

La Belle Epoque. Mode, miti, storia

Dario Matteoni

Nel 1910 Aroldo Bonzagni in un quadro emblematico noto con il titolo di *Mondanità* o *Uscita dal veglione* coglie con disincantata ironia l'incedere di una folla di uomini e donne che in abiti eleganti sciamano, quasi sospesi su un tappeto rosso, fuori da un veglione appena concluso. È un universo mondano che negli abiti, nelle pose, negli sguardi, nei dettagli, tanto cari al nostro immaginario (le piume che adornano i vestiti delle donne, le scarpette, i monocoli, i bastoni e i cilindri degli uomini) richiama quel periodo della nostra storia recente che usiamo definire Belle Epoque. Quelle figure di privilegiati non manifestano tuttavia la felicità di chi ha appena partecipato a un rito mondano, ma piuttosto la determinazione di chi afferma nella foggia degli abiti e nelle pose una condizione di privilegio: Bonzagni osserva questa folla gaudente e a un tempo tetra. Gli evidenti riferimenti alla grafica tedesca e austriaca, la rapida trascrizione di un mondo scintillante, il taglio quasi cartellonistico, l'esuberanza cromatica non priva di valori simbolici sono tutti elementi che introducono le molte declinazioni sul piano dello stile che possiamo ritrovare in quel variegato periodo della storia recente denominato Belle Epoque.

Una prima considerazione deve essere fatta a chiarimento delle scelte operate in questa mostra: la Belle Epoque non può in alcun modo essere ricondotta solo a una delle sigle con le quali si affermano le maggiori manifestazioni artistiche di tale periodo: Art Nouveau, Liberty, Jugend Style, Modern Style, Sezession.

Sappiamo che il termine Belle Epoque si diffonde presso l'opinione pubblica francese a partire dal 1919: non sfugge come tale espressione, con la quale genericamente si indicavano gli anni che avevano preceduto il primo conflitto mondiale, esprima un evidente sentimento di nostalgia, richiami l'idea di un periodo di stabilità e di benessere, in opposizione ai drammi della guerra e alle sofferte condizioni di vita che a essa seguirono¹. Si deve dunque ascrivere a tale evidente contrapposizione, al fatto cioè di evocare il sogno

1. Aroldo Bonzagni,
Conversazione mondana,
1910

2. Aroldo Bonzagni,
Verso San Siro,
(1910)

di un'*age d'or* ormai trascorsa, il successo di questa espressione che suscitava fantasie ancora oggi ben presenti nel nostro immaginario e nel nostro linguaggio.

Sgombriamo subito il campo dalla questione dell'inizio effettivo della Belle Epoque: non vi può essere vera e definitiva data di avvio, unanimemente condivisa, per un periodo costruito sul mito e sul sogno. Tutti, d'altra parte, concordano sulla fine di quest'epoca bella, vale a dire lo scoppio della Prima guerra mondiale.

Tornando indietro, è possibile scegliere un'opposizione di nomi: *fin de siècle* contro Belle Epoque; quindi la data canonica di avvio, come alcuni sostengono, sarebbe il 1900, celebrata con l'Esposizione Universale di Parigi. Se, tuttavia, diamo la prevalenza agli aspetti sociologici, il 1880 appare un termine altrettanto significativo, con riferimento alla nuova congiuntura dell'economia internazionale e all'evoluzione della tecnica, e si potrebbe arretrare ancora al decennio precedente, assumendo nella fine del Secondo Impero l'inizio di un nuovo ciclo storico.

La Belle Epoque, quindi, sostituisce il mito nel posto della storia. Le immagini scorrono veloci: visioni di *music-hall*, di ragazze che danzano il can can in calze nere e cappelli piumati, di dame agghindate all'ultima moda, di uomini in frac. E ancora: i viali animati di folla diretta alle esposizioni universali, i grandi magazzini, le prime automobili. Il nostro elenco potrebbe continuare, ricorrendo al ricco repertorio che proprio quel nuovo mezzo di comunicazione affermatosi alla fine dell'Ottocento, il cartellone pubblicitario, offre alla nostra fantasia. Immagini-guida di una modernità affermata escono dalla matita di Leonetto Cappiello, o piuttosto da quella di Marcello Dudovich e Leopoldo Metlicovitz: pubblicità, o come si diceva con una parola coniata in quegli anni, *réclame*, di abbigliamenti, alimenti, bevande, biciclette e automobili, ma anche di nuovi servizi urbani e di invitanti località di villeggiatura.

