e alle riflessioni filosofiche legate alla casa ed ai suoi spazi metaforici (*La poétique dell'espace* di Gaston Bachelard). In seguito i modelli *letterari* lasciano sempre più spesso il posto a suggerimenti concreti volti alla degustazione *materiale* dell'Italia: i dépliants turistici, i repertori naturalistici, i manuali di cucina, le guide ai ristoranti e agli alberghi *di charme* della penisola diventano i riferimenti nonché le stazioni di posta della coppia. Edward è colto mentre legge *The Wine Atlas of Italy* di Burton Anderson prima di un'escursione enologica, Frances si lascia tentare da *La cucina siciliana di Gangivecchio* di Wanda e Giovanna Tornabene ("which is published in English and adapted to American ingredients", BT p. 58) e progetta il suo giardino ispirandosi a *Gardens of Italy* di Marella Agnelli, mentre entrambi fanno tesoro dei suggerimenti nascosti tra le pagine delle pubblicazioni di Slow Food Arcigola Editore e del Gambero Rosso, che hanno il pregio di condurli "to uncrowded places of intrinsic character" (BT rispettivamente pp. 23; 126; 236).

La percezione complessiva dell'Italia, trasformata in *pastiche* sensoriale, diventa sempre più facilmente catalogabile, descrivibile, riproducibile. Ogni nuova esperienza quotidiana, riflessione, suggestione è tesaurizzata in una "Image Bank", nelle parole di Mayes (BT p. 180), un album fotografico e di ritagli in cui vengono raccolti i tasselli del viaggiatore, le sue istantanee di percorso, i continui suggerimenti e le ispirazioni che gli invia l'Altro, raccolti per poi essere ricodificati in *materiale* letterario. L'esperienza di Mayes scrittrice-espatriata inizia ad essere vissuta secondo le potenzialità proprie della sua spendibilità culturale, come rivela un nuovo codice economico-commerciale che inizia a farsi largo sotto al discorso odeporico: "[t]ravelling, living in Italy, I'm especialy aware of *storing* what I experience and see" (BT p. 180, l'enfasi è nel testo). L'individualità dell'Italia è annullata dalla sua potenziale interscambiabilità con altri luoghi esotici, il cui fascino di superficie uniforme e globalizza inesorabilmente: " 'I long to go to Greece and Egypt, to Scotland, everywhere. And of course,' [Mayes] ends, her eyes crinckling at the thought of it, 'there's always more traveling to be done in Italy, too.' "18

Non risulta casuale dunque che nel recentissimo adattamento cinematografico di *Under the Tuscan Sun* la tenuità della trama e la recitazione mediocre degli interpreti sono riscattate proprio dall'ambientazione della pellicola, capace di riscuotere l'approvazione incondizionata anche dei critici meno generosi. "The majestic beauty of Tuscany [...] plays as much a role in the movie as any of the actors do", afferma il recensore di *Conterculture*, mentre Michael Showalter e John Fight, notoriamente inesorabili, rilevano:

The one true redeeming features [sic] in *Under the Tuscan Sun* is the Italian scenery. It's my understanding that reading the novel makes one envy Mayes' adventure, and *seeing the film make [sic] most viewers long for a journey of their own to Tuscany*. Wells and cinematographer Geoffrey Simpson have done a fantastic job in capturing the beauty of this land by filming in Florence, Positano, and Cortona. The scenes with the houses lining the cliff-side are truly amazing. The beautiful settings help to somewhat relieve the doldrums of the story.¹⁹

Paradossalmente in questa sua ennesima fase della migrazione culturale il paesaggio toscano è definitivamente condannato alla bidimensionalità di quell'oleografia stilizzata dalla quale Frances Mayes aveva originariamente ambito a salvarlo. In questo modo il *viaggio spirituale e sensuale* dell'autrice - alla (ri)scoperta della propria interiorità attraverso la ristrutturazione di Bramasole e grazie alla scoperta *fisica* della Toscana - viene banalizzato nel film in un *viaggio sentimentale e sessuale*, secondo la logica della furba *harlequinization* commerciale,²⁰ ovvero del fumettone rosa

¹⁸ Ibidem.

