

LA CITTÀ DOVE È SEMPRE CARNEVALE. SUGGERIMENTI PER UN PARALLELO TRA IL SETTECENTO E OGGI

di Isabella Scaramuzzi, direttore ricercatrice del Consorzio
per la Ricerca e la Formazione (COSES), Venezia

«Il Carnevale comincia il 5 ottobre, e ve n'è un altro breve di 15 giorni per l'Ascensione (Sensa): di modo che qui si arriva a circa 6 mesi durante i quali chiunque non esce se non in maschera.» De Brosse annota questo evento, nel suo viaggio tra il 1739 e il 1740: «Egli stima le presenze straniere in città (contemporaneamente) attorno alle 30.000» (Brusatin, 1980). Brusatin conclude che, per queste caratteristiche, Venezia è la prima città noistica. Pineider e Brilli, due dei maggiori studiosi italiani del Grand Tour, documentano analogo assedio di stranieri alle città italiane, non solo maggiori ma anche minori, come Lucca e Siena. Il secolo d'oro del Grand Tour – il Settecento – amplia a dismisura un fenomeno che ha basi seicentesche, «tra il 1760 e il 1780 [...] crebbero a dismisura le lamentele degli stranieri, assediati dai compatrioti [...] crebbe a dismisura lo stuolo degli accompagnatori» (Pineider, Brilli, 2007). Forse è noto che il Grand Tour è l'evoluzione del Viaggio in Italia, uso nobile e colto dei secoli precedenti al Settecento: la denominazione di Grand Tour appare in Lassels nel 1670. È noto che il viaggio laico ed erudito interessava le città, rappresentava una moda in nome del sapere e della conoscenza ma anche dell'evasione e dei piaceri, oggi si direbbe dell'intranonismo.

In occasione dell'ennesimo Carnevale di Venezia e delle ordinarie polemiche sui numeri e sul rapporto tra ospiti e caratteri urbani, potrebbe rivelarsi utile accostare alcune analisi sull'Italia del Grand Tour e alcune riflessioni sul contemporaneo. Chiedo venia agli storici e vado per le spicce.

IL GIOCO DELLE AFFINITÀ

Il viaggio di istruzione – sempre secondo Pineider e Brilli – deve formare i giovani tra i sedici e i ventidue anni, accompagnati da tutori. I rampolli dovrebbero, in eletti luoghi d'Europa e soprattutto d'Italia, praticare il salutare esercizio del confronto. Si tratta di soggiorni del tipo Erasmus e di pratiche di benchmarking, per usare le terminologie dei nostri giorni? «Se nel Cinquecento le statistiche assegnavano alla Francia il maggior numero di mesi di residenza [...] l'Italia del Seicento le sottrae il primato.» Anche in questo caso niente di nuovo sotto il sole (la Francia ha sempre avuto una registrazione statistica che la premiava!). «Il mito di museo all'aperto [...] l'articolazione della vita politica [...] la ricchezza dei siti archeologici [...] la straordinaria vena musicale che

fa del teatro italiano, a lungo, il teatro tout courts sono alcuni degli ingredienti distintivi del primato italiano. Annotiamo che con italiano si unifica un paese fatto di stati e dominazioni diversi, i quali non impedivano di viaggiare e soggiornare ai giovani europei e al loro gruppo.

Su questi tutori e accompagnatori, comunità viaggianti eterogenee che si radicavano in qualche modo nelle diverse mete del tour rendendole cosmopolite, si basano forme di moderno mecenatismo (artisti che grazie alle occasioni generate dal tour apprendono e scambiano) e soprattutto si sviluppa un commercio intellettuale – che soppianta le corti dei secoli precedenti – e di opere e oggetti d'arte tra madrepatria e destinazioni del viaggio. Il concetto sopranazionale di Europa, lo sviluppo dell'economia delle opere d'arte, la *patente culturale* tramite il viaggio, il target giovanile, l'abbinamento tra formazione, intrattenimento (*edutainment?*) e spettacolo, le comunità temporaneamente residenti, il granturismo urbano, l'*opos museum*: tutti elementi di straordinaria attualità, con radici così lontane.

