

Zeitschrift: Quaderni grigionitaliani
Herausgeber: Pro Grigioni Italiano
Band: 87 (2018)
Heft: 3: Arte, storia, turismo

Artikel: Nascita e sviluppo delle guide turistiche in Italia, con un appunto sulla prima guida valposchiavina
Autor: Pelliccioni, Rossana
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-823146>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 01.04.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

ROSSANA PELLICIONI

Nascita e sviluppo delle guide turistiche in Italia, con un appunto sulla prima guida valposchiavina

[...] se volete che il giovane apprenda il più possibile durante il viaggio così comportatevi. Primo egli deve conoscere qualcosa della lingua del paese in cui si reca, poi deve avere un servo o un tutore come guida del paese. Dategli qualche libro che descriva i paesi che visiterà, fate che egli tenga un diario. Non fate che rimanga troppo tempo in un paese o in una città; fate in modo che cambi spesso dimora da una parte all'altra della città. Ciò contribuirà a renderlo più pratico della città, ma fate che frequenti il migliore ambiente della città dove si trova.

Così, all'inizio del Seicento, Francis Bacon (*Of Travel*, 1625) descrive il profilo dei primi turisti, fornendo preziose informazioni sulle prime forme di comunicazione turistica.

È consuetudine far coincidere l'inizio della forma moderna di turismo con la pratica del *Grand Tour*, benché il turismo – inteso in senso ampio – abbia origini antichissime: pensiamo allo spostamento di persone legato ai giochi olimpici, al cambio di residenze dell'aristocrazia nella Roma imperiale, ai pellegrinaggi verso luoghi di culto, ai viaggi per godere dei benefici delle acque termali.

Al pellegrino del Medioevo si sostituisce un viaggiatore laico, non più spinto dal desiderio di rinsaldare la fede, ma animato da una nuova sensibilità: per più di due secoli, dal Seicento all'Ottocento, l'Italia è percorsa da giovani rampolli dell'aristocrazia alla scoperta della cultura classica e dell'Umanesimo.

A viaggiare sono soprattutto i figli dei nobili, inglesi in primo luogo, ma anche francesi e tedeschi che, spinti da motivi culturali, partono alla ricerca delle vestigia di un grande passato conosciuto altrimenti solo per mezzo dei libri. La meta preferita è – per l'appunto – l'Italia, ricca di opere d'arte e fulcro della tradizione classica. Molti “grandturisti” fanno così tesoro delle indicazioni di Bacon, inaugurando una delle prime forme di comunicazione turistica: la letteratura di viaggio, una raccolta di diari e resoconti che offrono una ricca fonte per la conoscenza dei luoghi più visitati nel XVIII e XIX secolo. I racconti di viaggio di questo periodo contribuiscono a un ampliamento e un rinnovo culturale, e sono spesso arricchiti da disegni e dipinti di paesaggi e monumenti.

Nel suo *Viaggio in Italia* (scritto tra il 1813 e il 1817, pubblicato in due volumi usciti rispettivamente nel 1816 e nel 1817) Johann W. Goethe sa unire narrazione scritta e pittorica: qui la descrizione dei luoghi e le impressioni scaturite dalla visione del patrimonio artistico italiano sono accompagnate da una serie di schizzi e disegni che descrivono il paesaggio naturale e artistico dell'Italia.

A partire dalla seconda metà del Settecento assistiamo a un ampliamento dei fruitori del *Grand Tour*: prima appannaggio quasi esclusivo di inglesi e francesi, poi il fenomeno contagia viaggiatori tedeschi, olandesi, spagnoli e nordamericani. Ma alla

fine del secolo, con l'affermazione della classe borghese, inizia il declino del viaggio come percorso fondamentalmente culturale a forte valenza pedagogica.

