

Capitolo primo

Alle origini dell'identità nazionale: Rinascimento e artigianato

È noto che il carattere della cosiddetta *italianità* rappresenti uno snodo centrale della cultura di progetto del nostro paese e che sia pregno di evidenti parallelismi e sovrapposizioni con le vicende legate alla formazione dello Stato nazionale. E il fatto che ciò, prima ancora dell'avvio del funzionamento di un vero e proprio sistema industriale, faccia i conti con la dicotomia artigianato/industria emerge dai molti scritti sul progetto italiano che ancora in tempi recentissimi tendono a confondere i due livelli, o a preferirne uno rispetto all'altro, soprattutto in base a valutazioni di carattere estetico e formale¹.

Nei circuiti del dibattito interno durante il processo risorgimentale e in quelli internazionali nei passaggi immediatamente successivi (dopo il 1848 e fino al compimento dell'Unità)², il tema dell'identità nazionale si intreccia inscindibilmente con quello globale sulla decorazione e sulle sue declinazioni: artistica, produttiva e come innesco per attività di produzione e circolazione di ricchezza.

I due livelli del confronto sugli oggetti – dibattito teorico e produzione (e sua ricezione) –, che si avvia intorno alla metà del XIX secolo, contribuiscono a evidenziare due parole d'ordine che non scompariranno più dalle vicende che concorrono a definire il Made in Italy: Rinascimento e artigianato.

1. L'«invenzione del Rinascimento»: arte, oggetti, merci.

La definizione, e forse l'invenzione, del concetto di Rinascimento, secondo la felice intuizione di Lucien Febvre, emerge dall'alacre lavoro su scala europea da parte di un'ampia comunità di studiosi³. Si tratta di un vero e proprio mito costruito da intellettuali e storici dell'arte, da Michelet⁴ a Burckhardt⁵, che concorrono a individuare nel Cinquecento un secolo di rinascita e

straordinaria vivacità creativa, nel quale spiccano soprattutto, e in ogni ambito, gli italiani. Più o meno tutti gli autori, a partire da Voltaire, riconoscono la Firenze medicea come culla della rinascita dopo gli anni «bui» del Medioevo – rinascita che rapidamente diviene, oltre che un periodo canonizzato della storia dell'arte e della cultura, anche un termine corrente che permette di ampliare i confini dell'età classica, di rileggerne i modelli in modo più vicino ai costumi moderni e di piegarne i significati politici agli obiettivi dei nuovi assetti delle nazioni dopo la ventata rivoluzionaria. Secondo la visione della *Civiltà del Rinascimento in Italia* di Burckhardt, forse l'opera sul tema più diffusa e condivisa, tradotta rapidamente in tutto il mondo, quell'epoca è sinonimo di *renovatio humana*, rinnovamento, trasformazione e libero sviluppo di creatività⁶. E dunque in sintonia con il rinnovamento in corso nel pieno della seconda Rivoluzione industriale più di quanto non lo fossero i riferimenti al Medioevo, sia quello misticheggiante sia quello socialista. «Mutter und Heimat des modernen Menschen»⁷, il Rinascimento diviene così un termine di paragone estetico ma anche un modello di comportamento, legato al mecenatismo e al collezionismo, alla riscoperta dell'autorialità tanto nei capolavori quanto nei manufatti.

Si tratta di un processo di celebrazione, aperto alle più diverse reinterpretazioni e quasi completamente esogeno all'Italia, che vede incrociarsi la letteratura storico-artistica e odeporica – le storie dell'arte e i racconti dei *grands touristes* – con la produzione in stile presentata sul palcoscenico delle esposizioni internazionali. La maggioranza degli osservatori concorda con riflessioni come questa, riferita alla Great Exhibition londinese del 1851:

Lo stile meglio compreso è quello che dobbiamo definire Cinquecento misto o Rinascimento; quelli che sembrano essere i designer più abili d'Italia, Francia, Austria, Belgio e Inghilterra, hanno scelto questo stile per mostrare la loro abilità; se, quindi, l'Esposizione può essere considerata come una prova dello stile preferito del giorno, è evidentemente il Rinascimento cinquecentesco⁸.

La raffinata analisi degli storici francesi, svizzeri e inglesi diviene, in breve, una faccenda di gusto, un efficace *passe-partout* applicabile tanto all'architettura quanto alla decorazione. Le geometrie sottese, la modularità e i riferimenti alla natura dell'«estetica» cinquecentesca mettono d'accordo sia i sostenitori del ritorno ai modelli del mondo sensibile, sia coloro che devono fare i conti con cantieri investiti da una pur primitiva industrializzazione. La se-

quenza può quindi essere facilmente proseguita nelle arti applicate, negli oggetti che vengono modellati e letteralmente ricoperti degli stessi motivi a ghirlande, palmette, grottesche e infiorescenze originariamente partoriti da grandi e piccole botteghe della Firenze dei Medici: le ceramiche e l'oreficeria, le pietre dure, il falso marmo, gli intarsi, la stipetteria e via dicendo. In sintesi, oggetti destinati a popolare spazi pubblici e privati.

Pur nella molteplicità delle fonti di ispirazione presenti nelle riviste e nei repertori sulle arti decorative che si iniziano a pubblicare in tutta Europa a partire dalla metà del secolo⁹, il Rinascimento, inserito in una più ampia sequenza, continua a detenere saldamente il primato tra i possibili riferimenti in quanto ancora «prepotentemente un modello»¹⁰.

Tra i primi terreni di coltura della riscoperta dei gloriosi secoli della ripresa c'è la rivista «L'Art pour tous», che ha come sottotitolo «Encyclopédie de l'art industriel et décoratif», fondata nel 1861 da Émile Reiber, vincitore di un Prix de Rome e *chef décorateur* dal 1865 della *maison* Christofle. La rivista, *in folio* per poter essere spaginata e utilizzata più agevolmente, pubblicata in francese, tedesco e inglese su tre colonne, presenta un gran numero di oggetti reperiti dal fondatore e da un gruppo sempre più nutrito di collaboratori, in occasione di viaggi, visite a esposizioni e gallerie d'arte. Gli oggetti sono tutti accompagnati da schede illustrative che esaminano sia gli aspetti formali sia quelli esecutivi al fine di fornire agli addetti ai lavori, ma anche agli appassionati, una panoramica delle eccellenze produttive, in qualche modo «contro» la standardizzazione industriale. Nella pratica, tenendo conto della particolare situazione della Francia – dove si è optato fin dal XVI secolo per le grandi *manufactures royales* che uniscono numeri relativamente grandi di prodotti al contributo degli artisti, dalle ceramiche di Sèvres agli arazzi dei Gobelins, via via fino alla *haute couture* contemporanea¹¹ –, la difesa dall'aggressione della trivivialità industriale, senza scivolare nella cieca opposizione di molti artisti e intellettuali praticata altrove, individua il suo luogo d'elezione nel modello della bottega rinascimentale. E rinascimentale, nonostante la personale passione di Reiber per l'arte dell'Estremo Oriente, è la grande maggioranza degli esempi proposti sulle pagine delle riviste almeno fino agli anni Ottanta del secolo, quando iniziano a essere pubblicate, tra le altre, anche la «Revue des arts décoratifs» (dal 1880) e «L'Art décoratif» (dal 1898), scenari per la comparsa e l'affermazione dello stile nuovo¹².