

This volume documents the project *#GrandTourists: Immersion in the Collections, Accumulations and Obsessions of the Museums and Archives of Parma*, financed under the tender of the Cariparma Foundation *Reti d'Arte* (Art Networks) 2016, called by the Museum System of the University of Parma, along with the CSAC and a network of partners consisting of the State Archive of Parma, the Ettore Guatelli Foundation Museum, and the Glauco Lombardi Foundation Museum.

The project included the creation of a programme of residencies intended to develop the archives and collections of the various local museums and archives involved.

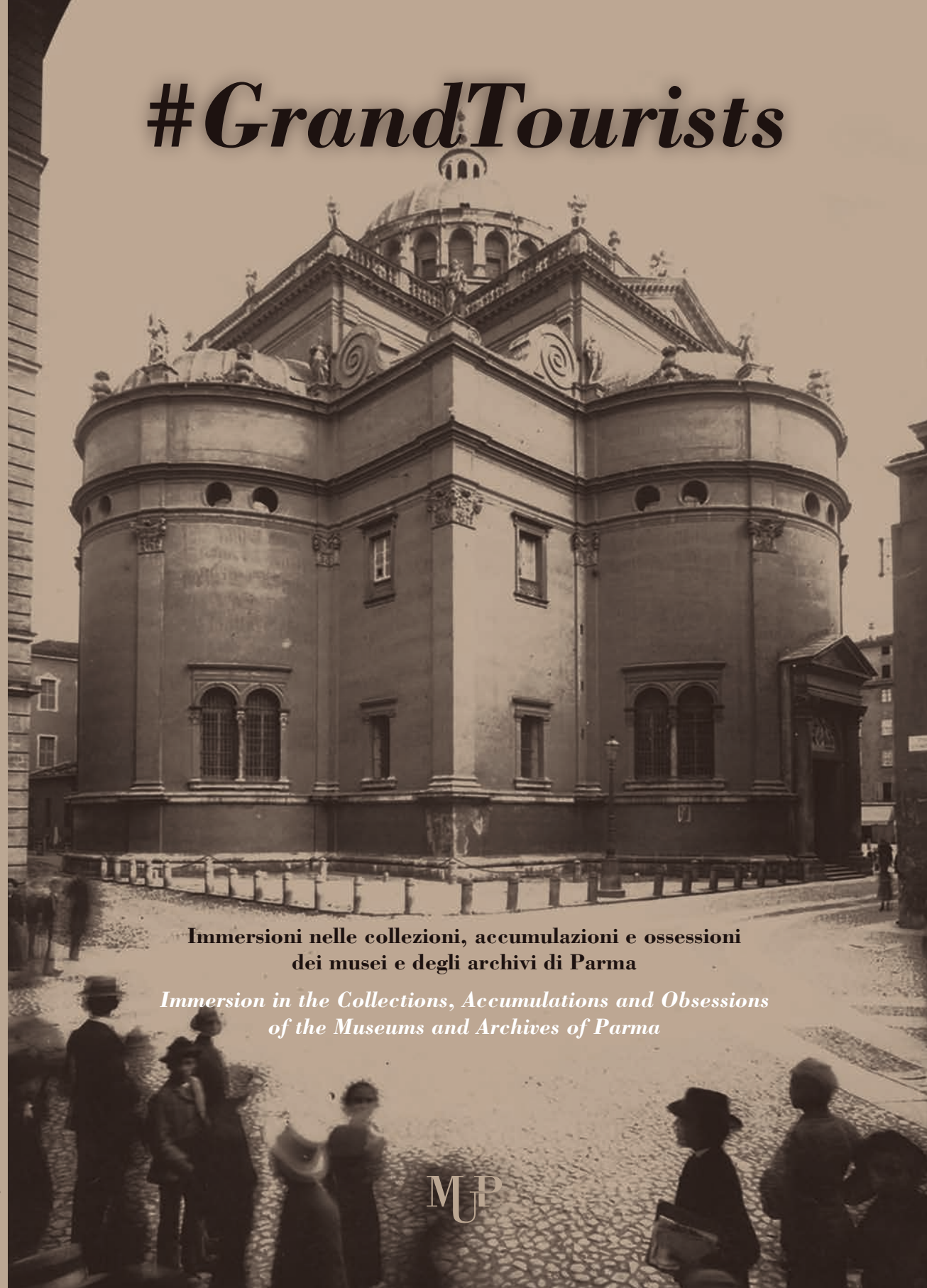
The “Grand Tourists” were: Kurt Forster, Michele Lanzinger, Martino Stierli, Elisabetta Terragni and Luca Vitone.

The outcomes of the project, aside from this volume, were a series of conferences held between March and August 2017, suggestions on curating the collections, and the video *#GrandTourists* directed by Giacomo Volpi.



UNIVERSITÀ  
DI PARMA

#GrandTourists



Immersioni nelle collezioni, accumulazioni e ossessioni  
dei musei e degli archivi di Parma

*Immersion in the Collections, Accumulations and Obsessions  
of the Museums and Archives of Parma*

MP

MP

Il volume documenta il progetto *#GrandTourists. Immersioni nelle collezioni, accumulazioni e ossessioni dei musei e degli archivi di Parma*, finanziato nell’ambito del bando di Fondazione Cariparma *Reti d’Arte* (2016), proposto dal Sistema Museale di Ateneo dell’Università di Parma con CSAC, insieme a una rete di partner costituita da Archivio di Stato di Parma, Fondazione Museo Ettore Guatelli e Fondazione Museo Glauco Lombardi.

Il progetto ha visto la realizzazione di un programma di residenze destinato a valorizzare archivi e collezioni delle realtà museali e archivistiche coinvolte.

I “Grand Tourists” sono stati: Kurt Forster, Michele Lanzinger, Martino Stierli, Elisabetta Terragni e Luca Vitone.

Esiti del progetto sono stati, oltre al presente volume, anche le conferenze tenute tra marzo e agosto 2017, le proposte curatoriali sulle collezioni e il video *#GrandTourists* per la regia di Giacomo Volpi.

MP



UNIVERSITÀ  
DI PARMA

*Con il contributo di / With the contribution of*



Progetto grafico / **Graphic design:** *Maria Amarante*

Traduzioni dall'inglese all'italiano / **Translations from English to Italian:** *Chiara Rolli* (per i testi di / **for the texts by** Jeffrey Schnapp - Martino Stierli), *Micòl Beseghi - Università di Parma* (per il testo di / **for the text by** Elisabetta Terragni)

Traduzioni dall'italiano all'inglese / **Translations from Italian to English:** *Alex Gillan* (per tutti gli altri testi / **for all other texts**)

Immagine in copertina / **Cover image:** P. Poppi - Fotografia dell'Emilia, Bologna, Parma N°1082. *Chiesa della Steccata, 1888-90, CSAC Università di Parma, C129273S / Church of the Steccata, 1888-90, CSAC University of Parma*

ISBN 978-88-7847-552-6

© 2018 Monte Università Parma Editore

MUP Editore è una impresa strumentale della / **MUP Editore is a subsidiary company of**



[www.mupeditore.it](http://www.mupeditore.it)

# *#GrandTourists*

**Immersioni nelle collezioni,  
accumulazioni e ossessioni  
dei musei e degli archivi di Parma**

**Immersion in the Collections,  
Accumulations and Obsessions  
of the Museums and Archives of Parma**

a cura di / **edited by**  
**Marina Gorreri**  
**Francesca Zanella**



# #GrandTourists

Con il contributo di / With the contribution of



IDEAZIONE DEL PROGETTO / **PROJECT CREATED BY**  
*Marina Gorreri - Francesca Zanella*

COORDINAMENTO / **COORDINATION**  
*Elisabetta Modena*

PROGETTO A CURA DI / **PROJECT CURATED BY**  
*Elisabetta Modena - Marco Scotti*

UFFICIO STAMPA E COMUNICAZIONE  
**PRESS OFFICE AND COMMUNICATIONS**  
*Irene Guzman, U.O. Comunicazione Istituzionale - Università di Parma, Marco Scotti*

COLLABORAZIONE ALLA RICERCA  
**ASSISTANCE WITH RESEARCH**  
*Maria Amarante, Renato Bruni, Aldo De Poli, Cristina Menta, Paola Monegatti, Davide Persico, Luca Trentadue*