Il “grand-turista” diventa borghese: l'Italia «metafora della gioia di vita e dei sensi»¹ nutre il nuovo spirito romantico con le sue atmosfere euforiche, il clima mite, la luce e la solarità dei suoi paesaggi. Questo cambiamento nelle motivazioni comporta anche una trasformazione degli strumenti di ausilio per il viaggio: dal corredo del viaggiatore scompaiono i diari di viaggio; i giovani viaggiatori si svincolano sempre più dall'ingombrante figura del *tutor* e cominciano a ricorrere alle informazioni riportate sulle guide turistiche.

Oltre agli itinerari consigliati, alle valutazioni sulla qualità e sull'interesse di luoghi e monumenti da visitare, le guide turistiche contengono suggerimenti sui percorsi ritenuti più sicuri in risposta a quel bisogno di certezza richiesto dal viaggiatore della seconda metà dell'Ottocento. Le guide che quasi contemporaneamente si affacciano sul mercato, fino a raggiungere il successo a cavallo tra i due secoli, rispondono ai bisogni avvertiti da un numero sempre maggiore di turisti appartenenti a strati sociali molto eterogenei.

La prima guida *Murray, Handbook for Travellers on the Continent*, è pubblicata nel 1836, seguita tre anni dopo dalla prima guida Baedeker. Le *Murray's Red Guides*, ancora dedicate ai paesi meta del Grand Tour, sono le prime a fornire al lettore informazioni non solo culturali, ma anche pratiche quali orari, prezzi, valore delle monete. Per il loro comodo formato tascabile le *Murray* permettono al turista di fare a meno di ciceroni locali a pagamento.

Nasce così un nuovo genere di testo destinato a un ampio successo, tanto da spingere l'editore Baedeker – a partire dal 1861 – a pubblicare le sue guide non solo in tedesco, ma anche in inglese e in francese. Con questa nuova fase non si può parlare di semplici traduzioni, perché le versioni in lingua straniera vengono modificate e adattate in base agli interessi dei turisti inglesi, oppure francesi, in parte diversi da quelli dei tedeschi. L'impostazione delle *Baedeker* è molto simile a quella delle *Murray*, pur superandola per una maggiore esattezza delle informazioni, dovuta ai continui aggiornamenti e alla ricca cartografia, elementi caratterizzanti che ne decretano la fortuna editoriale fino ai giorni nostri. La prima *Baedeker* dedicata all'Italia è pubblicata nel 1869, in lingua inglese (*Guide to Central Italy and Rome*) e diviene il modello di riferimento per le guide degli anni successivi.

I nuovi turisti borghesi abbandonano la fantasia e l'inventiva personale, affidandosi alle guide per evitare errori, perdite di tempo e di denaro. Le guide non presentano ancora un ricco repertorio d'immagini: il loro scopo è semplicemente quello di ridurre al minimo gli imprevisti. La preparazione del viaggio è sempre più legata a questi agili manuali da consultare durante gli spostamenti. Con la fine del *Grand Tour* e con la nascita delle prime agenzie turistiche sul modello inaugurato da Thomas Cook nel 1841, il viaggio perde definitivamente il suo valore “eroico-avventuristico” e diviene una sorta di “pacchetto *all inclusive*” al quale delegare curiosità, progettazione e spirito della scoperta.

¹ STEFANO PIVATO, *Il Touring Club Italiano*, il Mulino, Bologna 2006.

Il mercato editoriale delle guide turistiche sembra svilupparsi parallelamente alla nascita dei primi tour organizzati e alla trasformazione del viaggiatore in turista. Il nascente fenomeno turistico determina la netta separazione tra la letteratura di viaggio, una narrazione che dà voce all'esperienza interiore, e la guida turistica, di genere saggistico e con un contenuto essenzialmente informativo. Il viaggio viene descritto e narrato in funzione di una partenza con toni didascalici e didattici; in queste nuove pubblicazioni il lettore viene preso per mano e condotto in un mondo da scoprire.

Con lo sviluppo del turismo si fa anche sempre più sentire la necessità di guide in lingua italiana: le *Baedeker* e le *Murray* sono infatti state create per turisti stranieri interessati alle grandi e piccole città italiane. I tre volumi delle guide *Baedeker* dedicati all'Italia trascurano inoltre molte attrattive naturalistiche e paesaggistiche: da qui il bisogno di una descrizione più particolareggiata adatta ai turisti italiani che incominciano a scoprire il piacere del viaggio.