¹⁹ Rispettivamente <http://www.counterculture.co.uk/movie-review/under-the-tuscan-sun.html> e http://www.jackasscritics.com/movie.php?movie_key=367, l'enfasi è mia.

²⁰ "By *harlequinization* I mean that, like mass-market romance, the focus is on the hero and heroine's courtship at the expense of other characters and other experiences, which are sketchily represented." (D. Kaplan, *Mass Marketing Jane*

femminile, dai protagonisti e dalle situazioni invariati, prevedibilissimi e dunque capaci di fornire immedesimazione (nonché gratificazione) collettiva.

Ricostruendo i passaggi conclusivi della migrazione culturale risulta quindi evidente che la Toscana ed i suoi territori sono diventati solo un pre-testo, prefazione ad altre storie ed altri testi, da riprodurre, diffondere, mettere in circolazione. Il memoriale di viaggio, assorbito dal circuito reificante della produzione di immagini, comporta dunque la riscrittura del paesaggio, della cultura, della storia, (ri)proponendo al contempo una tradizione che è diventata già invenzione.

Il prodotto culturale e l'industria del simulacro

3. La ricodificazione e la conseguente rilocalizzazione culturale del memoriale di viaggio avvicina il testo a sfere che gli sarebbero altrimenti aliene. Navigando le pagine inesauribili del WorldWideWeb - specchio inquietante e spesso matrice della nostra cultura, qui svelata in tutte le sue ansie ed i suoi desideri – ci imbattiamo nella descrizione e nell'accurata pubblicizzazione di innumerevole oggettistica correlata alla Toscana e ai suoi paesaggi - umani e geografici -, secondo i modi tipici della fabbricazione di un immaginario culturale collettivo globalizzato. L'industria dell'idillio esotico assimila il diverso, lo uniforma a sé e quindi lo riproduce seguendo la logica dell'inesorabile isomorfismo culturale che è alla base del *Tuscan fabrication effect*: ville californiane realizzate in stile toscano; dimore storiche i cui interni sono arredati da professionisti specializzati nella riproposizione del *feel of Italy* nelle forme, nei materiali e nelle tonalità degli interni; mobili che ricreano, in assoluta assenza di prospettiva storica o geografica, l'idea del tavolino romano ("A grand set of classical proportions!"), alzatine ioniche, soprammobili classici, letti in stile amalfitano e rustici sedili alpini;²¹ collezioni di musica tradizionale, lirica e classica e, naturalmente, innumerevoli stampe d'arte, alla portata anche dei portafogli meno forniti, fino agli *screensavers* per computer - scaricabili gratuitamente su base quotidiana - che cristallizzano, sublimano e rendono popolari i panorami, gli scorci e le vedute di un'Italia da cartolina, anatomizzata e rassicurante, autogratificante e fuori dal tempo.²²

Austen: Men, Women and Courtship in Two Film Adaptations, in Linda Troost and Sayre Greenfield (a cura di), *Jane Austen in Hollywood*, Lexington, University of Kentucky Press, 1998, p. 178).

²¹ Per una critica dello sfruttamento commerciale a cui il *design* contemporaneo sottopone le strategie parodiche postmoderne, si rimanda agli studi di Linda Hutcheon, la quale così commenta la cooptazione commerciale spesso insita nella rivisitazione coeva del passato storico ed architettonico: "hardly any shopping plaza or office building gets constructed today that does not have a classical keystone or column" (*The Politics of Postmodernism*, London-New York, Routledge, (1989) 1995, p. 12).

²² "The new Bella Tuscany Channel will show a beautiful photo of Tuscany each day as well as giving you an inspiring quote of wisdom" si legge a <http://www.deeshan.com/bella.htm>. Si vedano inoltre, tra gli infiniti esempi rintracciabili nel campo dell'edilizia e dell'*interior design*, i siti di Tuscany Interiors e Bringing Italy Home: Creating the Feel of Italy in Your Home Room By Room; la pagina "Tuscany Style", *Do It Yourself Network* a http://www.diy.net.com/lr_design/article/0,2041,DIY_14074/2269734,00.html; la pagina "Casa Bella: Bringing Old World Charm Home – Brick by Brick", *2003 Home Improvement Guide* a