PROGETTO GRAFICO / **GRAPHIC DESIGN**  
*Maria Amarante*

ISTITUZIONI CHE HANNO PARTECIPATO  
**PARTICIPATING INSTITUTIONS**  
*Archivio di Stato di Parma, CSAC - Università di Parma, Fondazione Museo Ettore Guatelli, Fondazione Museo Glauco Lombardi, Sistema Museale di Ateneo - Università di Parma / State Archive of Parma, CSAC - University of Parma, Ettore Guatelli Foundation Museum, Glauco Lombardi Foundation Museum, Museum System of the University of Parma*

REALIZZAZIONE DEL CORTOMETRAGGIO  
**#GRANDTOURISTS / PRODUCTION OF THE SHORT FILM #GRANDTOURISTS**  
*Durata / Duration 27 minuti / 27 minutes*  
*Soggetto e Fotografia / Subject and Photography Alessandra Costantiello - Giacomo Volpi*  
*Musiche originali / Original music Il Guaio*  
*Testi / Texts Alessandra Costantiello - Giacomo Volpi*  
*Attrice / Actress Alessandra Costantiello*  
*Montaggio e Regia / Editing and Direction Giacomo Volpi*

Si ringrazia lo staff di tutte le istituzioni partecipanti  
Our thanks go to all the staff of the participating institutions



# Indice / Index

## #GrandTourists

<b>Jeffrey Schnapp</b>	Grand Tourists	12
	Grand Tourists	14
<b>Francesca Zanella</b>	Le ragioni di un progetto	17
	The Reasons Behind a Project	22
<b>Elisabetta Modena</b>	Dal Grand Tour alla residenza. Appunti per una riflessione su alcuni esiti del progetto #GrandTourists	27
	From the Grand Tour to the Residence: Notes for Reflection on some of the Outcomes of the #GrandTourists Project	32

## I luoghi del Grand Tour / The Places of the Grand Tour

<b>Marina Gorrieri</b>	Sistema Museale dell'Università di Parma	39
	Museum System of the University of Parma	42
<b>Francesca Zanella</b>	CSAC. Università di Parma	45
	The CSAC: University of Parma	48
<b>Francesca Sandrini</b>	Fondazione Museo Glauco Lombardi	51
	Glauco Lombardi Foundation Museum	54
<b>Graziano Tonelli</b>	Archivio di Stato di Parma	57
	The State Archive of Parma	60
<b>Mario Turci</b>	Fondazione Museo Ettore Guatelli	63
	Ettore Guatelli Foundation Museum	66

## I diari di viaggio di cinque "Grand Tourists" contemporanei a Parma The Travel Diaries of Five Contemporary "Grand Tourists" in Parma

<b>Kurt Forster</b>	Il potere dell'immagine e l'impatto dei grandi numeri	71
	The Power of the Image and the Impact of large Numbers	80
<b>Michele Lanzinger</b>	Ripensare alle esposizioni museali tra patrimoni da interpretare e pubblici da sollecitare	89
	Rethinking Museum Exhibitions from Interpreting Legacies to Inspiring Visitors	98
<b>Martino Stierli</b>	Curare l'architettura al MoMA. Collezioni, archivi e allestimento	107
	Curating Architecture at MoMA: Collections, Archives and Display	118
<b>Elisabetta Terragni</b>	Un mondo di ordine, un mondo di meraviglia	129
	A World of Order, a World of Wonder	134
<b>Luca Vitone</b>	Un tuffo tra gli scogli. Un tuffo dentro al Transit. Un furgone chiamato Archivio	137
	Conversazione con Luca Vitone di Marco Scotti	139
	A Dive among the Rocks: A Dive into the Transit: A Van called Archive	147
	Conversation with Luca Vitone by Marco Scotti	149
	Biografie dei "Grand Tourists"	156
	Biographies of the "Grand Tourists"	158



**I diari di viaggio di  
cinque “Grand Tourists”  
contemporanei a Parma**

*The Travel Diaries of Five  
Contemporary “Grand Tourists”  
in Parma*





Hajothu, *Treppenhaus im Goethe-Haus Frankfurt am Main*, 19-08-2017, in “Wikimedia Commons”, licensed under CC BY-SA 3.0, <[https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Treppenhaus@Goethe-Haus\\_Frankfurt\\_a.M.20170819.jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Treppenhaus@Goethe-Haus_Frankfurt_a.M.20170819.jpg)> (ultimo accesso 24 gennaio 2018) / (last access 24 January 2018)



## Il potere dell'immagine e l'impatto dei grandi numeri

Kurt Forster

**I**l turismo è un fenomeno di massa e come tale si distingue da ogni altra forma del viaggiare. A differenza dei pellegrinaggi medievali e dei “viaggi di educazione” (come il Grand Tour), il turismo moderno non ha una matrice individualistica, ma è definito dalla ingente quantità di partecipanti. Le statistiche parlano chiaro: l'effetto economico del turismo risulta dall'immensa massa di viaggiatori che sta salendo ancora di più con l'arrivo di viaggiatori dall'India e dalla Cina. Le gite turistiche sono organizzate per un mercato che sta profondamente cambiando non solo l'esperienza dei suoi clienti, ma altrettanto il comportamento di albergatori e servizi nei luoghi preferiti dal turismo di massa. Mentre certe mete vengono prese d'assalto, altre, molto più numerose e perfino dimenticate, subiscono le conseguenze negative di una svolta verso luoghi come Venezia e Roma e i vicini *shopping outlets*. Questo turismo riversa in brevissimo tempo un numero altissimo di viaggiatori nei luoghi scelti. La strategia degli organizzatori privilegia luoghi straconosciuti e destinati a ulteriori parossismi fotografici e consumistici, lasciando intoccati interi quartieri al di fuori del “Best of Venice” che offre sosta solo per un'impetosa “esecuzione” delle *Quattro stagioni* vivaldiane.

Gli operatori turistici non possono fare a meno di capaci velivoli e navi da crociera che rassomigliano a dirigibili marini, né sarebbe possibile gestire questo traffico senza grandissimi alberghi e trasporti locali adeguati ai loro clienti. L'Italia sta in testa con le mete più ricercate, ma rimane una mappa con vaste terre incognite e sempre più trascurate. Sappiamo ormai che i turisti seguono, a loro insaputa o con deliberata volontà, l'antichissima prassi umana del “migrare”. Se consideriamo il turismo in un'ottica lungimirante, ci accorgiamo che non è altro che un prolungamento della storia del “migrare umano”, attività alla quale eravamo costretti per sopravvivere a paurosi cambiamenti ambientali. Partecipando così anche oggi al lungo cammino dell'evoluzione e dell'espansione della nostra specie sull'intero globo, il turista, che si muove tra i suoi simili e si abbandona a un rituale collettivo, non fa altro che rintracciare il suo remoto passato. Ma non solo, perché questi si sottopongono allo stesso tempo a una fantomatica vicenda: rassomigliano a profughi dispersi nel paesaggio, a colonne di prigionieri costretti a marce notturne, a fiumi di umanità che man mano si prosciugano nel deserto. Terribili esperienze che la memoria conserva da tempi

remoti, ma che si risvegliano attraverso un rituale soltanto semicosciente ogni volta che il turista incontra i poteri che giuocano con la vita stessa e che lo mettono a confronto con la fatica del vivere o il terrore della morte. Nonostante queste paure, ci piace viaggiare anche senza scopo e urgenza, per puro spasso e per arricchirci la vita. Abbiamo imparato qualcosa durante il lungo migrare: se la partita si gioca per spasso, la vita è divertente, anche se non priva di pericoli. Tra questi pericoli un tempo la scarsità di cibo minacciava i migranti e faceva del loro passaggio una strage per i contadini. Dove trovare da mangiare rimane una viva preoccupazione di ogni viaggiatore e per soddisfare i suoi bisogni è nata una vasta industria che anch'essa non ha lasciato intoccata la vita di milioni di abitanti sedentari. Negli ultimi anni la cultura italiana e il mangiare si sono consolidate nella crisi "Eat" e "Italy".

A sostenere la memoria di quello che hanno vissuto, i viaggiatori si portano a casa un ricordo delle loro esperienze e un pegno per le loro storie: ai tempi delle crociate, una fiala con acqua del fiume Giordano o una croce da Gerusalemme, dall'apertura del Canale di Suez, una sella di cammello dall'Egitto, un cuscino marocchino, o in tempi più recenti, una figura in porcellana di Mao Tse-tung o un vestito di *griffe* parigina o milanese. Tra i più effimeri emblemi del viaggiare ci sono i biglietti e le cartoline postali – ambedue "documenti" e "ricordi" – ben presto oggetti di collezionisti e pregiate testimonianze negli album di famiglia. Perché l'immagine è il motore del trapasso dall'esperienza alla memoria, si fa sempre più indispensabile al suo culto. Il *selfie* ha così il vantaggio di unire l'autore e l'oggetto in un solo click, esso ha raggiunto la sua piena *raison d'être* solo col turismo, o, viceversa, fa turisti tutti noi ovunque scattiamo una tale immagine istantanea.