Ma le affinità non si esauriscono qui. «Tra fine Seicento e Settecento gli stranieri viaggianti prendono atto della [...] dissonanza tra l'Italia mitica e quella reale. Le condizioni visibili (campagne impoverite, città logorate, porti senza vita, attività culturale fiacca e polverosa) cominciavano a offuscare la stima nelle sue istituzioni politiche [...] nonostante nei resoconti dei viaggiatori fosse costante [...] lo stupore e lo sdegno per le condizioni precarie della nostra penisola, la realtà effettuale non incise più di tanto» (Pincider, Brillì, 2008) nel diminuire l'afflusso dei viaggiatori.

Potenza del mito e impermeabilità del viaggiatore, che per Venezia sembra non conoscere disaffezioni. «I poveri forestieri scriveva De Brosse, «struffati o turlupinati», eppure così numerosi e fedeli da assediare la città.

Ritorniamo sui teatri. Anche per questo elemento è noto il primato di Venezia nel numero e nella qualità degli stabilimenti durante il secolo d'oro; è noto anche che la *trasformazione dello spettacolo in industria*, il teatro pubblico a pagamento nasce quando una compagnia viaggiante di attori e musicisti chiede in affitto il San Cassiano (Isman, 2001). Nel Settecento, sempre secondo Brusatin, Venezia è «la più grande città di stranieri dove il collezionismo è spinto e l'esportazione di opere e oggetti diventa *svendita a prezzi di realizzo*». È la *disseminazione o diaspora*, che alcuni vedono prolifica e generatrice e altri leggono come smembramento, perdita e declino.

Il granturismo, dunque, ha a che fare con questa evoluzione moderna dell'arte: un circolo causa-effetto-causa, che non nasce con i souvenir, i vetri *made in Taiwan* o le gondole di plastica (Goethe ricorda quella che il babbo aveva portato a casa da Venezia...). Nasce, forse, con il vedutismo (che oggi diciamo senza remore arte da museo) e con forme meno note di contaminazione spettacolare, come i *tableaux vivants* della Napoli settecentesca (descritti dallo stesso Goethe e, poi, da Susan Sontag in *L'amante del Vulcano*, 1995) che trovavano nella pantomima dell'antico la loro origine colta. Possiamo forse azzardare che anche le scoperte archeologiche nel nostro Sud (non ancora Italia) stiano nel circolo effetto-causa-effetto del viaggio erudito e del collezionismo d'arte. Mentre riconosciamo ai siti archeologici status di Cultura con la C maiuscola, ai *divertissement della società di contesto* (comunità molto legate agli stranieri, alla nobiltà locale, alla scienza, ai salotti) non diamo credito come complemento naturale, fisiologico, lato disimpegnato dell'erudizione, suo brodo di coltura. Eppure il dubbio che le cose marcano insieme è anche di Nicole Dacos (1979): «Tali frivolezze mostrano in modo appropriato la superficialità dell'entusiasmo per le scoperte avvenute in Campania». E, a proposito di «falso tipico», Ferdinando IV manda al padre in Spagna un servizio *evolamense* di ottantotto pezzi, realizzato a Napoli, nell'anno 1782.

L'IMMAGINE E LA REALTÀ

Fabio Isman ha curato nel 2007 un libretto prezioso e originale per Fondazione Venezia 2000, intitolato *Venezia fabbrica d'arte. Tra collezionismo ed esportazione*. Analizzando la diaspora degli artisti veneziani (anche non nativi) e soprattutto la disseminazione di collezioni, tra il XVI e il XVIII secolo, Isman sostiene la tesi di una Venezia *fondamentale fabbrica e innumera produttrice di cultura e d'arte* – musica e editoria, architettura e pittura – che ha disperso in ogni dove i propri patrimoni, perdendo, «almeno per la lettura dei contesti», un vitale tesoro.

