



ANTONIO PINELLI
Souvenir
Laterza
20 euro

I turisti del Grand Tour e l'industria delle opere d'arte

Caterina II volle per l'Ermitage una copia in scala naturale delle Logge Vaticane ma c'era anche chi si accontentava di una piccolissima copia in sughero del Colosseo

STEFANO CLERICI

ANTICAJE e pietrelle! era il grido di quanti, due o tre secoli fa, andavano in giro per Roma a vendere ai pellegrini frammenti di statue, monete e oggetti di bronzo. E perfino reliquie (c'era chi spacciava un osso di pollo come quello del gallo che cantò tre volte quando Pietro rinnegò Gesù). Erano povera gente che cercava di arrangiarsi al solo scopo di mettere insieme almeno un pasto.

Qualche ingenuo ci poteva anche credere, ma non i ricchi e nobili stranieri che venivano a Roma per il "Grand tour". E che cercavano souvenir di ben altra specie. Autentiche opere d'arte. Da acquistare o da riprodurre. O da creare ex novo. Questa specie di caccia

al tesoro — come ci racconta Antonio Pinelli nel suo libro — diede vita a una vera e propria industria: artisti e artigiani di grandissimo livello, capaci di ricorrere a tecniche collaudate ma anche di inventarne altre. Tutto per soddisfare un esercito di compratori che mai avrebbero lasciato Roma senza un "ricordo" degno del loro rango. Come dice Pinelli, nacque così una «galassia di eccellenze e raffinati virtuosismi, che preannuncia l'era dell'industria culturale di massa». C'era chi voleva — e poteva — strafare, come Caterina II di Russia che per l'Ermitage ordinò una copia a scala naturale delle Logge Vaticane di Raffaello. Ma c'era anche chi si accontentava di una statuette in biscuit o di un piccolo Colosseo in sughero. Purché fatti a regola d'arte.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.