La difficoltà nel chiarire la portata del termine Belle Epoque risiede proprio nel fatto che costantemente essa sfuma nei suoi miti, nelle sue fantasmagorie, ci appare filtrata attraverso le rappresentazioni che i protagonisti di quest'epoca hanno inteso tramandare. È tuttavia possibile anche compiere il cammino inverso: risolvere la mitologia della Belle Epoque nello spazio della storia.

Il mito della "bella epoca", tuttavia, non può distogliere dal considerare che essa non fu tale per tutti, o meglio, che le diverse classi sociali vissero questi decenni con ansie e aspettative non eguali. E infatti, se scorriamo un qualsiasi manuale di storia contemporanea o più semplicemente qualche testo divulgativo dedicato a tale periodo, notiamo come il termine Belle Epoque venga a coincidere con una realtà sociale ed economica densa di contraddizioni, e incontri nel suo svolgersi conflitti, guerre, rivoluzioni, depressioni economiche e scandali finanziari². La Belle Epoque intesa non tanto nella sua accezione cronologica, quanto come definizione fortemente evocativa, ha creato una sorta di "leggenda dorata", venendo ad addolcire notevolmente la realtà storica, e a proiettare sogni e aspettative nel passato³. Ci possiamo interrogare se non sia proprio questo desiderio di evasione a decretare ancora oggi il successo o il rimpianto di quegli anni: la Belle Epoque viene infatti associata nel linguaggio comune, ma anche nella stampa quotidiana e nei rotocalchi, a tutto ciò che appare come lusso e mondanità.

In un'accezione assai ampia, la nostra epoca potrebbe identificarsi con l'ascesa dei ceti urbani economicamente agiati, di una borghesia che scandisce con diversa consapevolezza i propri tempi, frequenta luoghi alla moda in ragione delle mutate consuetudini sociali, ostenta la propria immagine secondo una strategia rivolta ad affermare prestigio e legittimazione sociale. Le passeggiate nei parchi, gli incontri agli ippodromi, le soste nei caffè, gli appuntamenti nei ristoranti alla moda o nei ritrovi notturni, le serate a teatro, le vacanze a Montecarlo e nelle località della riviera ligure sono altrettante tappe della fantasmagoria della vita moderna. Sono le smaglianti icone nelle quali la borghesia urbana ama riconoscersi, alle quali affida il proprio *status symbol*, per ricorrere a un termine entrato in uso più tardi.

Consolidare la propria condizione di *élite* economica passava innanzitutto dall'assunzione di ritualità sociali, di pratiche mondane e, non ultimo, di forme di autorappresentazione che finora restavano appannaggio dell'aristocrazia. Recenti contributi hanno messo in evidenza la centralità che per la nascente borghesia italiana post-unitaria assume una strategia dell'immagine fondata sull'iconografia del ritratto⁴. Giovanni Boldini costruirà la sua fama e anche una discreta agiatezza economica nel ritrarre donne dell'alta società cosmopolita, proiettando, in un virtuosismo di segno e di colori, quella "bellezza" vitale alle quali ciascuna di esse, più o meno consapevolmente, aspirava⁵. Vittorio Pica, recensendo la presenza italiana all'Esposizione Universale del 1900 sulle pagine di "Emporium", attribuirà alle tele del ferrarese "quella sapienza di fattura, quella mondana eleganza di linea, quel nervoso fremito di vita", pur nell'ambito di un giudizio che metteva in guardia da un "fascino che non può durare a lungo perché a base di una ricerca artificiosa di effetto, che finisce col riuscire uggiosa"⁶. È interessante notare che il critico napoletano vorrà successivamente rivedere in parte la sua posizione, identificando la modernità di Boldini "nella ricerca sempre più ansiosa di esprimere *mercé* la virtuosità sbalorditiva del suo pennello, sopra tutto la vibrante nervosità dei suoi contemporanei"⁷.

