

LIBRI IN LIBRERIA

cattolica che, salvo in rarissime aree del Veneto (Vicenza) o della Lombardia (Lodi, Sondrio e Bergamo), non può più contare sul nord «bianco».

Cartocci ha offerto un indispensabile atlante della secolarizzazione/desecolarizzazione del Paese che conferma un'accentuata «questione meridionale». Proprio questa trasformazione del sud nella nuova area «bianca del Paese» (attenzione, però, Cartocci ricorda che a sud manca totalmente quella subcultura cattolica che, in particolare nel Lombardo-Veneto, aveva profonde radici storiche), pone la Chiesa italiana in una posizione di grandissima responsabilità nel tentativo di arginare uno squilibrio tra Nord e Sud davvero sempre più preoccupante e non soltanto dal punto di vista economico. (Michele Marchi)

Il mercato dei quadri a Roma nel Diciottesimo secolo. La domanda, l'offerta e la circolazione delle opere in un grande centro artistico europeo, di Paolo Coen, II voll., Firenze, **Olschki**, 2010.

«À Rome tout le monde s'occupe de tableaux et prétend d'y connoître, beaucoup de gens vivent de ce trafic, sur-tout avec les étrangers»: così, intorno agli anni 1765-1766, la città pontificia e le sue brulicanti strade apparivano all'astronomo francese Joseph Jérôme Le François de Lalande. Partendo da questa incisiva quanto eloquente descrizione, Paolo Coen inizia la puntuale analisi del mercato d'arte romano del XVIII secolo, offrendo lo spaccato di un mondo estremamente vivace, fatto di nomi, oggetti, luoghi, relazioni, minuziosamente

ricostruiti e scrupolosamente supportati da un'attenta selezione documentaria. Attraverso una narrazione sempre viva, l'autore conduce il lettore fra le strade e i vicoli di una Roma al centro del mondo artistico europeo, meta indiscussa degli itinerari dei grand tourist, punto di riferimento per la formazione degli artisti, generosa piazza d'affari per vendite, acquisti e commissioni d'arte, e allo stesso tempo capitale del mondo cristiano, coacervo di pellegrini, pittori e nobili di tutta Europa. Personaggi e luoghi sono ampiamente descritti, la merce e le azioni di mercato dettagliatamente esaminate attraverso la memoria scritta: un'analisi rigorosa condotta per singole storie, che nell'insieme rendono la completezza di un fenomeno complesso, in cui l'opera oggetto di scambio può trovarsi nella bottega di un barbiere o nella sontuosa villa di campagna di un ricco mercante, destinata ad un pubblico medio fatto di pellegrini in cerca del souvenir o di colti collezionisti. Senza mai trascurare la letteratura artistica su temi quali il collezionismo e il grand tour (alle abbondanti citazioni bibliografiche in nota si affianca una bibliografia specifica dedicata al mercato d'arte romano del Settecento), grazie ad una strutturazione organica e all'utilizzo di documenti inediti, Coen offre la possibilità di un percorso completo e concreto. Attraverso la descrizione dei criteri espositivi all'interno di una bottega è possibile attestare la prevalenza di un gusto che all'inizio del secolo vedeva la pittura di storia avere un posto privilegiato, così come il variare dei prezzi delle opere presenti negli inventari ci segnala il progressivo riscatto della pittura di genere e di piccole dimensioni,

libri in libreria

LIBRI IN LIBRERIA

o l'uscita dall'ombra di Caravaggio e dei caravaggeschi.

Dopo un'ampia panoramica introduttiva sulla storia del mercato d'arte europeo dal Medioevo al XVIII secolo, il volume presenta una funzionale suddivisione, in cui *Gli Individui* e *L'Impresa* rappresentano le due grandi categorie di riferimento. Alla prima afferiscono «venditori di professione» («quadrari», rigattieri, negozianti), artisti mercanti, esperti d'arte («intendenti», eruditi, collezionisti), comprimari e speculatori, sensali ed agenti, tutte figure rese concrete attraverso nomi e fatti, le cui azioni risultano essere l'applicazione di attente strategie di marketing, in un'osmosi continua fra cultura e mercato dove a volte diventa difficile stabilire un preciso sistema di ruoli. I «mestieri» si mescolano e si sovrappongono, la cultura e le competenze in campo artistico permettono spesso l'avvio di un'attività commerciale (valgano a titolo di esempio i casi dell'artista-mercante Carlo Maratti, dell'editore-mercante Ludovico Mirri, il cicerone-mercante Colin Morison), senza contare che il sottosuolo dell'antica Urbe permetteva anche ad un «tale Giglioni, «contadino di Albano»» di presentarsi alla porta del marchese Alessandro Gregorio Capponi per vendere «un intaglio di diaspro legato in argento «trovato nel spigolare nelle campagne di Ardia»».