Quello che il turismo è riuscito a creare è la "memoria prolettica", un'immagine senza luogo fisso o esperienza personale, simulazione della pura sopravvivenza senza pericolo. Tutte illusioni, ma non da poco, se si pensa alle quotidiane vicende della vita moderna, non a caso quello che si vede viaggiando è sovente quello che si mangia. Vedere, però, rimane la chiave e solo l'immagine dà campo alle attuali tecnologie del vedere.

Se consideriamo il comportamento dei turisti, scopriamo che due rituali umani dettano le loro esperienze: prendere e dare, dire e tacere, scoprire e nascondere. I viaggiatori che normalmente sono "stranieri" e quindi vulnerabili, godono anche di particolari privilegi oltre al consueto rispetto. Come stranieri, ridanno un cospicuo valore a questi "scambi" di parole, gesti, tempo e regali. Dalla differenza che manifestano i viaggiatori nei confronti dei locali nasce una fresca attenzione ai particolari del loro comportamento. Niente rivela meglio le consuetudini quanto lo sguardo di uno straniero, sempre in precario equilibrio tra incongruenze, contrasti e impulsi concorrenziali. Per l'Italia, per Milano e Parma in particolare, basta sfogliare i libri di Stendhal, che da turista si convertì in "Milanese" – così desiderava essere ricordato – e da casuale osservatore si

faceva studioso della cultura italiana (di tutti i generi, dalla storia all'arte, dalla musica al cibo, passando per i costumi locali, i dialetti, i vizi e i dilette).

Il turista cerca luoghi precisi, spesso quelli da lungo tempo ricordati – Roma, le piramidi di Mazatlán, i fiordi scandinavi, la Città Proibita di Beijing – e dunque luoghi che promettono e invitano a un incontro col passato. Non importa quanto “superficiale” e fuggente questo contatto sia, è pur sempre un approccio a una memoria in costante pericolo di estinzione. Per questo motivo un luogo prescelto deve essere allo stesso tempo storico e vivo. La scelta non è un atto della volontà, ma deve avere il carattere di una trovata, più una scoperta da ricordare che un luogo ove rimanere. Nella coscienza europea, Roma è un tale luogo *par excellence* che si basa sulle dure pietre delle rovine e si mantiene negli sfoghi mitologici. Un campione – una tessera di un mosaico, un frammento di ceramica – e più recentemente un portacenere a forma di Colosseo o una mera fotografia ne sono il pegno. Oggetti di una cultura che singolarmente impressiona per la sua sopravvivenza in durevoli materiali e lapidarie iscrizioni. Fu una sconcertante esperienza, ricordata da molti settentrionali, che l'antichità abbia lasciato ai posteri un'immensa quantità di pietre. Che la civiltà antica si sia vestita di materiali raccolti dai quattro venti e che anche le sue immagini siano sopravvissute perché incise sulla pietra, fa di loro uno dei principali “archivi” della civilizzazione. Salvatore Settis riconosce la Colonna Traiana come repository di infinite informazioni che non avevano preso corpo, nemmeno al loro tempo, in altro che lapidaria forma.

Questo fatto comporta anche un'altra conseguenza: un'immagine è potenzialmente omnidirezionale, si proietta sugli autori e non solo su un pubblico, inteso o meno. Grazie all'esistenza di immagini, la distinzione tra i loro produttori e chi le guarda non rimane fissa. Il loro effetto si rispecchia e addirittura si ripiega sui fautori. Per questa ragione non è certo senza inganno la scelta dell'“autorappresentazione”. Se gli Svizzeri proiettano nel tunnel all'aeroporto di Zurigo immagini di mucche – non risparmiando il loro muggito – e canti *à la* Heidi durante il breve passaggio in treno tra i terminal, dichiarano che vogliono essere – agli occhi dei turisti – contadini delle Alpi e non “Gnomi di Zurigo.” In effetti, l'albergoria svizzera con tutti i suoi problemi – che vanno dalla autodistruzione in Engadina alla scelta di Davos come luogo del *World Economic Forum* – ci insegna una cosa: come uno si presenta definisce in larga misura come viene percepito, e, più importante ancora, comincia a vedere se stesso.

L'Italia moderna si considera culla dell'antica civilizzazione europea e mette a disposizione dei turisti vasti terreni archeologici, affinché questo passato ritorni in luce. Ed è proprio questo passato che il turista cerca al centro della vita odierna, a pochi centimetri dai marciapiedi. Nel XXII secolo, il Senato della città di Roma, ormai ridotta a un piccolo abitato, decise di proteggere la Colonna Traiana, riconoscendone il singolare “valore storico” insito nelle

sue marmoree immagini. Il decreto minacciava la pena capitale a chi osasse danneggiarne l'integrità.

Non va trascurata, però, la memoria delle azioni umane, che costituiscono i veri fatti storici ricordati come *gestae*; memorie altrettanto potenti e durature come la presenza fisica del passato. Va ricordato che le Olimpiadi servivano da calendario alla storiografia greca e non solo al ricordo di vittorie e sconfitte. Per l'Italia del XX secolo sono le "azioni" (nel senso largo del termine) che definiscono le tappe di una storia travagliata. Dal Futurismo che spezzava ogni ordine prestabilito fino a momenti dell'arte contemporanea, come gli specchi frantumati di Pistoletto, passando attraverso gli idrovolanti che Italo Balbo pilotava a Chicago per la mostra (*Century of Progress International Exhibition*) del 1933-34. Bisogna ricordare figure di mitologica natura come Gino Bartali che fu l'incarnazione del sogno di un centauro moderno. Il Giro d'Italia non era altro che un sopralluogo della penisola per un immaginario nuovo Enea improvvisamente dotato da mezzi a raggio espansivo e capace di oltrepassare numerosi Rubiconi. La storia non finisce lì e il nuovo secolo inaugurerà un tipo di stabilimento che risveglia una millenaria tradizione italiana, quella della golosità. Fellini ne proiettava l'idea e Eataly la porta in altri continenti. Eataly è un classico fenomeno del ritorno di un'idea concepita per altri al paese di origine, fenomeno che funziona principalmente a causa del potere delle immagini.

Questo fenomeno definisce la duplice natura del turismo, vuol dire l'auto-colonizzazione del soggetto che ne risulta. Mentre la rappresentazione di un concetto d'identità – l'Italia come civilizzazione autentica, a contrasto con un'Italia paese di vacanze – rimane indispensabile a ogni attività di *réclame*. L'effetto che quest'immagine ha su stranieri e italiani richiede un'ulteriore spiegazione. Il ripiego si manifesta in maniera abbastanza chiara se torniamo al "luogo del delitto": il Lingotto a Torino ha subito due trasformazioni profonde negli ultimi anni. Ha finito di essere il luogo di produzione industriale, cedendo il suo posto prima a un museo, poi a Eataly. Il museo galleggia al di sopra della famosa pista di prova come se atterrasse da un altro mondo. Di recente, la stazione culinaria ha preso posto al pianterreno come se desse prova del nuovo carattere che non è più di produzione, ma interamente di consumo.

ISTAT fa il *tour d'horizon*:

Il paese era, nel 2013, il quinto più visitato nel mondo con 57,7 milioni di turisti internazionali in arrivo, una cifra in crescita rispetto agli anni precedenti. [...] Secondo le stime del World Travel and Tourism Council, l'industria turistica nel suo complesso (turismo nazionale ed estero) avrebbe contribuito, con 147 miliardi di euro, per il 9,4% alla formazione del PIL del paese, impiegando all'incirca 2,5 milioni di persone, pari al 10,9% dell'occupazione nazionale<sup>1</sup>.

Come la popolazione in Francia e in Inghilterra quella italiana appartiene a quella fascia demografica intorno o superiore a sessanta milioni di abitanti. Messa a paragone con la popolazione stabile, la presenza dei turisti in Italia la raddoppia, ma solo statisticamente e per periodi limitati dell'anno.

A testimonianza si cita il fatto che l'Italia possiede un patrimonio storico-architettonico molto vasto e importante, sia come quantità di manufatti, sia come stato di conservazione, sia come valore artistico-culturale intrinseco. L'Italia vanta il maggior numero di siti indicati nella Lista del Patrimonio dell'umanità stilata dall'UNESCO<sup>2</sup>.