È grazie al Touring Club Italiano, fondato nel 1894 con l'intento di diffondere i valori ideali e pratici del ciclismo e del viaggio, che il turismo culturale si diffonde anche in Italia. Nel 1914 il TCI pubblica i primi volumi della *Guida d'Italia* dedicati a Piemonte, Lombardia e Canton Ticino, seguiti di lì a poco da altri volumi ricchi d'informazioni pratiche, carte geografiche, piante aggiornate e di una serie d'itinerari sperimentati personalmente dall'allora presidente Bertarelli e dagli altri redattori.

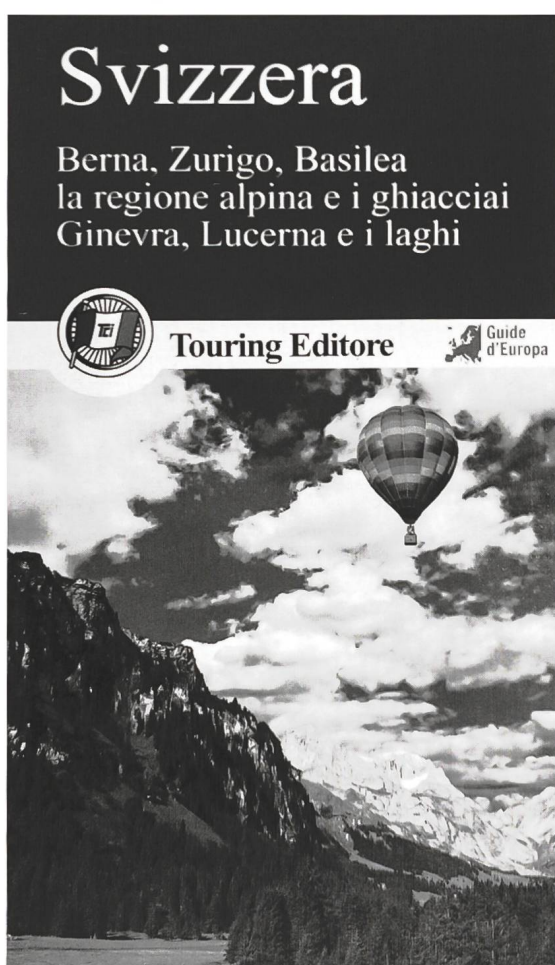
Le *Guide Rosse*, così chiamate per il colore della copertina, risultato di questo grande sforzo descrittivo e informativo di inizio Novecento, verranno aggiornate regolarmente e riproposte in libreria per quasi un secolo. Le guide del TCI sono pensate per un turista italiano medio di fine Ottocento e d'inizio Novecento, animato dal desiderio di conoscere le bellezze storiche e naturali ed imbevuto di romanticismo. I paesaggi collinari sono infatti spesso descritti «romantici», «molto pittoreschi», quelli alpini «rimarchevoli», «sorprendenti e «straordinari», le città «magnificamente» o «deliziosamente situate»; le descrizioni di chiese, monumenti e dipinti sono talmente ricche di particolari da sembrare dei veri e propri trattati d'arte.

Pochi anni dopo il TCI si propone un altro obiettivo: dare ai visitatori stranieri una guida d'Italia scritta nella loro lingua, ideata, scritta e stampata da italiani. Il TCI avvia quindi una serie di convenzioni dapprima con Hachette, editrice delle *Guides Joannes*, che avrebbe curato la distribuzione francese, poi con la Muirhead Guide Books, editrice delle *Blue Guides*, per il mercato inglese, e infine con il Grieben-Verlag Albert Goldschmidt per i turisti tedeschi. Le nuove guide andranno a sostituire quelle straniere svolgendo un'importante funzione di promozione culturale e turistica. Dopo gli anni difficili del secondo conflitto mondiale il Touring riprende la produzione editoriale e cartografica e diventa il punto di riferimento nella produzione di guide.