In questo senso, come ci spiega Jean Baudrillard (*La Société de consommation*, 1970 e successivamente *L'Echange symbolique et la mort*, 1976), il prodotto culturale (il libro, in questo caso in tutte le declinazioni proprie della sua mercificazione su larga scala)²³ non solo soddisfa il desiderio del pubblico, ma lo anticipa, lo evoca, lo crea. Precisa il filosofo, commentando la duplicazione del reale imperante nella società delle immagini contemporanea nonché il dominio della virtualità e dell'iperreale concesso dai mezzi di riproduzione:

[Alta Definizione] dell'immagine, ma certamente anche quella del Tempo (il Tempo Reale), della musica (l'Alta Fedeltà), del sesso (la pornografia), del pensiero (l'Intelligenza Artificiale), del linguaggio (i linguaggi numerici), del corpo (il codice genetico e il genoma). [...] Non c'è più vuoto, non c'è più ellissi, non c'è più silenzio. Più ci si avvicina a questa definizione perfetta, a questa perfezione inutile, più si perde la potenza dell'illusione.²⁴

Per Baudrillard la replica (nonché la possibilità stessa di replicare) hanno distrutto l'originale: alla ricerca spasmodica dell'Autenticità più completa si è dunque paradossalmente pervenuti all'artificialità integrale.

L'operazione culturale e commerciale ideata da Frances Mayes può essere fruttuosamente inserita in questa cornice di profondo scetticismo epistemologico. La catena appropriativa consumistica originata dall'esperienza immediata (ovvero *non mediata*) della Toscana e successivamente transcodificata nelle opere dell'autrice sembra infatti essere la risultante di tre momenti cronologicamente successivi ed ideologicamente correlati, tipici della cultura euro-americana contemporanea: alla fagocitazione culturale del viaggiatore-antropologo-memorialista fa seguito l'acquisizione concettuale dell'imprenditore/libero professionista (architetto, arredatore, grafico) e quindi la riproposizione materiale in *prodotto* culturale fattane dell'amatore, secondo le forme ed i modi dei vari media, letterari e para-letterari (romanzi, cinema, industria dell'arte), nonché dell'industria (*landscape gardening*, architettura, *interior design*),²⁵ in un evento ideologicamente sovradeterminato che ossessivamente ricerca e feticizza un inarrivabile ideale di autenticità.

<http://www.extras.berkshireeagle.com/NeBe/homeguide/2003spring/default.asp?id=article19> ; la pagina "Italy and Italian Themed Items" a Bellatopia http://www.bellatopia.com/themes_italy.shtml ed infine la pagina "Bringing Tuscany Home", Archway Home Plans a <http://www.archwaypress.com/product.php/266/htm> .

²³ Nelle pagine del sito Amazon troviamo pubblicizzate, tra le altre, le seguenti edizioni di *Under The Tuscan Sun: hardcover, hardcover (large print), audio cassette, audio CD (abridged), e-book (Adobe reader), e-book (Microsoft reader), audio download (www.audible.com)* . *Bella Tuscany* è disponibile nella stessa tipologia di edizioni, nonché anche come *spiral-bound (Engagement)*.

²⁴ J. Baudrillard, *Il delitto perfetto*, cit., pp. 35-36. Il sistema critico di Baudrillard va naturalmente collegato a quello che è il testo fondante la riflessione moderna sulla riproduzione di massa, ovvero il saggio di Walter Benjamin "Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit" (1936, successivamente pubblicato, corretto, in *Schriften*, 1955).

²⁵ Per la relazione tra cultura ed economia si rimanda all'opera di Frederic Jameson, in particolare ai saggi *Postmodernism and Consumer Society*, in Hal Foster (a cura di), *The Anti-Aesthetic: Essays on Postmodern Culture*, Port Townsend (Wash.), Bay Press, 1983, pp. 111-25 (in partic. le pp. 124-125) e *Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism*, "New Left Review", 146, pp. 53-92.