L'attraente mondo della borghesia della seconda metà del XIX secolo coincise per molti artisti italiani con l'adesione a un'idea di modernità che innanzitutto si poteva ritrovare nelle arterie delle metropoli, animate di traffico, percorse da una folla in continuo movimento, colorate dalle vetrine delle *boutiques*, una modernità che infine pervadeva il gusto negli arredi delle abitazioni. È un dato ormai acquisito dalla critica che, a partire dal 1870, si imponga anche in sede artistica una più estenuata percezione della mutevole vita urbana, una sensibilità educata alle innovazioni tecniche, pronta a coglierne i ritmi subitanei e nervosi, una predilezione per i comportamenti alla moda e l'ossequio al prevalere dell'universo femminile. Non è certo senza significato che la raffinata sensibilità dello sguardo pittorico di Giuseppe De Nittis possa trovare, come anche recentemente si è affermato, una sua compiuta anticipazione nelle pagine di *Le peintre della vie moderne* di Charles Baudelaire⁸. Girovagare nel flusso continuo e inarrestabile della metropoli, cercare rifugio nella folla, imprimere nella memoria le immagini di un'intensa stimolazione percettiva e, infine, trasferire l'effimero in "un fantastico reale": in questo sembra condensarsi la ricerca della modernità. Il racconto si dipana in un succedersi di incessante vagabondaggio: "Allora esce! E guarda scorrere il fiume della vitalità, così maestoso e splendente. Ammira la bellezza eterna e la stupenda armonia della vita delle capitali, l'armonia provvidenzialmente conservata nel tumulto della libertà umana. Contempla i paesaggi della grande città, paesaggi di pietra blanditi dalla nebbia o schiaffeggiati dal sole. Gioisce degli eleganti equipaggi, dei superbi cavalli, dell'abbagliante decoro degli stallieri, dell'agilità dei valletti, dell'incedere delle donne flessuose, dei bei bambini felici di vivere e di essere ben vestiti; in una parola, gioisce della vita universale"⁹.

È nella fantasmagoria della città che la borghesia nascente si riconosce. Walter Benjamin, nelle pagine dedicate all'esperienza del *flâneur*, coglieva l'avvenuta compenetrazione, sintomo di una percezione moderna, tra strada e abitazione. Ricorriamo alla citazione: "Le strade sono la dimora della collettività. La collettività è un essere perennemente desto, perennemente in movimento, che tra i muri dei palazzi vive, sperimenta, conosce e inventa, come gli individui al riparo delle quattro mura di casa loro. Per tale collettività le splendidi insegne smaltate delle ditte rappresentano un ornamento delle proprie pareti pari e, forse, superiore a un dipinto a olio in un salotto borghese e i muri con il 'défense d'afficher' sono il suo scrittoio, le edicole le sue biblioteche, le cassette delle lettere i suoi bronzi, le panchine, la mobilia della camera da letto e la terrazza del caffè la veranda, da cui sorveglia la vita della sua casa. Là dove gli stradini appendono alla grata la giacca, è il vestibolo, mentre la porta carraia che, dalla fuga dei cortili conduce all'aria aperta, è il lungo corridoio che spaventa il borghese e rappresenta la sua via d'accesso alle camera della città. Il pas-

3. Giovanni Boldini,
Il cappello di velluto rosso,
(1890)

sage è il loro salotto. In esso più che altrove la strada si dà a conoscere come *l'intérieur* ammobiliato e vissuto dalle masse”¹⁰.

Parigi o Londra sono le grandi metropoli, luoghi per eccellenza della modernità: qui è possibile trovare una committenza internazionale, entrare in contatto con un *milieu* artistico innovativo, aggiornarsi sulle ultime tendenze tecniche. È innegabile la forza di attrazione che esse hanno esercitato: la Belle Époque, quindi, è innanzitutto il mito delle grandi capitali. A Parigi e a Londra arrivano, soggiornano ed entrano a far parte del difficile sistema delle gallerie e dei mercanti De Nittis, Zandomenighi, Boldini e molti altri. Il sondaggio delle biografie ci offre infatti un quadro di presenze assai variegato. Tra il 1897 e il 1903 – e si tratta di date senz'altro significative – partono da Napoli per la capitale d'oltralpe Ulisse Caputo, Arnaldo De Lisio, Pietro Scoppetta, Lionello Balestrieri.