Ma a dire il vero, non è che il paese possieda il più ampio patrimonio culturale del mondo, una vana opinione, ma semplicemente che questa idea – tradizionale, eurocentrica e spiacevolmente nazionalista – fornisce la ragione ad altre convinzioni di dubbia natura. Non solo i turisti subiscono l'effetto di quello che stanno cercando, il turismo stesso trasforma l'atteggiamento della popolazione verso la sua storia e in molti casi determina la maniera nella quale i siti e le opere vanno custoditi. Un esempio? Le gondole veneziane erano chiuse, concedendo intimità e discrezione a contrasto con l'attuale preferenza per gondole scoperte. Oggi è più importante essere visti e vedere tutto che difendersi dalla curiosità altrui. Le indiscrezioni del Casanova si godono al cinema, non in laguna, e Venezia si trova intrappolata in un dilemma: può sopravvivere solo grazie al turismo di massa, anche se questa sopravvivenza porta a significativi cambiamenti e infine alla distruzione.

Può darsi che la Venezia che il turista si aspetta rassomigli più al *Venetian* di Las Vegas che alla laguna. Acqua alta? Inquinamento? Ingannevoli trattative sul costo con il gondoliere? La Venezia vera si affretta ad arginare la crescente marea quanto l'invasione dei viaggiatori e l'ingresso di ingigantite navi. La *Vorstellung* – quello che si pre-suppone al confronto con la realtà locale – esercita un insidioso potere sulla mentalità delle persone che i turisti incontrano nei luoghi visitati, ancora di più, perché si tratta di un fenomeno di "massa".

Il padre dello scrittore Goethe, l'avvocato Johann Caspar von Goethe di Francoforte, aveva fatto un viaggio in Italia nel 1740. Lo seguiranno il figlio Wolfgang negli anni tra 1786 e 1788, e anche suo nipote August che improvvisamente morì (1830) a Roma ed è sepolto nel cimitero presso la Piramide di Caio Cestio. Sulle pareti dello scalone nella casa di Francoforte, il padre del poeta ornava la sua residenza con stampe di Giovanni Battista Falda e di Alessandro Specchi. Queste vedute di grandi monumenti e piazze di Roma (Castel Sant'Angelo, Piazza del Popolo, San Pietro in Vaticano e il Colosseo) furono incorniciate e appese come trofei del viaggio che Goethe padre teneva caro per tutta la sua vita e che impressionavano il figlio sin dalla prima giovinezza. Nella tardiva *Dichtung und Wahrheit*, Goethe mise queste stampe a paragone con le sue impressioni dal vivo, attribuendo a queste lo stimolo iniziale per il suo viaggio.



Mi attirava una serie di vedute romane. Incise da abili artisti prima del Piranesi questi s'intendevano bene in materia di prospettiva ed architettura [...]. Si incidevano queste immagini nella mia anima, per di più perché mio padre, ordinariamente taciturno, si lasciava andare in descrizioni di questi luoghi anche da lui conosciuti<sup>3</sup>.

Non può essere sottovalutato il potere che queste immagini esercitavano già sul padre viaggiatore né il loro effetto a lungo termine per future generazioni. Goethe figlio portava con sé non solo l'insegnamento del padre e il suo amore per l'Italia, ma la speranza di un profondo ripensamento della propria vita. Tale è il potere delle immagini sulle azioni degli uomini che un'acerba impressione infantile incide sulle esperienze della maturità. È quasi impensabile che il turismo di massa possa avere nella vita di un individuo una simile importanza più di qualche illuminante esperienza episodica.

Tutte e tre le generazioni di casa Goethe stilavano i loro "resoconti" personali: il padre impiegava un insegnante di italiano, Domenico Giovinazzi, a scrivere il suo *Viaggio in Italia*, mentre il figlio era ben capace di conversare in italiano e di esprimersi nella memorabile *Italienische Reise*, pubblicata nel 1817 e nel 1818. Ben più di un mero racconto, il *Viaggio in Italia* è un testo fitto di osservazioni e prodigo di materie scientifiche e filosofiche. Basta pensare alle riflessioni fatte su Palladio per convincersi che Goethe fu non solo avido cultore della storia, ma di tante altre materie. Il figlio August, una figura ombrosa a paragone con il padre, faceva il possibile per rendersi degno della sua eredità intellettuale, anche se con grande fatica. Come osservatore di tutto quello che rendeva la vita in Italia sorprendente agli occhi dei settentrionali, non mancavano i marciapiedi milanesi, lastricati con fitti blocchi di granito: "Figuratevi", notava August, "che lungo le vie principali che hanno un'ampiezza di ben 30 piedi, corrono ampi marciapiedi che permettono a due persone di incrociarsi comodamente"<sup>4</sup>.

## Il duplice effetto del turismo

Ci sono turismi diversi quanto diversi sono i paesi d'origine dei viaggiatori e diversi tra di loro gli interessi e i desideri che spingono al viaggiare. Il turista porta con sé "un'immagine", un'anticipazione di quello che spera di trovare sul luogo e lascia nel paese che visita le deformazioni di un passaggio spesso frettoloso. Una visione anticipata non è solo indispensabile al turista, ma è altrettanto determinante per la gente che incontra e i posti che osserva.

Il turismo cambia un paese ricercato dai viaggiatori e trasforma le loro esperienze. La calamita di questo duplice effetto, che è capace di trasmutare esperienze in ricordi e convertire sensazioni in duraturi significati è una sola: l'immagine. Se l'immagine dell'Italia operosa, delle automobili, dei campioni tra ciclisti e piloti, dei banchieri del Rinascimento e dei poeti fu l'immagine

di una fucina, oggi quest'immagine è profondamente mutata. Al posto delle fabbriche ci sono i musei, al posto degli impianti industriali i campi aperti dell'archeologia. Non "lavoro" ma "diletto" è la parola d'ordine, si diffonde meno la produzione ma più la "riproduzione": moda e cibo sono, con poche eccezioni, i settori più produttivi. Così si stabilisce un insidioso rapporto/contrasto tra la scala locale e intima che governa il "feticcio della memoria" e la scala mostruosamente ingigantita delle navi da crociera che invadono Venezia. Quando attraversano il canale della Giudecca riducono a giocattolo la città, mentre centinaia di immobili viaggiatori lungo i parapetti sparano invano i loro flash come fossero a cavalcioni di un dragone cinese.

Sul tetto dell'ex-calderone industriale, sul Lingotto, galleggia un "Museo", e sotto, a livello del suolo, c'è "Eataly", lenti bifocali che cambiano l'impressione della città. Può questo essere lo stesso luogo che, in tempi non lontani, ispirava l'Arte Povera fatta di paglia e neon, a forma di tavolo ondulante o igloo? Che abbia vinto la golosità non sorprende. La pasta e la pizza hanno conquistato il mondo ben prima degli hamburger, ma la cucina italiana non era soltanto molto più variata come lo era l'arte, ma era capace di arricchirsi di sostanze e piante provenienti da altri continenti. Basta ricordare che patate, pomodori e mais arrivavano in Europa soltanto, e saltuariamente, dal tardo Cinquecento in poi, mentre sono ormai ingredienti chiave dell'odierna cucina italiana.

Quando gli inglesi e i tedeschi andavano in cerca dei luoghi conosciuti dalla storia antica, desideravano rafforzare l'idea che gli abitanti della penisola fossero da considerare discendenti, per non dire "eredi", di quei tempi remoti e infine i custodi della loro memoria. Se i viaggiatori colti speravano di intravedere un remoto passato attraverso tracce disperse, la gente dei luoghi così ricercati non perdeva l'occasione di nutrire queste aspettative e di trarne vantaggio. Il viaggiatore deve istruirsi, non può fare a meno di mappe e guide, di immagini e racconti. Stilate per secoli su modelli antichi e medievali, queste guide cominciarono a moltiplicarsi con l'inizio della stampa. Ben oltre la loro utilità, anche i libri si arricchiscono di illustrazioni e diffondono con più forza l'"idea anticipata" di quello che si incontrerà poi nella realtà.