I teorici contemporanei dell'odeporica spiegano come questa ricerca di genuinità assoluta sia “a response to the generalised anxiety of modernity; [...] the certainty of tourist sights (and sites) helps assuage the feeling of drifting or fragmentation that afflicts the modern subject in the West.”²⁶ Ricorrono dunque ossessivamente lessemi quali “genuino”, “autentico”, “vero”, “originale”, a cui si affiancano “familiare” e “naturale”²⁷ - segni linguistici confortanti e compensatori dell'esistenza del reale, nonché indici dell'allontanamento rigenerante ricercato dall'espatriato – distante dal moderno e dai suoi scenari, in un percorso nostalgico alla ricerca di un passato ormai perduto (Altrove *temporale*) che può essere raggiunto esclusivamente attraverso la ricongiunzione *spaziale*, il viaggio (simbolicamente regressivo) ovvero il soggiorno di riappropriazione. Scrive Mayes: “Giuseppe teaches us to prime the pump by pouring water into it while pumping the handle rhythmically. Here's a motion long *lost* to my gene pool, but the creaky-smooth movement *feels natural*.” (UTS p. 48, mia l'enfasi) E ancora:

Here, I am *restored* to the basic pleasure of connection to the outdoors. The windows are open to butterflies, horseflies, bees, or anything that wants to come in one window and out another. We eat outside almost any meal. I'm *restored* to my mother's sense of preserving the seasons and to *time*, even time to take pleasure in polishing a pane of glass to a shine. (UTS p. 88, le prime due enfasi sono mie)

La casa e lo spazio circostante rimandano evidentemente anche al grembo materno (la notte riposante e magica è connotata come “black as inside an *egg*”, UTS p. 75, mia l'enfasi) e la loro esperienza, nonché la conoscenza che ne deriva, equivalgono a un viaggio esplorativo nel profondo imperniato sulla categoria sensoriale e psicologica del *sentire* - tattile, ma anche interiore -, uno tra i semi più spesso ricorrenti nei libri. “Is the passion for seeing what remains of the past a bridge to ‘the prenatal abyss’?” (BT p. 91), si interroga l'autrice.

Va inoltre sottolineato come il progetto di idillizzazione nostalgica dei panorami umani e storici del Mediterraneo approntato nell'ultimo ventennio dall'industria culturale anglo-americana (di cui la stessa Mayes fa parte) riproponga a livello economico-commerciale lo stesso fenomeno ideologico e culturale di cui sono stati oggetto anche alcuni classici della letteratura d'Oltremania, quali l'opera di Jane Austen e i romanzi italiani di E. M. Forster. Il dubbio, la sfiducia e la malinconia propri dell'era post-industriale necessitano infatti della rassicurazione continua fornita

²⁶ Dean MacCannell, *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*, New York, Schocken Books, 1976, p. 14.

²⁷ Gli esempi al riguardo sono innumerevoli: “[my daughter] is ready for strolls in stony hill towns at night after dinner in a strictly local *trattoria*”, UTS p. 89), “[t]he first two restaurants Ed selects for dinner are nixed by the hotel desk clerk. [...] “What about this one?” Ed asks, pointing in our Italian restaurant guide [...] “*Si*’. Authentic. They have their own fishing boat. You won’t see tourists there. I will call and they will expect you”; “Venice has a bad reputation for restaurants but in the neighbourhoods, the authentic dishes and freshest seafood are served in intimate *trattorie*” (BT, rispettivamente pp. 38; 87-88)

da rinnovati miti dell'origine.²⁸ Non sorprende dunque scoprire come la vicenda esistenziale di Frances e di suo marito Ed rispecchi e a sua volta si tramuti in fonte di ispirazione per altre coppie, significativamente provenienti da aree geografiche affini a quelle in cui vivono i Mayes e reduci da esperienze di lavoro similari. Liberi imprenditori e professionisti di mezza età sembrano aver iniziato ad abbandonare la California per trasferirsi in Toscana, attratti dal miraggio (in origine letterario) del clima e del cibo, dall'arte e dal costo minore della vita, lontani da “the noise and traffic congestion, and the violence” delle conurbazioni industrializzate statunitensi.²⁹ Come spiegano gli Evans, una famiglia di liberi imprenditori che si è trasferita dall'area sub-metropolitana londinese in una remota fattoria delle Shetland:

As well as running the home, I worked from there and never seemed to have enough time to do everything. [...] [W]e were constantly exhausted. And then we had a mid-life crisis. [...] We began to question our sanity. The negative aspects of our frantic, competitive lifestyle far outweighed the positives. It took a long time to find our perfect home – a four-bedroom, two-bathroom, stone-built house with a fabulous farmhouse-style kitchen, set in acres of heartstoppingly beautiful countryside. With breathtaking views of the Atlantic [...] it offered the peace we desperately wanted.³⁰

Inoltre gli insistiti riferimenti espliciti alle *narratives* di Mayes ripresi nelle denominazioni di svariati beni culturali derivati (e collegati) alla sua esperienza di vita all'estero (paradigmatici sono i riferimenti diretti a *Bella Tuscany* presenti tra gli altri nella designazione di itinerari turistici, carte da parati e collezioni di musica tradizionale) confermano efficacemente come “life in the postmodern world is utterly mediated through representations. [...] There is nothing natural about the ‘real’ and there never was – even before the existence of mass media.”³¹ Come afferma Frederic Jameson:

²⁸ In questo senso la recente popolarizzazione sul piccolo e grande schermo dei classici della letteratura ripropone dunque (e quindi contribuisce a creare) l'idea un passato stabile e rassicurante, lontano dai timori e dalle incertezze contemporane. Sull'adattamento cinematografico come astuta forma di rap-presentazione (piuttosto che di presentazione) rimando a Amanda Collins, “Jane Austen, Film, and the Pitfalls of Postmodern Nostalgia”, in *Jane Austen in Hollywood*, cit., pp. 79-89 e Peter Hutchings, “A Disconnected View: Forster, Modernity and Film”, in *E.M. Forster*, a cura di Jeremy Tambling, Macmillan New Casebooks, 1995, pp. 213-228.

²⁹ S. Steinberg, “Seeking Sanctuary ‘Under the Tuscan Sun’ Couple Bids Farewell to Noe Valley and Retires to Italy”, <http://www.noevalleyvoice.com/2004/July-August/Italy.html>.

³⁰ T. Cunningham, “Our Great Escape”, inserto “Modern Times”, *Daily Mail*, Thursday, August 12, 2004, pp. 54-55. Il mensile *Italy* ha una sezione speciale dedicata alle storie di *ex-pats* in Italia e pubblica regolarmente *case studies* dedicati alla *relocation* all'estero. Immancabilmente negli articoli proposti la decisione di lasciare i propri “‘desk jockey’ jobs” in patria nasce dal desiderio di vivere una vita “more natural and relaxed” (G. Drury, “Farm Hunting in Le Marche”, *Italy*, 17, August 2004, p. 86).

³¹ L. Hutcheon, *The Politics of Postmodernism*, cit., pp. 31 e 33. Rimando inoltre alle pagine web del Bella Tuscany Channel a <http://www.deeshan.com/bella.htm>, al Bella Tuscany Family Tour pubblicizzato da Bella Italia Tours a http://www.infohub.com/TRAVEL/SIT/sit_pages/14513.html e al condimento Bella Tuscany Spice Blend per le cui ricette si può consultare <http://www.azcentral.com/12news/news/articles/recipeArtichokeChicken08102004-CR.html>.

A whole new house of mirrors of visual replication and of textual reproduction has replaced the older stable reality of reference and of the non-cultural 'real'.³²

La stessa Mayes giunta a Venezia confessa di non riuscire a percepire la città se non come presenza mediata, *déjà-vu*: “[a]rriving in Venice seems like the most natural act in the world. Is it this way for everyone? The place is so thoroughly known through film, photographs, calendars, books. Is there another layer to this easy familiarity?” (BT p. 85)