Se l'affermazione iniziale di Boldini nel *milieu* parigino è dovuta al contratto che lo lega a una delle più importanti figure del mercato internazionale, Alphonse Goupil, altrettanta fortuna avranno in quegli anni personalità come Vittorio Matteo Corcos, che da Livorno arriva a Parigi nel 1880, o Pompeo Mariani, che dopo un primo avvio legato a temi orientalisti vivrà una carriera proprio sotto l'egida della grande committenza internazionale. Ma la nostra ricognizione incontra altri nomi; pensiamo ai toscani: Giovanni Costetti e Alfredo Müller, che rimane a Parigi dal 1889 al 1914 e si impone come incisore e illustratore di straordinario calibro, particolarmente dedito alla descrizione delle dame notturne come nella straordinaria *Place Blanche*; sovente, infatti, sarà l'illustrazione e, in particolare, una nuova tecnica come l'acquaforte a colori, il terreno di maggiore impegno per gli Italiani a Parigi, ma non soltanto, tale da assicurare a questi ultimi notorietà e mezzi di sostentamento: è il caso di Lionello Balestrieri, e ancora di Serafino Macchiati, che arriva a Parigi nel 1898, proprio in vista dell'incarico per l'illustrazione del libro di Paul Bourget, *Un crime d'amour*¹¹. E non possiamo dimenticare, in questo nostro primo assaggio biografico, la vicenda artistica di Leonetto Cappiello, che a Parigi, dopo gli esordi nell'ambiente toscano legati al paesaggio e all'attività ritrattistica, rivolge il suo interesse alla grafica pubblicitaria, divenendo uno dei cartollonisti più affermati della nostra epoca.

Il serbatoio iconografico a disposizione dei protagonisti della Belle Époque resta comunque enorme, e non solo con riferimento agli scenari parigini, ma contemplando spesso mondi contrapposti: da un lato il valzer della corte viennese, dall'altro il can can dei ritrovi di Montmartre. Lo sfarzoso cerimoniale dei balli, l'ufficialità dei salotti aristocratici, il lento incedere delle carrozze, ancora grondanti di un'aura decadente, scivolano quasi senza soluzione di continuità nella sfrenata mondanità dei veglioni, nella brulicante eccitazione delle serate teatrali, nella velocità degli sport, nei confort dei grandi alberghi, nel fremito nuovo delle strade urbane. Nel suo complesso, infatti, la Belle Époque coincide con la progressiva affermazione di una borghesia che, a vari livelli e con diversi accenti, volle assimilare abitudini e gusti dell'aristocrazia.

Un esempio, riferito proprio al caso italiano, ci sembra oltremodo significativo. Nel 1895 a Bergamo esce il primo numero di “Emporium”, esemplata sulla rivista inglese “The Studio”, che già nel titolo manifesta il campo dei suoi interessi: arte, letteratura, scienze, e aspetti vari della società. Fin dai primi fascicoli, la rivista dedica ampi servizi alle scoperte delle tecniche che si estendono, nella città, a tutte le novità che investono la società contemporanea. Si susseguono quindi articoli dedicati all'elettricità, alla fotografia, ai grattacieli americani, ai nuovi sistemi di trasporto come le ferrovie metropolitane, ai grandi servizi a rete (telefonia, gas). Significativamente la rivista informa sui nuovi gusti e abitudini che segnano l'affermazione della vita moderna: in tale orientamento si colloca un lungo articolo dedicato alla storia della bicicletta, presentata come oggetto a un tempo di svago e utilità, così da essere paragonato a un altro utensile che si stava diffondendo come strumento di funzionalità domestica, la macchina da cucire¹². Suscita poi attenzione il diffondersi della pratica della bicicletta tra le donne, con la creazione di un nuovo abbigliamen-