La prima asta d'arte si compie già nel 1506, si vende la collezione di un tale Michele Vianello (omonimo casuale dell'attuale vicesindaco) e, a fine Settecento, quando i francesi occupano la Dominante, molti capolavori sono già nelle maggiori collezioni del mondo: a perpetuare il mito che garantisce a Venezia una fama molto al di sopra della sua *effettuale realtà*.

Le esportazioni di massa (come le definisce Isman) non possono non ricordarci che il turismo, di massa, è una esportazione implicita: entra moneta forestiera ed è ai forestieri che noi vendiamo l'esperienza delle nostre città d'arte, dei musei, degli scavi, dei teatri.

Ma l'esportazione di massa delle collezioni veneziane ci suggerisce un'altra riflessione: sono proprio le nobili famiglie serenissime a disperdere e a disseminare – per ragioni economiche e per la crisi del modello di sviluppo trionfante del XV e del XVI secolo – il patrimonio urbano. Molto diverso da ciò che i veneziani (anche non nativi) stanno facendo oggi, con le conversioni ricettive (hotel o B&B o dimore in affitto temporaneo)?

Come osservano gli storici (su questo punto quasi tutti d'accordo), i casati veneziani hanno rappresentato un misto, speciale e unico, di società civile e politica, di commerci e arti (su commissione), di beni immobili e mobili costruiti attraverso mercatura e *governance*, come diremmo oggi. La città economica e quella istituzionale coincidevano, e legittimavano le scelte orientate al forestiero, alla produzione e al mercato dell'arte, al *miso*, che saldamente competeva nell'arena cosmopolita europea. Il contemporaneo ha il cuore antico.

L'EFFETTO MOLTIPLICATORE

Alla fine di questa suggestione per analogie, vorrei mettere la parola crisi: di cui oggi straordinariamente si abusa, forzando paragoni frettolosi e impropri. Dicono che sia incomparabile a qualunque altra, per la portata globale e per i parametri che la caratterizzano: certo non abbiamo mai avuto Internet, Cindia, un presidente statunitense di colore, la pecora Dolly... Chissà che cosa si sarebbe potuto dire di fronte alla scoperta dell'America, all'invenzione della stampa, alle teorie di Galileo. Abbiamo studiato a scuola che tardo Seicento e Settecento sono secoli di crisi: da cui emerge drammaticamente il nuovo.

Ripercorrendo la storia del granturismo, tra XVII e XVIII secolo, come parte di un contesto economico generale e della mentalità collettiva che lo accompagna, sono tentata di approfondire la suggestione secondo cui il turismo contemporaneo nasce come esito di un lungo periodo critico (a cavallo di due secoli). Sono gli esiti imprevedibili della crisi e/o c'erano elementi che la crisi ha rafforzato, lasciandosene altri dietro le spalle? È ciò che avverrà anche domani?

Per molto tempo, molti studiosi hanno dimostrato che il turismo si è comportato come alternativa (povera) all'economia industriale manifatturiera: dove non si poteva avere vero sviluppo, si sopprimeva con l'ospitalità. Chi produceva reddito (l'industria) sarebbe venuto a spenderlo nei luoghi di consumo (turistico). È questo che succede, tra Seicento e Settecento, in Italia e a Venezia? È l'Europa più ricca, più economicamente solida, più evoluta nelle istituzioni che viene nel nostro museo all'aperto e si porta a casa qualche souvenir? Finito l'esperimento nello Stato da Terra (l'economia di villa del Cinquecento), come alternativa alle glorie dello Stato da Mar, alla Serenissima rimane la vendita all'incanto di sé: smembramento delle collezioni, ospitalità travolgente, carnevale tutto l'anno, inclusi malinconia e *preludio della fine della festa*? (Brusatin, 1980). Il turismo come destino finale: esportazione di massa?