La seconda parte è dedicata a *L'impresa*, vale a dire ad oggetti e luoghi, alla merce, alla sua provenienza e ai suoi restauri, al pubblico, al dove e come si vende. Si apre la scena sul vivo delle attività commerciali, descrivendo e definendo modalità di vendita in uso, come le aste e le lotterie, o l'abitudine del

noleggio di partite di opere al fine di decorare, per periodi più o meno lunghi, le abitazioni senza l'impegno più gravoso dell'acquisto. Al noto e incisivo pubblico dei collezionisti e dei grand tourist, per i quali l'acquisto di opere d'arte diveniva parte integrante del processo formativo di un gentiluomo, si affianca quello della popolazione locale, di romani per i quali era uso comune arredare le dimore con quadri, sia per motivi devozionali che per esigenze meramente decorative: «ogni casa o appartamento, non importa la modestia, vede i muri accogliere una Madonna, dei fiori oppure un paesaggio, magari piccoli, su carta e a stampa, con rifiniture all'acquarello». Le strategie di vendita prevedevano la migliore presentazione della merce, ed era spesso necessario un intervento di pulitura e di restauro più o meno massiccio al fine di presentare un dipinto nelle migliori condizioni, secondo l'idea diffusa che un buon intervento di restauro rendeva un'opera integra e ben leggibile, ne facilitava l'attribuzione, e, non ultimo, ne aumentava il valore. Il mercante di alto livello appare intento nella costruzione di un rapporto di fiducia con il cliente, attraverso corrispondenze e inviti a pranzo, ma anche presentandosi come uomo culturalmente e scientificamente credibile. Le opere potevano essere presentate attraverso pubblicazioni commissionate ad esperti che ne attestavano l'originalità, il libro e la stampa di traduzione diventavano perciò strumenti essenziali per la pubblicità e la credibilità culturale del venditore. Non solo traspare l'uso della traduzione incisoria come mezzo di conoscenza e diffusione delle opere d'arte, come catalizzatore della cultura figurativa europea, come

LIBRI IN LIBRERIA

reddizio settore di mercato, ma anche la capacità di uomini di commercio di fare della cultura un mezzo di promozione economica.

Il secondo volume è interamente dedicato alla trascrizione dei documenti, frutto di una paziente ricerca d'archivio e supporto sostanziale dello scritto di Paolo Coen: si tratta di documenti di natura prevalentemente giuridica o commerciale, i cui contenuti hanno permesso allo studioso di effettuare un'analisi quanto mai concreta, integrata adeguatamente con il relativo contesto storico-artistico e restituita attraverso una narrazione omogenea e gradevole. Le trascrizioni sono introdotte da un breve ma esaustivo resoconto dei criteri adottati, fra i quali è sottolineata la scelta pratica di effettuare una selezione critica dei testi in base alla pertinenza dei contenuti. Attraverso le carte l'autore «pazientemente restituisce e risuscita un universo rimasto per tanto tempo nell'oscurità», come asserisce Enrico Castelnuovo nella prefazione al libro, offrendo uno spaccato che permette di far luce su meccanismi, orientamenti, usi, categorie, di un mondo, quale è il mercato d'arte, che va oltre i confini di Roma. (Martina Nastasi)

***Il papato nel Rinascimento*, di Marco Pellegrini, Bologna, Il Mulino, 2010, pp. 212.**

Tutto fuorché la fede, vien da pensare leggendo questa punta di storia scavata tra il 1417 e il 1527, cioè tra la sospirata fine della Cattività avignonese e l'annunciata catastrofe del Sacco di Roma. Da Martino V a Clemente VII mediante

Eugenio IV, Niccolò V, Callisto III e così via, si dipana e si chiarisce nell'agile volumetto dedicato al grande magistero di Paolo Prodi una fitta cronaca di imperturbabile aridità spirituale, dove a contare sono soltanto gli immediati e materiali interessi personali (a pagare, almeno, sono prima o poi tutti, i vinti già vincitori e viceversa). Il racconto, ché tale sembra una trattazione invece sempre documentata in nota, brilla già nei titoli dei paragrafi, se ogni pontefice si presenta con due o tre parolette caratteristiche: il pragmatismo battagliero di Pio II, l'approccio ierocratico di Paolo II, il passo falso di Innocenzo VIII, il familismo «carnale» di Alessandro VI, l'ideale cesareo di Giulio II (una formula forse un po' troppo nobile, a meno che cesareo, sulla traccia di Cesare nelle Gallie, non significhi anche conquistatore) vi si succedono in tre capitoli, fino al dolente, gemente Clemente animato da «velleità» e finito nel «tracollo», e con una disciplina certo ignota ai comportamenti dei singoli personaggi. Fondamentali il primo capitolo e l'ultimo, il quinto: questo espone *I nodi irrisolti*, ovverossia i concordati, le «osservanze», lo stesso concetto di Rinascimento; e quello rintracciava, invero a fatica, le ragioni onde il vescovo di Roma dovesse poi diventare papa dell'intera Cristianità. Non prima del V secolo, infatti, la Chiesa cristiana cominciò a diventare quella monarchia che è tuttora, con papa Bonifacio I e Gelasio II; se non pacificamente, a testimoniare è proprio questo quarantennio accavallato attorno al 1500 e splendido di ogni arte rinascimentale (e romana, e papale). L'alternativa al papa re? I concili, per esempio quello audacissimo di Basilea. Ma una democrazia al posto

libri in libreria