4. Giovanni Boldini,
Volto di giovane donna,
(1889-1890)

5. Pietro Scoppetta,
Signora in salotto,
(1908)

to: così il Bois de Boulogne a Parigi ci viene descritto come il primo luogo “ove le nuove amazzoni si mostrarono pochi anni fa agli occhi del pubblico in bicicletta e in costumi che sono un che di mezzo tra l’abito muliebre e il maschile”¹³. Anche Walter Benjamin aveva acutamente colto il prefigurarsi di un doppio registro nell’abbigliamento della donna ciclista: “Come le carrozzerie delle prime automobili imitano le carrozze, così, nel vestito della ciclista l’espressione sportiva lotta ancora con l’ideale tradizionale dell’eleganza; il risultato di questa lotta è quella venatura di sadica ostinazione che la rese così provocante per l’universo maschile di quegli anni”¹⁴.

La fortuna che negli ultimi decenni dell’Ottocento ebbe presso il grande pubblico la bicicletta, in particolare dopo le innovazioni tecnologiche che avevano dotato il nuovo mezzo di ruote di uguale grandezza, di una trazione posteriore e di una configurazione del telaio che consentiva al ciclista di sedersi nel mezzo, con il risultato di un migliore bilanciamento, trova una moderna iconografia in alcuni pastelli che Federico Zandomenighi, attento osservatore dell’universo femminile, ambienta proprio nel Bois de Boulogne: il suo *Rencontre à bicyclette* (1896) rappresenta con singolare tempismo proprio la nuova occasione ormai affermata nella vita moderna: non è forse un caso che la posa e l’abbigliamento delle due figure femminili, l’una a cavallo della bicicletta, l’altra appoggiata a essa in attesa dell’amica, sembrano quasi ripresi da un coevo catalogo di vendita di un grande magazzino.

È questa la rappresentazione della società dei consumi che vive il suo momento di splendore proprio nel 1900. Tra la fine dell’Ottocento e gli anni che precedono il conflitto mondiale, vi fu un’eccezionale accelerazione dell’innovazione tecnologica e comunemente si associa la Belle Époque con una fase di miglioramento delle condizioni di vita di vasti strati della popolazione, dovuto proprio al perfezionamento delle tecnologie e a straordinarie invenzioni, così come alle ricerche in campo medico. Risale inoltre agli anni ottanta la costruzione delle prime centrali elettriche, mentre nel 1881 si apre a Parigi l’Exposition Internationale d’Electricité; più in generale, possiamo dire che la produzione industriale trova un crescente impulso alla riorganizzazione e alla modernizzazione in un rapporto più diretto con la ricerca scientifica e nello sfruttamento di tecnologie innovative e diverse fonti di energie.

Di non minore importanza, per comprendere questo periodo storico, appaiono anche i mutamenti intervenuti nel campo della distribuzione delle merci, in particolare con un processo di concentrazione in tale settore che conduce alla creazione di vaste catene commerciali e di grandi magazzini.

Alla nostra epoca si è soliti associare il successo a Parigi dei Magazzini Printemps, che affiancava un’altra sigla, “Au Bon Marche”, di grande successo, che era già stata aperta nel 1852. L’equivalente italiano in grado di competere con le catene dei *grands magasins* continentali o nordamericani fu la ditta Bocconi che, nel 1889, inaugurava la sua nuova sede in piazza Duomo a Milano: “Alle città d’Italia”, questo il nome prescelto, assai più casalingo di “La Rinascente”, nome che poi, dopo il 1917, complice Gabriele D’Annunzio, la catena di vendita assumerà¹⁵. “Non vi è ricca metropoli – scrive Mario Morasso nel 1903 – dove i grandi magazzini non siano sorti e prosperati, adunando in un sol centro le sparpagliate attività commerciali, quantità diverse e stupefacenti di mercanzie, centinaia di venditori e la folla multipla e mutevole dei compratori.”¹⁶ Morasso coglie con acuta anticipazione la nascita di un mercato di massa che impone una diversa organizzazione dei sistemi di vendita, messo al pari di un sistema produttivo industriale: “Per la sua stessa esistenza il grande magazzino deve vendere molto, moltissimo quotidianamente a contanti, contentandosi di un lievissimo guadagno per vincere la concorrenza, per vendere deve molto profittare di ogni forma di *réclame*, deve offrire sempre le maggiori combinazioni al cliente; di qui la necessità di accettare tutte le innovazioni che accrescono i comodi, come ascensori, scale e rampe mobili, trasporti meccanici a domicilio eccetera, e il lusso come luminazione abbagliante, decorazione fastosa, ma anche di crearne, di studiarne sem-