La scoperta culturale come vendita commerciale allestita dall'autrice sembra rappresentare l'epifenomeno di un triplice processo di ricostruzione dell'Altro proprio della contemporaneità: una volta studiato, vissuto e assimilato (fase 1), l'Altro è riprodotto per uso privato (fase 2) e quindi commercializzato al grande pubblico (fase 3), sfruttando proprio quell'autorevolezza che la consapevolezza diretta dell'Altro ci ha concesso. Conseguentemente l'esperienza personale e sensuale della Toscana di Mayes, così idiosincratICA e irripetibile ai suoi inizi, diventa sempre più condivisibile, accessibile, riproducibile. In questa inesauribile spirale commerciale Bramasole, il segno della 'vita nova' dell'autrice, “stand[ing] totally within its own green landscape [...] [n]o sign at all that we have been there or will be there” (BT p. 252), diventa un significante vuoto, abbassato a motivo decorativo tra tanti in una collezione di carta da parati, “celebration of the idyllic Italian lifestyle”; Cortona, città' dalla purezza euclidea (UTS p. 7), diventa l'ispirazione per un disegno tessile, “easy to live with mix of rustic country charm and old world elegance”;³³ l'inenarrabile esperienza della vita nell'idillio rurale - ora raccontata con disinvoltura in un programma televisivo acquistabile in comoda cassetta VHS -³⁴ è agevolmente riprodotta in patinati *coffee-table books* in brossura (*In Tuscany*) e in eleganti calendari da tavolo (*Frances Mayes' Tuscan Pleasures*).

Nella sua ennesima fatica editoriale, passaggio (forse) conclusivo del processo da me definito catena appropriativa, l'autrice ambisce addirittura a trasportare la Toscana nelle altrui case (*Bringing Tuscany Home*, come recita significativamente il titolo del volume) grazie alla “At Home in Tuscany Collection” ideata dall'autrice per quanti vogliano sognare “of integrating the Tuscan lifestyle – from home decoration and cooking, to eating and drinking, to gardening, socializing, and celebratine - into their own lives”.³⁵ Il progetto sembra attualizzare e sintetizzare la poetica del viaggio maturata nel corso degli anni dall'autrice, la quale ammette con disarmante candidità:

³² F. Jameson, *On Magic Realism in Film*, “Critical Inquiry”, 12 (2), 1986, pp. 320.

³³ Waverly Bella Tuscany Prints Collection and Wowens Collection a <http://arts-crafts.in-the-market.com>. I due oggetti sopra menzionati sono stati prescelti in quanto i più costosi tra quelli prodotti nella serie

³⁴ “Frances Mayes' Bella Tuscany”, documentario televisivo prodotto dalla rete WLIW21 di New York.

³⁵ La sinossi editoriale di *Bringing Tuscany Home: Sensuous Style from the Heart of Italy* continua così: “Now Frances and her husband [...] share the essence of Tuscan life as they have lived it, with specific ideas and inspiration for readers stateside to bring the beauty and spirit of Tuscany into their own home décor, meals, gardens, entertaining and, most important, outlook on life” (<http://www.randomhouse.com/catalog/display.pperl?ppr1?0767917464>). Il volume, in brossura, prezzo \$29.95, sarà pubblicato nell'ottobre 2004.

“[t]ravel can reinforce *the primitive urge to bring the new into the circle of the known*. [...] Living at Bramasole makes us want *to import* into our American lives as many Italian elements as we can.” (BT, rispettivamente pp. 179 e 261, le enfasi sono mie).

Mayes riesce a clonare l’Altrove in ragione dei suoi stati preesistenti di sintesi possibile (visiva, fotografica, narrativa), che sono capaci di concentrarlo in comoda quintessenza da (ri)proporre nel limbo epistemico situato tra vero e verosimile. La regione italiana - relegata *de facto* alla dimensione di Altro colonizzato e da (neo)colonializzare, in merce da esportazione scomponibile e ricomponibile – si tramuta così in una Ipertoscana, ovvero in un complesso dominio rappresentativo, un iperspazio, in cui, come ha lucidamente spiegato Frederic Jameson, l’esperienza locale non coincide più oramai con il luogo in cui essa si svolge. Gli espatriati culturali del passato si trasformano nel presente in reimpatriati commerciali, mentre il viaggio come metafora di indagine intima, ricerca personale e pellegrinaggio iniziatico si scompone inesorabilmente in pagine di piccolo turismo. Il *nostos* conclusivo di Mayes tradisce la sua dimensione di ingannevole viaggio circolare, celebrazione ecumenica dell’Altro(ve) domesticizzato, in un Baedeker interiore da sfogliare con la soddisfazione di sapere sempre esattamente dove ci si trova.

Almost half of all Britons who move abroad return home within a year – most because they miss family and friends, a poll of 2,000 ex-pats revealed yesterday.

“Rovers Return”, *The Sun*, Monday, July 26, 2004, p. 26.

Francesca Saggini