

El fenómeno del Grand Tour

El fenómeno del **Grand Tour** apareció en Gran Bretaña a finales del siglo XVII, principios del siglo XVIII. Se trataba de unos **viajes** de estudio por toda **Europa** para finalizar el aprendizaje adquirido en las instituciones **académicas**. Esta moda fue incrementada por las familias aristocráticas inglesas y, poco a poco, estas prácticas fueron adoptadas por otros países así como Francia y Alemania.

Estas excursiones tenían como fin afianzar la **educación** del alumnado a través de numerosos viajes por Europa para poder adquirir ciertos conocimientos más allá de los ya aprendidos en los libros y manuales así como también alcanzar cierto grado de madurez y experiencia suficiente para emprender una nueva vida laboral tras regresar (**Lavour, 1987 pp. 73-80**).

Estos viajes tenían como destino principal una zona muy concreta: **Italia**. Se entiende este lugar como la cuna de las artes, la belleza y la razón, asociando

este lugar con el noble **pasado** que la precede. Con posterioridad, este destino se volvería aún más exaltado tras el descubrimiento de ciudades como **Pompeya** y **Herculano** en la primera mitad de la década de 1700. Estos lugares tan atractivos por la historia que escondían tras sus **ruinas** se volvieron en un lugar **exótico** para muchos de estos viajeros, los cuales realizaban su visita en el **Vesubio**. Es por ello, por lo que este itinerario se convirtió en la **ruta** más aceptable por los **estudiantes** y **tutores** que los acompañaban. Muchas de estas rutas iniciaban en la acaudalada ciudad de París, pasando por otras zonas geográficas hasta llegar a Italia para poder visitar ciudades como Nápoles, Roma, Florencia, Venecia, Milán o Siena.

La fama que alcanzó el Grand Tour fomentó numerosas **excursiones**, las cuales ya no solo estaban destinadas a viajes de estudios, sino que además sirvieron como actividades de recreo para numerosos **aristócratas**,



Figura 1. Una vista del Foro junto con el Campo Vaccino, la iglesia de Santa Francesca Romana y el Coliseo. Antonio Joli. Siglo XVIII. [Fuente](#).

quienes se dedicaron a viajar por distintas partes del mundo, así como también se organizaban **lunas de miel** para los más pudientes de la sociedad.

monumentos, obras de arte, costumbres y tradiciones tomando como objetivo principal documentar la riqueza cultural y artística de España desde un punto



Figura 2. Turistas ingleses en la Campiña. Museo de Arte Nacional en Berlín. Carlo Spitzweg. 1845. [Fuente](#).

Esta nueva necesidad impulsó la creación de un nuevo género de carácter **literario** y artístico donde muchas de estas rutas se utilizaron como objeto de estudio a nivel geográfico y mundial. Por ello, se comenzaron a crear los denominados «**cuadernos de viaje**» siendo estos los antecedentes de las actuales **guías turísticas**. (López, 2015, pp. 106-115).

Siendo un buen ejemplo el libro titulado «Diario de un viaje a Italia» realizado por **Goethe** en el año 1786, donde relata sus experiencias durante su viaje a la Península Itálica, se fomenta de esta manera el desarrollo artístico de carácter clásico y su comprensión cultural. También cabe señalar el escrito de Antonio **Ponz**, «**El viage de España**», donde este autor del XVIII narra cronológicamente su viaje por las lindes ibéricas. En sus múltiples volúmenes desarrolla minuciosas descripciones de todas las ciudades que visitó, así como también sus pueblos,

de vista exótico debido al sustrato referente del arte hispanomusulmán (López, 2015, pp. 106-115).

Además del auge literario, las experiencias que originó el Grand Tour generaron un gran **mercado de las artes**. Por esta razón, muchos artistas procedentes de Italia comenzaron a labrar una copiosa reputación profesional. Algunos de estos aventureros jóvenes querían traer de vuelta consigo recuerdos que acreditaran su estancia en Europa, por lo que acudían a numerosos artistas.

Siendo **Pompeo Batoni** el más solicitado por los extranjeros en su llegada a Italia, para realizar una serie de **retratos** a estos mismos jóvenes (podríamos decir que sería la antítesis del «selfie» actual) alcanzó una amplia fama gracias a los clientes procedentes de Gran Bretaña, Alemania o Francia (G. M., 2022, pp. 1-2).