7. Serafino Macchiati,
L'amant et la maitresse
(illustrazione da P. Bourget,
Un crime d'amour, 1898)

8. Serafino Macchiati,
Premier rendez-vous
(illustrazione da P. Bourget,
Un crime d'amour, 1898)

9. Pompeo Mariani,
Cena elegante a Montecarlo,
1911

pre di nuove [...]”¹⁷. Gli stabilimenti Bocconi rappresentano per l'Italia la riprova di tale innovativo processo di industrializzazione del commercio. Questo corrispose non solo all'apertura di sedi in tutta Italia, da quella di Napoli, inaugurata nel 1880, in evidente concorrenza con la catena dei fratelli Mele, a quelle di Roma, Genova, Bologna, Palermo o Bari, ma estendendo progressivamente con successo le categorie delle merci in vendita, così da aggiungere agli articoli connessi all'abbigliamento i mobili, gli articoli per la casa, gli strumenti musicali, le macchine da cucire e altro ancora.

Alla nostra epoca dobbiamo dunque associare, come si è visto, la diffusione della *réclame*, del manifesto pubblicitario come veicolo di comunicazione di usi e mode che si diffondono nel mondo della borghesia; per l'Italia dobbiamo registrare un evidente ritardo, riconducibile ai differiti tempi, rispetto ad altre nazioni, dello sviluppo capitalistico. Ancora una volta ricorriamo alle pagine di “Emporium”: confuso, tra le varie notizie, compare nel 1896 un breve articolo a firma di Vittorio Pica, *Per la gioia degli occhi*¹⁸. Si tratta, a dispetto del titolo, di una breve recensione di un manifesto di Giovanni Mataloni che, incollato sui muri delle piazze e delle strade di Napoli, magnificava i vantaggi della società per l'incandescenza del gas, cartellone che Pica considera uno dei primi esempi di “questa seducente forma d'arte, volta a volta, elegante e bizzarra, ma sempre affatto moderna”, tale da competere con la produzione di pubblicità di altri paesi¹⁹. L'importanza della cartellonistica era ben presente a Pica che, proprio sulle pagine della rivista, avviava un'attenta disamina dei manifesti illustrati nei vari paesi europei. Gli esempi della cartellonistica italiana spingevano il critico a un invito affinché “i nostri maggiori industriali e i nostri maggiori commercianti aprissero concorsi per i loro periodici cartelloni, che guadagnerebbero non poco d'efficacia a essere eseguiti con intelletto”²⁰.

Non senza ragioni si è soliti accostare i grandi magazzini a un altro dei miti degli anni della Belle Epoque, vale a dire quelle manifestazioni espositive che hanno segnato la seconda metà dell'Ottocento e il primo decennio del nuovo secolo con diverse caratterizzazioni, da quelle settoriali a quelle definite universali; e, anzi, si è voluto vedere nei primi una versione ridotta di queste, mettendo in risalto, certo in maniera riduttiva, un filo rosso che segue l'aspetto commerciale e produttivo.

Eppure le esposizioni universali appaiono, con le loro architetture effimere, costruite impiegando nuovi materiali, straordinari apparati, vere e proprie macchine per divulgare le novità della scienza e della tecnica. Merci e prodotti esibiti in mostra si dispongono secondo un preciso ordine classificatorio e, tuttavia, prefigurano nuovi modelli di consumo, sperimentano valori e simboli nelle forme e nei materiali degli oggetti, educano a un nuovo universo comunicativo. Recenti studi hanno giustamente messo in evidenza le retoriche persuasive che sottendono le esposizioni universali, basate sul numero di visitatori, sulle estensioni dei padiglioni, sulle altezze raggiunte, sulle innovazioni tecniche introdotte. Possiamo dire che tali retoriche hanno contribuito, e non in parte trascurabile, all'equazione che vede la Belle Epoque come grandiosa metafora del progresso e della tecnica²¹.