O dovremmo, invece, cominciare a guardare tutte le economie e i mercati senza pregiudizi di valore, come declinazione variabile di elementi comuni: una fabbrica e una straordinaria produttrice deve avere un mercato sul quale vendere, deve avere domanda, e questa domanda dipende dalla scala a cui i beni caratteristici si rivolgono?

Gli storici del turismo ci dicono che la decadenza italiana era palpabile per i viaggiatori stranieri, eppure il Grand Tour fioriva, era moda, generava flussi, asedi di persone, comunità temporanee che a loro volta generavano economia intellettuale, mercato d'arte, scoperte e istituzioni.

È quello che chiamiamo capacità moltiplicativa del turismo? La proprietà di questo fenomeno è di mettere in moto consumi indiretti e indotti (cioè economiche, cioè sviluppo), come farebbe una manifattura meccanica o un'attività portuale. In più, il turismo ha la proprietà intrinseca di attivare valori immateriali, che sono meno immediati per altre industrie: il riconoscimento degli oggetti d'arte, per esempio, o l'identificazione con alcuni riti e spettacoli, più in generale la certificazione di luoghi o comunità come miti, tanto più forti quanto più lontani dal tempo della loro formazione.

IL PUNTO DI ROTTURA

In questo senso l'esperienza del Grand Tour è di una contemporaneità unica, proprio nel mezzo di una evoluzione globale, mai vista prima, che definiamo critica.

In questa crisi, cominciata assai prima di Ground Zero e di

Lehman Brothers, non vi è città –metropoli o cameo artistico – che non aspiri a essere meta di “granturisti”: a vendere cultura, e se medesima dentro il pacchetto. Che cosa ci dimostra il caso di Venezia, con il suo destino ospitale lungo almeno tre secoli? Secondo quello che ho cercato di leggere, per indizi e presunzioni, ci dimostra una forte continuità, a dispetto di tutto ciò che sembra rompere l'equilibrio: tra l'aver ereditato cultura, il venderla all'incanto, il non produrne di nuova. Su quest'ultimo punto si addensano le maggiori inquietudini e i rischi futuri. Per quanto tempo una città può rivendersi senza rigenerare ciò che vende? Peggio ancora: diventa inautentico (falso) tutto ciò che proponiamo agli ospiti, riferendoci solo al nostro passato morto e sepolto? E, infine, può una comunità locale sempre più ridotta – nei suoi caratteri nativi e unici – produrre cultura capace di fronteggiare un numero di ospiti sempre maggiore, con caratteri di massa, rotazione e multiculturalità intrinseci?

Il punto di rottura sta proprio nella quantità a cui oggi la produzione culturale deve rispondere: e si sa che la massa determina una qualità non comparabile con quella delle élite, delle nicchie, delle avanguardie (Scaramuzzi, 2006). Non si tratta di una discontinuità solo con il Grand Tour: stiamo parlando della novità assoluta di fronte alla quale né il turismo, né l'economia, né la società globale possono fuggire all'indietro. Stiamo parlando di ciò che ci mette in croce quando dobbiamo decidere se la televisione e Internet sono o non sono cultura. Restiamo alla nostra riflessione: Venezia nel Settecento aveva, più o meno, 140.000 residenti e si stimavano 30.000 forestieri; per la festa dello zarevic Paolo nel 1782, tanti se ne accoglievano, d'un colpo, in Piazza San Marco (Brusatin, 1980). Prendendo questi numeri per buoni e comparabili,