Grazie alla stampa le opere d'arte e in particolare le opere architettoniche acquisiscono una doppia vita. Oltre la loro reale esistenza ne guadagnano un'altra nelle pagine dei libri. Gli architetti stessi lanciavano questo progetto di una vita raddoppiata per le loro opere. Un Serlio e un Palladio sono tra i veri inventori di questa strategia che investì l'immagine di un potere al di là degli edifici. Siamo stati assai lenti a riconoscere che la tecnologia della riproduzione, vale a dire il potere del simulacro, è ben più grande del suo rango inferiore. Per di più, ogni epoca ha prodotto uno specifico rapporto tra i mezzi di viaggio e le tecnologie impiegate nella creazione dei ricordi: si rivelano intimamente legate le carrozze e il pennello, i treni e la fotografia, i voli *low-cost* e i *selfie*. La possibilità di cogliere un'immagine di se stesso nel contesto di un luogo e di

scegliere fronte o retro del telefonino ne fa uno strumento che cattura, come lo faceva Brunelleschi col suo apparecchio prospettico, l'oggetto e le circostanze esterne. Mentre sembra una noiosa messa in scena di ignoranti e prepotenti – il rovescio dei consapevoli e umili ammiratori – il *selfie* può anche essere considerato un tenue legame tra luogo e passato, tra il momento dello scatto e le buie sale della storia. Proprio quello che il turista spera e il viaggiatore cerca.



<sup>1</sup> *Turismo in Italia*, <[https://it.wikipedia.org/wiki/Turismo\\_in\\_Italia](https://it.wikipedia.org/wiki/Turismo_in_Italia)> (ultimo accesso 16 dicembre 2017).

<sup>2</sup> *UNESCO World Heritage List*, <<http://whc.unesco.org/en/list>> (ultimo accesso 16 dicembre 2017).

<sup>3</sup> Cfr. J. W. von Goethe, *Aus meinem Leben: Dichtung und Wahrheit*, Vol. I, Cotta, Tübingen 1811. La citazione nel testo è tradotta dall'autore.

<sup>4</sup> Cfr. A. von Goethe, *Auf einer Reise nach Süden. Tagebuch 1830*, herausgegeben von A. Beyer und G. Radecke, C. Hanser, München-Wien 1999, p. 34. La citazione nel testo è tradotta dall'autore.



Sidvics, *Lago artificiale con gondole del Venetian Hotel / Artificial lake with gondolas at the Venetian Hotel*, Las Vegas-USA, 08-2011, in “Wikimedia Commons”, licensed under CC BY-SA 3.0, <[https://it.wikipedia.org/wiki/The\\_Venetian#/media/File:Venetian\\_Hotel\\_-\\_Lago\\_artificiale\\_con\\_gondole\\_-\\_Las\\_Vegas\\_-\\_agosto\\_2011.jpg](https://it.wikipedia.org/wiki/The_Venetian#/media/File:Venetian_Hotel_-_Lago_artificiale_con_gondole_-_Las_Vegas_-_agosto_2011.jpg)> (ultimo accesso 24 gennaio 2018) / (last access 24 January 2018)

Nella pagina precedente / On the previous page

Carlo Naya (1816-1882), *Venezia. Panorama da S. Giorgio e gondola. Numero di catalogo: 1 / Venice. Panorama taken from the Island of St. George and a gondola. Catalogue # 1*, s.d., in “Wikimedia Commons”, licensed under CC PD-Mark 1.0, <[https://it.wikipedia.org/wiki/Gondola#/media/File:Naya,\\_Carlo\\_\(1816-1882\)\\_-\\_n.\\_01\\_-\\_Venezia\\_-\\_Panorama\\_da\\_S.\\_Giorgio\\_e\\_gondola.jpg](https://it.wikipedia.org/wiki/Gondola#/media/File:Naya,_Carlo_(1816-1882)_-_n._01_-_Venezia_-_Panorama_da_S._Giorgio_e_gondola.jpg)> (ultimo accesso 24 gennaio 2018) / (last access 24 January 2018)

## The Power of the Image and the Impact of large Numbers

Kurt Forster

**T**ourism is a mass phenomenon, and as such is different from every other way of travelling. Unlike mediaeval pilgrimages and “educational travelling” (such as the Grand Tour), modern tourism is not individualistic, but is defined by its overwhelming number of participants. The statistics speak for themselves: the economic effect of tourism results from the immense mass of travellers which is steadily rising with the arrival of others from India and China. Sightseeing tours are organized for a market that is not only profoundly changing the experience of its customers, but also the behaviour of hoteliers and services in the places preferred by mass tourism. While certain destinations are taken by assault, others, much more numerous and even forgotten, suffer the negative consequences of a shift toward places such as Venice and Rome and adjacent shopping outlets. Within a very short time, this type of tourism offloads a vast number of travellers into the places selected. The organizers’ strategy favours completely unknown places doomed to further photographic and consumeristic paroxysms, leaving entire neighbourhoods untouched outside the “Best of Venice” which offers nothing more than a pit stop for a cold-blooded “execution” of Vivaldi’s *Four Seasons*.

Tour operators cannot do without capacious aircraft and cruise liners that resemble marine airships, nor would this traffic be possible without huge hotels and adequate local transport systems for their customers. Italy is in the lead for the most sought-after destinations but remains a map with vast unfamiliar and increasingly neglected areas. We know now that tourists follow the ancient human praxis of “migration” whether unconsciously or deliberately. If we consider tourism in a far-sighted light, we come to realize that it is nothing more than an extension of the history of “human migration”, an activity we were forced into to survive fearful environmental changes. By participating today in the long journey of evolution and the expansion of our species across the entire globe, tourists, who move among their fellows and abandon themselves to a collective ritual, are doing nothing more than retracing their remote past. But not only, because at the same time they are victims of a wholly imaginary affair: they resemble refugees dispersed in the landscape, columns of prisoners on a forced march through the night, rivers of humanity that gradually drain into the desert. Terrible experiences that the memory retains from remote times, but that reawaken through a hazily semi-



conscious ritual whenever tourists meet the powers that play with life itself and that bring them face to face with the fatigue of living or the fear of death. Despite these fears, we enjoy travelling aimlessly and without haste, for the sheer fun of it and to enrich our life. We have learned something during our long migration: if the game is played for enjoyment, then life is fun, albeit not without some peril. Among these erstwhile perils, food shortages would threaten migrants and make their passage a heartbreak for the peasants. Where to find food remains a deep concern for all travellers and to satisfy their needs a vast industry was born that has not left the lives of millions of sedentary inhabitants untouched. In recent years, Italian culture and food have merged in a crisis of “Eat” and “Italy”.

To back up the memory of what they have experienced, travellers take home a memento of their experiences and a token of their stories: at the time of the crusades, a vial with water from the River Jordan or a cross from Jerusalem, after the opening of the Suez Canal, a camel saddle from Egypt, a Moroccan cushion, or in more recent times, a porcelain figure of Mao Zedong, or a garment sporting a label from Paris or Milan. Among the more ephemeral emblems of travelling are tickets and postcards – both “documents” and “mementoes” – swiftly objects for collectors and precious testimonies in family albums. Since the image is the engine of passage from the experience to the memory, its worship becomes ever more essential. Hence, the selfie, which has the advantage of combining the author and the object in a single click, has reached its full *raison d’être* only with tourism, or, vice versa, it makes us all tourists wherever we take such a snapshot.

What tourism has managed to create is a “proleptic memory”, an image without a fixed location or personal experience, a simulation of pure survival without danger. All illusions, but not insignificant, if we think of the daily vicissitudes of modern life, it is no coincidence that what can be seen when travelling is often what can be eaten. Seeing, however, remains the key, and only the image gives meaning to today’s visual technologies.

If we consider tourists’ behaviour, we discover that twin human rituals dictate their experiences: taking and giving, talking and keeping quiet, discovering and hiding. Travellers who are normally “aliens” and therefore vulnerable, also enjoy special privileges in addition to the customary respect. As aliens, they restore substantial value to these “exchanges” of words, gestures, time, and gifts. The difference which travellers manifest in respect of the hotspots has brought fresh attention to the details of their behaviour. Nothing reveals best practices as much as the gaze of a foreigner, forever in a precarious balance between inconsistencies, contrasts, and competitive impulses. For Italy, and for Milan and Parma in particular, it is enough to browse the books by Stendhal, who from being a tourist converted into a “Milanese” – he wished to be remembered as such – while from a casual observer he became a scholar of Italian culture (of all kinds, from history to art, from music to food, passing via local customs, dialects, vices and delights).