Gli anni Sessanta del secolo scorso vedono l'affermazione del turismo "di massa", il viaggio diventa "democratico", la vacanza si estende a un ampio arco di ceti sociali: il TCI denuncia le negatività dovute al sovraffollamento dei turisti, alla confusione, agli ingorghi e agli oltraggi nei confronti dell'ambiente e del paesaggio, facendosi promotore di eventi di denuncia. In questo clima nasce nel 1961 il primo volume di una nuova collana denominata «Guide Verdi d'Europa», con il titolo *Svizzera*. A partire

dagli anni Settanta il TCI supera tuttavia l'approccio negativo al turismo di massa, recuperando quel senso d'autenticità della scoperta e dell'avventura nel ricordo dei valori del *Grand Tour*: la guida turistica si presenta come il genere testuale adatto a soddisfare le esigenze del turista che non s'accontenta della scena che gli è stata confezionata "a tavolino".

Dalla fine degli anni Settanta non è più facile tracciare un quadro completo delle guide cartacee a disposizione del turista, che può scegliere tra un'ampia tipologia, da quelle con un approccio più generico fino a quelle con impronte specializzate.



La *Lonely Planet*, "la Bibbia del viaggiatore indipendente", nasce proprio in quegli anni dalla semplice esperienza di una coppia di viaggiatori: oggi copre ben più di centocinquanta paesi, compresi luoghi remoti e mete "alternative". Coetanee delle *Lonely Planet* sono le *Routard*, nate nel 1973 dalla penna di Philippe Gloaguen come "Bibbia dell'autostoppista" (la copertina che raffigura un giramondo, zaino in spalla), garantiscono ai lettori un ottimo rapporto qualità-prezzo presso i servizi che espongono la targa con il logo della guida. Le *Rough Guides* sono nate all'inizio degli anni Ottanta dall'idea di un giovane viaggiatore, Mark Ellingham, che – insoddisfatto delle guide disponibili sul mercato – decide di crearne una che sia a metà strada tra le guide a forte valenza culturale e quelle limitate ai soli aspetti pratici del viaggio.

Le voluminose *Insight Guides* vantano un ottimo impianto fotografico e una grafica molto curata: la sezione «Cultura, territorio e società» si presenta con un taglio giornalistico, con descrizioni di scrittori e fotografi locali. La versione italiana è stata pubblicata dall'editore «Il Sole 24 ore». Le *Guide Mondadori*, tradotte dalle francesi *Peugeot*, sono divenute famose perché si tratta di “guide visuali”: il loro slogan è «le guide che mostrano quello di cui le altre parlano»; sono ricche d'illustrazioni, spaccati e piantine anche tridimensionali; gli itinerari sono molto dettagliati e a forte valenza culturale. Le famose *Baedeker* sono distribuite in lingua italiana dall'editrice DeAgostini di Novara: la consultazione è semplice, perché le località sono descritte in ordine alfabetico e i luoghi di maggior interesse sono posti in risalto dalla presenza a margine di un asterisco.

Per rendere completo questo *excursus* sulle guide turistiche testuali più note oggi sul mercato di lingua italiana è necessario ancora menzionare le *Verdi Michelin*, tradotte dal francese, le *Traveller* della *National Geographic Society*, pubblicate dall'editore vercellese White Star e particolarmente adatte al viaggiatore indipendente, le *Thomas Cook*, tradotte dalla giovane casa editrice Morellini, dedicate in particolare alle destinazioni servite dai voli aerei a basso costo, e infine le *Brad Travel Guides*, tradotte in italiano da FBE.