abbiamo un rapporto che, oggi, definiremmo sostenibile di quasi cinque abitanti per un foreste: nel 2008, per furla semplice, siamo in rapporto uno a uno, in media, e arriviamo a contare un residente anagrafico ogni due ospiti a Carnevale. Si fronteggia, per così dire, la cultura di uno/a che vive in una città antica, per lo più essendovi immigrato da altrove (Scaramuzzi, 2009), con quella di uno/a che vive chissà dove e che ogni giorno cambia: rappresenta culture diverse, domanda in modi diversi che il luogo gli sia comunicato e offerto, ne fa esperienza con i propri filtri culturali. La sproporzione quantitativa, in questo microluogo dal passato gigante, è ingestibile: soprattutto se introduciamo la variabile tempo. Quanto ci si mette a stratificare una cultura, quanto si ha a disposizione per assumerla o diventarne almeno consapevole, quanto è necessario per elaborarla (prima e dopo la visita).

Viceversa, non è fermando il consumo di massa (il mare con un cucchiaino) che si protegge il diritto dei cittadini a produrre la propria cultura: dovunque al mondo siamo chiamati, oggi, a confrontarci con il villaggio globale, fisicamente o virtualmente presente.

La sfida posta da questa novità va oltre il tour, oltre Venezia, oltre l'immediato futuro: è il nostro domani lungo. Ha a che fare con l'industria delle culture, delle esperienze, dei patrimoni ereditati: prodotti di massa per consumatori di massa, sia che stiano al loro paese sia che vengano un attimo da noi, o noi andiamo da loro. C'è molto lavoro culturale, da fare, sul passato e sui modi, di massa, con cui dovremo continuare a frequentarlo.

«Il passato è uno dei luoghi privilegiati del senso: bisogna capire che non è mai finito [...] saperlo suscitare dall'oblio è una faccenda di fatica, rigore, studio e intelligenza. Voilà.» (Baricco, 2006.)

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- A. Baricco, *I barbari. Saggio sulla mutazione*, Fandango Libri, Roma 2006.
- F. Bisutti De Riz (a cura di), “Stranieri e Foresti a Venezia”, “Quaderno Insula”, n. 18, 2004.
- M. Boyer, *L'invention du tourisme*, Gallimard, Paris 1996.
- M. Brusatin, *Venezia nel Settecento. Stato Architettura Territorio*, Einaudi, Torino 1997.
- E. Crouzet-Pavan, *Venezia trionfante*, Einaudi, Torino 2001.
- N. Dacos, “Arte italiana e arte antica”, in *Storia dell'Arte Italiana*, vol. III, *L'esperienza dell'Antico, dell'Europa, della Religiosità*, Einaudi, Torino 1979.
- R. Davis, M. Garry, *Venice, the Tourist Maze. A Cultural Critique of the World's Most Touristed City*, University of California Press, Berkeley 2004.
- J.W. Goethe, *Viaggio in Italia (1786)*, Mondadori, Milano 2006.
- F. Isman (a cura di), *Venezia fabbrica d'arte. Tra collezionismo ed esportazione*, Fondazione Venezia, Venezia 2003.
- S. Pineider, A. Brilli, *Grand Tour. Il Viaggio in Italia*, Event Golden Book Hotels, Nike Edizioni, Livorno 2007 (si veda anche il Progetto della Biblioteca Nazionale Centrale di Firenze sul Grand Tour. Il Viaggio in Toscana dei viaggiatori inglesi e francesi dalla fine del XVII agli inizi del XIX Secolo, in Internet <http://grandtour.bncf.firenze.sbn.it>; Brilli e Pineider risultano tra gli autori dei testi).
- I. Scaramuzzi, *Investire i luoghi turistici*, Cedam, Padova 1993.
- Id., “Godere la città”, in *Nuovo lessico urbano*, a cura di F. Indovina, FrancoAngeli, Milano 2006.
- Id., “Venezia: gli stranieri nella Laguna”, in “Lo Straniero”, anno XII, n. 100, ottobre 2008.
- S. Sontag, *L'amante del Vulcano*, Mondadori, Milano 1995.
- Voltaire, *Caufido ovvero dell'Optimismo (1759)*, Rizzoli, Milano 1952.