Tourists seek out precise places, often those long remembered – Rome, the pyramids of Mazatlán, the Scandinavian fjords, the Forbidden City in Beijing – and therefore places that promise and invite a meeting with the past. No matter how shallow and fleeting this contact may be, it is always an approach to a memory in constant danger of extinction. For this reason, the place chosen must be at the same time historical and living. The choice is not an act of will, but must have the character of a find, more a discovery to remember than a place to stay in. In the European mentality, Rome is such a place *par excellence*, based as it is on the hard stones of its ruins and maintained by mythological outpourings. A sample – the tile of a mosaic, a fragment of pottery – and more recently an ashtray in the shape of the Colosseum or a plain photograph are its token. Objects of a culture that impresses uniquely for its survival in durable materials and lapidary inscriptions. It was a shocking experience, in the mind of many northerners, that antiquity had left to posterity such an immense amount of stones. That the ancient civilization clothed itself in materials collected by the four winds and that its images had also survived because they were engraved in stone makes them one of the main “archives” of civilization. Salvatore Settis recognizes Trajan’s Column as the repository of infinite information that had not been made concrete, even in its own time, in anything other than a lapidary form.

This fact also results in a further consequence: an image is potentially omnidirectional, it is projected onto authors and not only onto an audience, be it understood or otherwise. Thanks to the existence of images, the distinction between their creators and those who look at them does not remain fixed. Their effect is reflected and even falls back on their advocates. For this reason, the choice of “self-presentation” is certainly not without its chicanery. If the Swiss can project images of cows in the tunnel at Zurich airport – not sparing us from their bellowing – and play Heidi-style songs during the short train journey between terminals, then they are declaring that they wish to be peasants from the Alps in the eyes of the tourists and not “Gnomes from Zurich.” In truth, the Swiss hotel trade with all its problems – ranging from self-destruction in the Engadin to the choice of Davos as a venue for the *World Economic Forum* – does teach us one thing: how we present ourselves defines to a considerable extent how we are perceived, and, more importantly, begin to see ourselves.

Modern-day Italy considers itself the cradle of the ancient European civilization and puts vast archaeological sites at the disposal of tourists, so that this past can return to light. And it is precisely this past that tourists seek at the centre of life today, just a few inches away from the pavements. In the 12th century, the Senate of the City of Rome, by then reduced to a modest town, decided to protect Trajan’s Column, recognizing the unique “historical value” inherent in its marble images. A decree threatened capital punishment for anyone who dared damage its integrity.

However, the memory of human actions should not be overlooked, actions that constitute historical facts remembered as *gestae*; memories as powerful and lasting as the physical presence of the past. It should be recalled that the Olympic Games served as a calendar for Greek historiography and not merely as a remembrance of the victors and losers. For 20th-century Italy, it was to be “actions” (in the broadest sense of the term) that defined the stages of a troubled story. From Futurism, which shattered every predetermined order, to moments of contemporary art such as the mirrors crushed by Pistoletto, passing via the seaplanes that Italo Balbo led to Chicago for the World Fair of 1933-34 (*Century of Progress International Exhibition*). Suffice to recall the figures of a mythological nature such as Gino Bartali, who was an incarnation of the dream of a modern centaur. The *Giro d'Italia* was nothing more than a survey of the peninsula for an imaginary new Aeneas suddenly provided with long-distance means of transport capable of crossing numerous Rubicons. The story does not end there, and the new century inaugurated a type of establishment that reawakened a millenarian Italian tradition, that of gourmandizing. Fellini launched the idea and Eataly has taken it to other continents. Eataly is a classic phenomenon of the return of an idea conceived for others in the home country, a phenomenon that works mainly through the power of images.

This phenomenon defines the dual nature of tourism, meaning self-colonization of the subject that comes from it. While the representation of a concept of identity – Italy as an authentic civilization in contrast with Italy as a country for holidays – remains indispensable to every commercial advertising activity. The effect that this image has on both foreigners and Italians requires further explanation. The expedient manifests itself quite clearly if we return to the “scene of the crime”: the Lingotto plant in Turin has seen two major changes in recent years. It has ceased to be a place of industrial production, ceding its site first to a museum, then to Eataly. The museum floats above the famous test track as if it has landed from another world. Recently, the culinary station has taken pride of place on the ground floor as if to provide proof of its new character which is no longer to do with production, but solely consumption.

ISTAT – the National Institute for Statistics – presents a *tour d'horizon*:

The country was, in 2013, the fifth most visited in the world, with the arrival of 57.7 million international tourists, a figure that had grown with respect to two years earlier. [...] According to estimates by the World Travel and Tourism Council, the national and foreign tourist industry, with its 147 billion Euro, would account for 9.4% of the country's GDP, employing approximately 2.5 million people, equal to 10.9% of the national workforce<sup>1</sup>.

Like France and the UK, the Italian population belongs to that demographic band of around sixty million inhabitants or higher. When compared with

the stable population, the presence of tourists in Italy doubles it, but only statistically, and for limited periods of the year.

As proof, the fact is cited that Italy has a vast and important historical-architectural heritage, in terms of quantity, its state of conservation, and its intrinsic artistic-cultural value. Italy boasts the highest number of places listed among the World Heritage Sites compiled by UNESCO<sup>2</sup>.

But the truth is, it is not that the country possesses the greatest cultural heritage of the world, a vain opinion, but simply that this idea – traditional, Eurocentric and disagreeably nationalistic – provides the reasoning for other convictions of a similarly dubious nature. Not only do tourists weather the effect of what they are seeking, tourism itself transforms the attitude of the population toward its own history and in many cases determines the way in which sites and works are preserved. An example? The Venetian gondolas used to be closed, providing intimacy and discretion in contrast with the current preference for open gondolas. Today it is more important to be seen and to see everything than to defend ourselves from others' curiosity. The indiscretions of Casanova can be enjoyed at the cinema, not on the Lagoon, and Venice is trapped in a dilemma: it can only survive thanks to mass tourism, even though this survival leads to significant changes and eventually to ruin.

It may be that the Venice the tourist expects resembles *The Venetian* in Las Vegas more than the lagoon. High water? Pollution? Deceitful haggling over cost with the gondolier? The real Venice hastens to stem the rising tide as much as it does the invasion of travellers and the entry of giant ships. The *Vorstellung* – that which is pre-supposed in comparison with the local reality – exerts an insidious power over the mentality of the people tourists meet in the places visited, exacerbated by the fact that this is a “mass” phenomenon.

The father of the writer Goethe, the lawyer Johann Caspar von Goethe from Frankfurt, made a trip to Italy in 1740. He would be followed by his son Wolfgang in the years between 1786 and 1788, and his grandson August who was to die without warning (1830) in Rome and is buried in the cemetery at the Pyramid of Cestius. The poet's father adorned his Frankfurt home with prints by Giovanni Battista Falda and Alessandro Specchi hanging along the walls of its staircase. These views of the great monuments and squares of Rome (Castel Sant'Angelo, Piazza del Popolo, Saint Peter's in the Vatican and the Colosseum) were framed and hung as trophies of the journey that Goethe's father held dear for his entire life and that impressed his son from his early youth. In his late autobiography *Dichtung und Wahrheit*, Goethe compared these prints with his personal impressions, attributing to the former the initial inspiration behind his journey.

[I was] attracted by a series of Roman Views. [...] They were engravings by some of the accomplished predecessors of Piranesi, who well understood perspective

and architecture [...]. These images impressed themselves deeply upon me, and my otherwise very laconic father was often so kind as to furnish descriptions of the objects<sup>3</sup>.

The power that these images already exercised on his travelling father cannot be underestimated, nor their long-term effect on the generations to come. Goethe junior carried with him not only his father's teaching and love for Italy, but the hope of a profound rethinking of his own life. Such is the power that images have on people's actions that an unripe infantile impression can affect the experiences of maturity. It is almost inconceivable that mass tourism could have a similar importance in the life of an individual aside from a few enlightening episodes.

All three generations of the Goethe lineage wrote their personal "reports": the father employed an Italian teacher, Domenico Giovinazzi, to write his *Viaggio in Italia*, while his son was fluent in Italian and fully able express himself in his memorable *Italienische Reise – Italian Journey*, published in 1817 and 1818. Much more than a mere story, *Italian Journey* is a text brimming with observations and abounding in scientific and philosophical material. Suffice to think of the reflections made on Palladio to convince ourselves that Goethe was not only an avid lover of history, but of many other subjects. His son August, a shadowy figure in comparison with his father, did everything possible to make himself worthy of his intellectual heritage, albeit with great difficulty. As an observer of everything that made life in Italy surprising to the eyes of northerners, not even the pavements of Milan, with their thick blocks of granite, escaped his notice: "Just imagine," noted August, "that along the main roads which are 30 feet wide, run commodious pavements that allow two people to pass one another with ease"<sup>4</sup>.

## The Twofold Effect of Tourism

There are as many kinds of tourism as there are travellers' home countries, with all the differing interests and desires that impel them to travel. Tourists bring with them an "image", an anticipation of what they hope to find in a place and leave behind in the country visited the misinterpretations of an often overly hasty passage. An advance vision is not only essential for tourists, it is equally crucial for the people they meet and the places they observe.