Georg Leonhardi e la prima guida turistica della Valposchiavo

La Valposchiavo deve la sua prima guida turistica a Georg Leonhardi (1807-1884), pastore riformato di Brusio e prima anche di Castasegna e Poschiavo, più tardi autore – tra le altre cose – di numerose altre pubblicazioni dedicate sia alla Valposchiavo sia ad altre regioni retiche. Il testo di Leonhardi è dato alle stampe dall'editore Wilhem Engelman di Lipsia nel 1859 con il titolo *Das Poschiavino-Thal*. La pubblicazione della guida di Georg Leonhardi coincide con la nascita del turismo in Valposchiavo: l'apertura dell'Albergo Bagni Le Prese risale al 1857, la strada carrozzabile del Bernina viene realizzata nel 1865; a distanza di qualche decennio l'apertura della linea ferroviaria del Bernina farà conoscere la Valposchiavo anche a livello europeo.

Nella prefazione che precede i nove capitoli l'autore dichiara che la sua guida non pretende di avere né valore scientifico né completezza di trattazione, ma piuttosto il compito di portare all'attenzione dei visitatori stranieri alcune delle peculiarità della Valposchiavo: dopo anni d'osservazione della natura e della vita popolare, si è deciso a pubblicare i propri appunti, non esenti da critiche purché comprensive nei confronti dello stesso autore, che non aveva a disposizione nessuna fonte accreditata. Nella prefazione Leonhardi ringrazia per l'«amichevole» sostegno il signor Brugger, con cui ha approfondito l'aspetto naturalistico, il professor Gottfried Theobald, con cui ha condiviso un breve *excursus* sulla formazione geologica della valle, l'amico pittore Walter Georgi viene ringraziato per l'aspetto decorativo del libretto, ed infine Leonhardi ha parole di riguardo per il signor Ragazzi di Poschiavo che gli ha fornito la maggior parte delle informazioni, in particolare sull'Albergo Bagni Le Prese.

Leonhardi scrive in pieno clima romantico e non è affatto avaro di aggettivi entusiastici e descrittivi. È inoltre chiaro che il pastore sia un sincero e appassionato amante di questi luoghi, affascinato dalla loro bellezza ma anche dai suoi abitanti.

Sebbene l'autore definisca il suo lavoro un "libretto" esprimendo una certa modestia, questo è un testo molto preciso. Abbondano dati numerici quali altitudini, distanze, caratteristiche chimiche delle acque. La descrizione della flora è estremamente precisa. Le note riportano le piante con i loro nomi latini e osservazioni di carattere scientifico. I percorsi consigliati sono indicati con continui riferimenti orientativi necessari per muoversi agevolmente e accompagnati da brevi note storiche per meglio inquadrare i luoghi; molto spazio è dedicato alle persone, agli usi, alle tradizioni, ai proverbi e alle fiabe riportate in lingua originale. A favore dei visitatori stranieri sono spesso presentati cibi locali. Nella guida sono presenti più registri: quello storico nei capitoli dedicati a Poschiavo e a Brusio, quello scientifico nel capitolo sulle formazioni geologiche, quello turistico nella descrizione dei piccoli villaggi e negli itinerari indicati.

Bibliografia minima

LUCIANO BOSCHINI, *Valposchiavo: tracce di storia e di architettura*, Pro Grigioni Italiano – Sezione Valposchiavo, Poschiavo 2005.

CESARE DE SETA, *L'Italia nello specchio del Grand Tour*, Rizzoli, Milano 2014 (nuova edizione).

GEORG LEONHARDI, *Das Poschiavino-Thal. Bilder aus der Natur und dem Volksleben: ein Beitrag zur Kenntniss der italienischen Schweiz*, Verlag Wilhelm Engelmann, Leipzig 1859.

CHICCA NAZZARI / ROSSANA PELLICIONI, *Valposchiavo*, Lysis edizioni, Sondrio 2016.

STEFANO PIVATO, *Il Touring Club Italiano*, Il Mulino, Bologna 2006.

FRANCESCA SANTULLI / DONATELLA ANTELMI / GUDRUN HELD, *Pragmatica della comunicazione turistica*, Editori Riuniti, Roma 2007.

LUDMILA SEIFERT-UHERKOVICH, *Poschiavo Borgo. Itinerari architettonici nei Grigioni*, Protezione della patria grigionese, Coira 2003.