Per l'Italia occorre ricordare l'Esposizione Nazionale Industriale e Artistica inaugurata a Milano nel 1881 che, come qualcuno ha giustamente notato, mette insieme, proprio nella stessa sigla, l'idea che entrambe le categorie potessero rispondere a un'idea produttiva e potessero in ogni caso essere offerte a potenziali fruitori o consumatori sempre più estesi. A questa seguono, sempre a Milano, nel 1894 le Esposizioni Riunite che, già nel titolo, rendevano esplicita l'intenzione di affiancare prodotti provenienti da ambiti differenti. A Milano il culmine di tali occasioni effimere sarà senz'altro l'Esposizione del 1906, che festeggia l'apertura del traforo del Sempione.

Interessa in questa sede segnalare un altro aspetto ancora non sufficientemente indagato: sappiamo, sulla base di testimonianze documentarie, che molti artisti italiani hanno visitato le esposizioni universali, in particolare quelle realizzate a Parigi, anzi, è assai probabile che per alcuni questa sia stata l'occasione di un primo contatto con la capitale francese. Non dobbiamo infatti dimenticare che ampio spazio era dato alle rassegne d'arte allestite dalle nazioni partecipanti: la selezione degli artisti e delle opere era demandata a commissioni appositamente nominate dai singoli governi.

A corroborare la nostra tesi, possiamo citare alcune coincidenze di date: Giovanni Boldini si reca a Parigi nel giugno del 1867 e visita in quella data l'Esposizione organizzata al Campo di Marte; sappiamo altresì che Giuseppe De Nittis compie il suo primo viaggio nella capitale d'oltralpe nell'estate del 1867, e sembra difficile che non abbia avuto l'opportunità di recarsi all'Esposizione aperta proprio in quei mesi.

Entrambi avranno l'opportunità di affermare la propria presenza nelle esposizioni successive: De Nittis consacra la sua fama all'Esposizione del 1878 con ben dodici opere e per queste riceve varie onorificenze. Ancora più determinante appare il ruolo di Boldini che sarà presidente della sezione italiana delle Belle Arti e che ne determinerà le scelte non senza polemiche all'Esposizione del 1889, dove presenta numerose opere "riputate – come leggiamo nelle dispense di Sonzogno – degne dal giuri dei massimi onori"²². Ma la selezione italiana non sembra davvero esente da critiche se nello stesso articolo si afferma che Boldini "era il solo artista italiano che ha stabile dimora a Parigi che fosse rappresentato all'Esposizione in modo condegno e dell'occasione solenne e della sua fama". L'artista sarà nuovamente premiato per la sua partecipazione nella sezione italiana presente al Grand Palais nel 1900.

Se le strategie che presiedono alle presenze e alle esclusioni degli artisti nelle esposizioni universali meriterebbero una riflessione più approfondita, ci si limita qui a sottolineare che, come occasione espositiva, certamente quest'ultima attiravano l'attenzione di molti artisti; e tale attenzione, probabilmente, andava oltre le sezioni artistiche e non poteva non estendersi alle stimolazioni visive che questi grandi empori della modernità offrivano. Ne è un significativo esempio un breve racconto di Vittorio Matteo Corcos, *Sulla torre Eiffel*, ambientato proprio su una delle più emblematiche realizzazioni tra quelle costruite per l'Esposizione del 1889: vi si descrive, infatti, l'esperienza della salita in ascensore sulla vetta del monumento: "Non si vedeva che uno spaventevole incrociarsi di verghe metalliche moltiplicantesi in migliaia di combinazioni; una vera pioggia di aghi giganteschi gettati alla rinfusa in un pozzo di proporzioni colossali. E nella impetuosità della corsa, tutto quel ferro filato prendeva forme strane, bizzarre, componendo le più svariate forme lineari, ora serrate così da non lasciare vedere il cielo che attraverso una intricatissima rete, ora lasciando libero improvvisamente un bello spazio di luce, che pareva respiro"²³. Ben diverso dalle cronache del tempo, che magnificavano lo "spettacolo meraviglioso" offerto "al coraggioso che ascende fino alla cima"²⁴, tale racconto di Corcos è piuttosto il resoconto di un'esperienza percettiva, senza precedenti, di una sorta di viaggio nei paesaggi inesplorati che le conquiste della tecnica, dall'uso dei nuovi materiali costruttivi come il ferro alla velocità consentita dall'ascensore, offre allo spettatore moderno. Non sembra certo possibile attribuire a questo brano un significato di anticipazione di più innovative esperienze artistiche – e d'al-