Tourism changes a country sought out by travellers and transforms their experiences. The magnet of this twofold effect, which is capable of transmuting experiences into memories and converting sensations into lasting meanings is only one: the image. If the image of industrious Italy, cars, champions ranging from cyclists to racing drivers, the bankers of the Renaissance and poets was that of a hotbed, today this image has profoundly changed. In place of factories



there are museums, instead of industrial plants the open fields of archaeology. Not “work” but “delight” is the watchword, there is less production but more “reproduction”: fashion and food have become the most productive sectors, with few exceptions. Thus, an insidious relationship/contrast is established between the intimate local scale that governs the “fetish of memory” and the monstrously gargantuan scale of the cruise ships that invade Venice. When crossing the Giudecca Canal, they reduce the city to a toy, while hundreds of immobile travellers along their railings shoot their flash in vain as if astride a Chinese dragon.

On the roof of that former industrial hotbed, the Lingotto, floats a “museum”, while below, at ground level, there is “Eataly”; bifocals that change the look of the city. Can this be the same place that, in the not too distant past, inspired that *Arte Povera* made from straw and neon, in the form of an undulating table or igloo? That gourmandizing has won the day is not surprising. Pasta and pizza conquered the world well before hamburgers, but Italy’s cuisine was not only much more varied, like its art, it was able to enrich itself with substances and plants from other continents. Suffice to remember that potatoes, tomatoes, and corn did not arrive in Europe until the late 16th century onwards, and then only occasionally, while they are now key ingredients of today’s Italian cuisine.

When the British and Germans went in search of the places known from ancient history, they wanted to reinforce the idea that the inhabitants of the peninsula were to be considered descendants, not to say “heirs”, of those remote times and ultimately custodians of their memory. If cultured travellers hoped to catch a glimpse of a remote past through scattered traces, the local people of these cherished places never missed the opportunity to bolster these expectations and benefit from them. Travellers must educate themselves, they cannot do without maps and guides, images, and stories. Drawn up for centuries on ancient and mediaeval models, these guides began to multiply with the beginning of printing. Well beyond any usefulness, books too have become enriched with illustrations to more forcibly diffuse the “advance idea” of what will later be encountered.

Thanks to printing, works of art, and architectural works especially, acquire a double life. In addition to their real existence they gain another on the pages of books. Architects themselves launched this project of a double life for their works. A Serlio and a Palladio are among the true inventors of this strategy that endows the image with a power beyond that of the buildings. We have been very slow to recognize that the technology of reproduction, i.e. the power of the simulacrum, is much greater than its lowest grade. Moreover, every epoch has produced a specific relationship between means of travel and the technologies used in the creation of memories: there are intimate ties between the carriages and the brush, trains and photography, low cost flights and the selfie. The ability to capture an image of oneself in the context of a place and choose the front or the back of the mobile phone makes it a tool that captures the object

and the external circumstances, just as Brunelleschi did with his perspective device. While it may seem like a boring staging by the ignorant and arrogant – the reverse side of informed and humble admirers – the selfie can also be considered a tenuous link between place and past, between the moment of the shot and the dark corners of history. Just what the tourist hopes for and the traveller seeks.

<sup>1</sup> *Turismo in Italia*, <[https://it.wikipedia.org/wiki/Turismo\\_in\\_Italia](https://it.wikipedia.org/wiki/Turismo_in_Italia)> (last access 16 December 2017).

<sup>2</sup> *UNESCO World Heritage List*, <<http://whc.unesco.org/en/list>> (last access 16 December 2017).

<sup>3</sup> J. W. von Goethe, *The Autobiography of Goethe. Truth and Poetry: from my own life*, translated from the German by J. Oxenford, The Floating Press, 2008, p. 66 [J. W. von Goethe, *Aus meinem Leben: Dichtung und Wahrheit*, Vol. I, Cotta, Tübingen 1811].

<sup>4</sup> A. von Goethe, *Auf einer Reise nach Süden. Tagebuch 1830*, herausgegeben von A. Beyer und G. Radecke, C. Hanser, München-Wien 1999, p. 34.

**Finito di stampare nel mese di gennaio 2018  
presso Graphital-Corcagnano (Parma)**

---

**Printed in January 2018  
by Graphital-Corcagnano (Parma)**

MP



UNIVERSITÀ  
DI PARMA

Con il contributo di / *With the contribution of*



Progetto grafico / *Graphic design:* Maria Amarante

Traduzioni dall'inglese all'italiano / *Translations from English to Italian:* Chiara Rolli (per i testi di / *for the texts by* Jeffrey Schnapp - Martino Stierli), Micòl Beseghi - Università di Parma (per il testo di / *for the text by* Elisabetta Terragni)

Traduzioni dall'italiano all'inglese / *Translations from Italian to English:* Alex Gillan (per tutti gli altri testi / *for all other texts*)

Immagine in copertina / *Cover image:* P. Poppi - Fotografia dell'Emilia, Bologna, Parma N°1082. Chiesa della Steccata, 1888-90, CSAC Università di Parma, C129273S / *Church of the Steccata, 1888-90, CSAC University of Parma*

ISBN 978-88-7847-552-6

© 2018 Monte Università Parma Editore

MUP Editore è una impresa strumentale della / *MUP Editore is a subsidiary company of*



[www.mupeditore.it](http://www.mupeditore.it)



# *#GrandTourists*

**Immersioni nelle collezioni,  
accumulazioni e ossessioni  
dei musei e degli archivi di Parma**

**Immersion in the Collections,  
Accumulations and Obsessions  
of the Museums and Archives of Parma**

a cura di / **edited by**  
**Marina Gorreri**  
**Francesca Zanella**

MP

# #GrandTourists

Con il contributo di / With the contribution of



IDEAZIONE DEL PROGETTO / **PROJECT CREATED BY**  
*Marina Gorreri - Francesca Zanella*

COORDINAMENTO / **COORDINATION**  
*Elisabetta Modena*

PROGETTO A CURA DI / **PROJECT CURATED BY**  
*Elisabetta Modena - Marco Scotti*

UFFICIO STAMPA E COMUNICAZIONE  
**PRESS OFFICE AND COMMUNICATIONS**  
*Irene Guzman, U.O. Comunicazione Istituzionale - Università di Parma, Marco Scotti*

COLLABORAZIONE ALLA RICERCA  
**ASSISTANCE WITH RESEARCH**  
*Maria Amarante, Renato Bruni, Aldo De Poli, Cristina Menta, Paola Monegatti, Davide Persico, Luca Trentadue*

PROGETTO GRAFICO / **GRAPHIC DESIGN**  
*Maria Amarante*

ISTITUZIONI CHE HANNO PARTECIPATO  
**PARTICIPATING INSTITUTIONS**  
*Archivio di Stato di Parma, CSAC - Università di Parma, Fondazione Museo Ettore Guatelli, Fondazione Museo Glauco Lombardi, Sistema Museale di Ateneo - Università di Parma / State Archive of Parma, CSAC - University of Parma, Ettore Guatelli Foundation Museum, Glauco Lombardi Foundation Museum, Museum System of the University of Parma*

REALIZZAZIONE DEL CORTOMETRAGGIO  
**#GRANDTOURISTS / PRODUCTION OF THE SHORT FILM #GRANDTOURISTS**  
*Durata / Duration 27 minuti / 27 minutes*  
*Soggetto e Fotografia / Subject and Photography Alessandra Costantiello - Giacomo Volpi*  
*Musiche originali / Original music Il Guaio*  
*Testi / Texts Alessandra Costantiello - Giacomo Volpi*  
*Attrice / Actress Alessandra Costantiello*  
*Montaggio e Regia / Editing and Direction Giacomo Volpi*

Si ringrazia lo staff di tutte le istituzioni partecipanti  
Our thanks go to all the staff of the participating institutions





**I diari di viaggio di  
cinque “Grand Tourists”  
contemporanei a Parma**

*The Travel Diaries of Five  
Contemporary “Grand Tourists”  
in Parma*





Erbario Giovanni Passerini, 1845-1893. Erbario fanerogamico, esemplari essiccati di *Lilium bulbiferum* L. (Orto Botanico dell'Università di Parma) / **Herbarium of Giovanni Passerini, 1845-1893. Phanerogamic Herbarium, dried specimens of *Lilium bulbiferum* L. (Botanical Garden of the University of Parma)**

## Un mondo di ordine, un mondo di meraviglia

Elisabetta Terragni

La biografia di Alexander von Humboldt della scrittrice e studiosa Andrea Wulf<sup>1</sup> ci conduce in un viaggio che, partendo da un approccio intuitivo ed empirico finisce per arrivare ad una profonda comprensione della natura. Humboldt, che misurava rigorosamente qualunque cosa potesse essere misurata (altitudine, pressione, umidità, venti, quantità e colore), non ha mai tralasciato le percezioni personali e le risposte soggettive al mondo naturale, originando così, grazie a questa sua flessibilità, “un pensiero che coniugava i dati scientifici esatti con le emozioni suscitate da ciò che stava osservando”<sup>2</sup>.