Figura 3. Thomas Taylour, primer Marqués de Headfort, Museo de Bellas Artes de Houston. Pompeo Batoni. 1782. [Fuente](#)

En estos cuadros, los retratados solían aparecer acompañados por diferentes **elementos** que caían en el **tópico** del Grand Tour, así como un **mapa**, un cuaderno o un **libro sostenido entre** sus manos, y asimismo múltiples **decoraciones grecorromanas** como **columnas**, efigies, **esculturas** y restos arquitectónicos tras una ventana, simulando distintos **escenarios** históricos de Italia.

No solo se experimentó este nuevo movimiento artístico, sino que además se difundió lo que actualmente conocemos como las **postales**. Estos pequeños estampados servían de «souvenirs» para los turistas, los cuales acudían a artistas especializados o «vedutistas» como **Piranesi**, **Panini** o **Canaletto** para representar en pequeño formato restos arqueológicos, monumentos o ciudades (**Pié-Ninot et al., 2010, pp. 57- 67**).

El mercado de las artes, con el tiempo, generalizó el **tráfico de antigüedades**, donde vendedores

indecentes vendían piezas sin valor a los turistas de la zona. La **estafa** poco a poco fue creciendo así como también las genuinas creaciones de arte ocasionando paralelamente numerosos **expolios** y compraventas **ilegales haciendo** de piezas excepcionales el punto de mira de anticuarios y comerciantes.

Se crearon numerosos permisos de **exportación** de obras así igualmente otros permisos relacionados con la **excavación** previa, donde numerosas solicitudes eran aceptadas desde Gran Bretaña. Desde el Coliseo hasta el Foro Romano, Italia se convirtió en el gran centro de exportación y expolio de la historia. Este fenómeno erudito desembocó finalmente en una **tragedia** para la **conservación** y **protección** del patrimonio italiano, entendiéndose el Grand Tour una verdadera paradoja de respeto hacia la cultura (**Montoro, 2018, pp 1-2**).

Conclusiones

El fenómeno del Grand Tour derivó al turismo actual. Esta actividad recreativa permite conocer diferentes países, culturas y sociedades, así como también distintos sabores, tradiciones y manifestaciones artísticas. Esta afición sólida e incrementada por las distintas empresas que promueven la difusión de la cultura a veces puede considerarse uno de los métodos más destructivos del patrimonio actual.

Si bien por una parte, ofrecen un servicio completo en cuanto a la visita y disfrute de cierto monumento histórico así como también cualquier monumento B.I.C. (Bien de Interés Cultural) apostando por la divulgación cultural, artística e histórica de cada una de nuestras ciudades, también generan el denominado «turismo de masas» tan tóxico para nuestros monumentos y edificios.

Siendo cada vez más habitual el desprecio y el destrozo de numerosas obras de valor por parte de aquellos turistas deseosos de saber y conocimiento, como historiadora del arte, apuesto por un turismo sostenible y sistematizado, y propongo un turismo distinto, dejando a un lado guías obsoletas para poder establecer una nueva visión sobre calles, instituciones y artistas que en numerosas ocasiones

pasan desapercibidos en la sociedad actual.

Bibliografía

Lavaur, L. (1987). El siglo del Grand Tour (1715-1793). *Estudios Turísticos*, 95, 73-110.

Martínez López, G. (2015). El Grand Tour: revisión de un viaje antropológico. *Revista de Investigaciones Turísticas*, 12, 106- 120.

<https://digitum.um.es/digitum/handle/10201/74429>

Montoro, A. (1 de octubre de 2018). El Grand Tour y los primeros turistas. *Desperta Ferro Ediciones*.

<https://www.despertaferro-ediciones.com/2018/grand-tour-y-los-primeros-turistas/>

G. M., A. (18 de enero de 2022). El precursor del turismo moderno. El Grand Tour, el ‘Erasmus’ del siglo XVII. *Historia National Geographic*. https://historia.nationalgeographic.com.es/a/grand-tour-erasmus-siglo-xvii_17581

Pié-Ninot, R. et al. (2010). *Del Grand Tour al turismo de masas*, Universidad Politécnica de Cataluña, pp. 57-67.

Inés M^a Márquez D’Acosta

Actualmente he finalizado el Grado en Historia del Arte en la Universidad de Sevilla, este curso daré comienzo a mi nueva formación posgrado, con el máster en Patrimonio Artístico Andaluz y su Proyección Iberoamericana. Paralelamente, contribuyo en la revista digital Arqueo Times como redactora, donde podéis encontrar algunos de mis trabajos. Finalmente, me considero una apasionada de la historia y el arte, esto se ve reflejado en @arteselectivo, un perfil de Instagram que apuesta por una clara difusión cultural.