Scienziato scrupoloso e preparato, von Humboldt, le cui descrizioni di terre lontane sono state fondamentali per gran parte delle ricerche successive, ha condiviso con molti scrittori e artisti della sua generazione la convinzione che “la natura debba essere sperimentata attraverso le sensazioni”<sup>3</sup>. Lo stesso principio vale anche quando si visitano gli archivi di qualunque tipo, in qualsiasi luogo, e in modo particolare quando si guardano gli erbari.

Un erbario, infatti, ha un modo tutto speciale di creare equilibrio tra l'intuizione e la tecnica, di collegare la ricerca oggettiva e la rappresentazione visiva, lo stupore e il rigore, procedendo come un funambolo sospeso su un abisso (della natura), ma seguendo una linea retta saldamente legata al nostro rapporto reale con il mondo.

L'*herbarium* è anche la rappresentazione di un’“idea”, perché dilata il tempo, simultaneamente tanto incerto e vasto quanto preciso e puntuale, oscillando tra il tentativo di preservare ciò che sta scomparendo e di immaginare ciò che sarà.

Prendersi il tempo necessario per osservare le meravigliose collezioni di piante essiccate che sono state montate e classificate in modo sistematico, ci permette di intravedere la storia complessa dell'evoluzione e della selezione, dei meccanismi imperscrutabili della memoria e dell'oblio. Le piante raccolte come campioni, anche se disidratate, non sono realmente morte (spesso i semi possono essere portati a germinazione anche molto tempo dopo la raccolta).

Delicatamente fissate sulle pagine degli erbari, le piante entrano in un ordine delle cose totalmente diverso da quello in cui si trovavano in natura. È proprio questa distanza, che separa il luogo dove le piante sono state raccolte e il luogo che occupano in un ordine sistematico dell'universo botanico, a suscitare



una diversa percezione, per cui diventa inevitabile il contrasto tra la sintesi conoscitiva e la stupefacente abbondanza e varietà del regno vegetale.

L'ordine secondo il quale i campioni sono sistemati negli erbari, che spesso includono diversi stadi del ciclo vitale della pianta, lascia supporre una totale autonomia decisionale che spesso porta a composizioni affascinanti, che sembrano opere d'arte: un bouquet di variopinte viole del pensiero che, come una cucciolata di gattini, rallegra una pagina dell'erbario di Maria Luigia all'Orto Botanico di Parma, oppure quel raro esemplare di una pianta proveniente da terre straniere rigidamente aperto sulla carta, come se fosse un fossile.

In tutti i casi, che sono una quantità impressionante, gli erbari catturano l'infinita ricchezza della natura e la trattengono all'interno del nostro ordine mentale, un ordine che la imprigiona come in un retino per farfalle. Gli erbari evocano qualcosa che possiamo comprendere solo attraverso l'astrazione, ma sono anche collezioni di tesori che noi non sapremmo mai inventare.



<sup>1</sup> A. Wulf, *The Invention of Nature: Alexander von Humboldt's New World*, Alfred A. Knopf, New York 2015.

<sup>2</sup> *Ivi*, p. 36

<sup>3</sup> *Ibidem*.



Erbario Giorgio Jan, 1820. Herbarium portatile, esemplari essiccati (Orto Botanico dell'Università di Parma) / Herbarium of Giorgio Jan, 1820. Portable Herbarium, dried specimens (Botanical Garden of the University of Parma)

Nella pagina precedente / On the previous page

Sinistra / Left: Erbario Giovanni Passerini, 1845-1893. Erbario crittogamico, foglia parassitata da micromiceti (Orto Botanico dell'Università di Parma) / Herbarium of Giovanni Passerini, 1845-1893. Cryptogamic Herbarium, leaf parasitized by microfungi (Botanical Garden of the University of Parma)

Destra / Right: Particolare dell'antico schedario (Orto Botanico dell'Università di Parma, Biblioteca storica "G. B. Guatteri - G. Passerini") / Detail of the old catalogue (Botanical Garden of the University of Parma, "G. B. Guatteri - G. Passerini" Historical Library)



Erbario Giorgio Jan, 1820. Esemplare essiccato di *Primula auricula* L. (Orto Botanico dell'Università di Parma) / Herbarium of Giorgio Jan, 1820. Portable Herbarium, dried specimen of *Primula auricula* L. (Botanical Garden of the University of Parma)



Erbario del "Doctore Medico" Matthia Lobelio, 1581. Rappresentazioni grafiche a colori di esemplari del genere *Tulipa* (Orto Botanico dell'Università di Parma) / Herbarium of "Doctore Medico" Matthia Lobelio, 1581. Coloured drawings of the genus *Tulipa* (Botanical Garden of the University of Parma)



Erbario Luigi Gardoni, 1836-1878. Esemplari essiccati di *Viola tricolor-ibrido*, nomi volg. Viola del pensiero, Pensée (Orto Botanico dell'Università di Parma) / *Herbarium* of Luigi Gardoni, 1836-1878. Dried specimen of *Viola tricolour* (Botanical Garden of the University of Parma)



## A World of Order, a World of Wonder

*Elisabetta Terragni*

**R**eading Andrea Wulf's biography of Alexander von Humboldt<sup>1</sup> takes us on a journey starting with an intuitive and empirical approach before leading to a profound understanding of nature. Humboldt took rigorous measurements of almost anything that can be gauged – level, pressure, humidity, winds, quantity and colour – but without neglecting personal perception and subjective qualities, resulting, thanks to his resilience, in “a concept that brought together exact scientific data with an emotional response to what he was seeing”<sup>2</sup>.

Though a dedicated scientist whose descriptions of far-off lands laid the groundwork for much later research, von Humboldt shared with many writers and artists of his generation the conviction that “nature must be experienced through feeling”<sup>3</sup>. This is what one needs to remember when visiting archives of any kind in whatever place, and especially so when one is looking at herbaria.

In a peculiar way, a herbarium brings intuition and technique into balance, connecting objective research and visual representation, wonder and discipline by walking a tightrope over an abyss (of nature) but also following a straight line that holds fast in our dealings with the world.

A *herbarium* also represents an “idea”, because it extends time, at once as uncertain and vast as it is precise and pedantic, swinging back and forth between preserving what is vanishing and imagining what will be.

Taking time to look into the marvellous collections of dried plants that have been mounted and classified in systematic ways, one captures a glimpse of the complex history of evolution and selection, of the inscrutable workings of memory and loss. The plant samples may be desiccated but not really dead (for seeds can often be brought to germination a long time after they have been collected). Delicately fixed on the pages of herbaria, plants enter into an altogether different order of things than the one they belonged to in the field. It is this distance between the place where the specimen have been collected and the place they rightly occupy in a systematic order of the plant universe that sparks a different notion and causes one to contemplate the contrast between a cognitive scheme and the abundance and variety by which chance has enriched its realm.

The order according to which plant samples are affixed to herbaria – often including different stages in their lifecycle – suggests an authority of its own

and often leads to intriguing arrangements that resemble works of art. A spray of colourful pansies brighten a page from the herbarium of Maria Luigia at the Botanical Garden in Parma like a litter of cats, or the rare specimen of a plant from foreign lands that is rigidly splayed onto paper like a fossil.

In all cases, and there are so many as to dazzle us by their profusion, herbaria capture the infinite riches of nature and hold it to account within the order of our mind, an order cast upon it like a butterfly net. Herbaria bring to mind something we can only comprehend from a distance and by abstraction; but they also are treasures troves of what we could never invent ourselves.

<sup>1</sup> A. Wulf, *The Invention of Nature: Alexander von Humboldt's New World*, Alfred A. Knopf, New York 2015.

<sup>2</sup> *Ibid.*, p. 36.

<sup>3</sup> *Ibid.*



**Finito di stampare nel mese di gennaio 2018  
presso Graphital-Corcagnano (Parma)**

---

**Printed in January 2018  
by Graphital-Corcagnano (Parma)**