10. Federico Zandomenighi,
*In bicicletta o Le repos
des bicyclettes*,
(1896)

11. Aleardo Villa,
Fratelli Bocconi Milano,
1900

tra parte Corcos fu attento a restituire nelle sue tele, venate di un'atmosfera di romanticismo, visioni di modernità costruite con un taglio palesemente fotografico; limitamoci dunque a considerare il fatto che la Belle Epoque, nella sua dimensione di progresso, sia stato un momento di profonde modifiche proprio nei modi della percezione sensoriale.

A partire dall'Esposizione Universale di Parigi del 1889, è l'elettricità ad attirare la curiosità del grande pubblico: essa trasferisce in un'immagine di grande evidenza la realtà dello sviluppo industriale che negli ultimi decenni dell'Ottocento aveva massicciamente investito l'Europa e il America del Nord. La trasfigurazione dell'elettricità in metafora del progresso trova la più compiuta espressione nel Palais de l'Electricité, costruito nel 1900 al centro del Champ-de-Mars, illuminato di notte da cinquemila lampade multicolori. Il palazzo è preceduto da una monumentale fontana che, con i suoi giochi d'acqua investiti da un'illuminazione potente, offre al grande pubblico uno spettacolo prima riservato solo alle grandi corti. Le allegorie si sprecano: alla sommità della facciata il Genio dell'Elettricità su un carro trainato da ippogrifi impugna la fiaccola del progresso e, come se non fosse sufficiente, nella vasca della grande fontana un gruppo di figure, allegoria dell'umanità, procede verso l'avvenire e spinge tra le schiume delle cascate due Furie poste a impersonare il passato. Il Palais de l'Electricité rende esplicito un nuovo universo della percezione: da questo momento qualsiasi edificio, qualsiasi immagine urbana, si presenterà in una doppia veste, la prima diurna, la seconda ravvivata dalla luce artificiale, in uno sdoppiamento in cui quest'ultima sembra prevalere nei molti scenari di modernità che la Belle Epoque ci riserva. A conferma dell'attrazione esercitata da spettacoli consimili, proprio nel 1900 Giacomo Balla, in visita all'Esposizione Universale di Parigi, celebrava il tripudio di luce del Luna Park, ambientandovi l'immagine di una folla variegata.

La visione di una Parigi notturna appare in tutta la malia dei fantasmagorici bagliori negli sfondi dei dipinti che Lionello Balestrieri dedica alla vibrante umanità della metropoli²⁵, dagli effetti della luce artificiale sugli abiti degli avventori di *Brasserie à Montmartre* e di *Café du Chat Noir à Pigalle*, fino ai drammatici controluce di *I lavori della metropolitana a Parigi*. Se citiamo questo artista, che ha nella sua biografia un lungo soggiorno parigino, è proprio per l'emblematica concezione della scena urbana notturna, tutta giocata sugli effetti dell'illuminazione artificiale. E anzi, proprio l'ambientazione notturna rende più pulsante e attimale la descrizione della società Belle Epoque, anche qui con un'angolazione non lontana dall'immagine fotografica. Incisore di successo, Balestrieri diffonderà in alcune opere eseguite all'acquaforte colorata l'immagine intrisa di decadente romanticismo e dal forte sapore letterario, di un bacio tra due amanti: ciò che ai nostri fini appare determinante è che la scena d'amore abbia come sfondo il panorama della grande metropoli brulicante di luci, provenienti dalle case, dalle strade, dai monumenti. I contorni della città sfumano nel buio della notte, anzi, Balestrieri si ingegna nel trasferire in sede incisoria l'impressione indefinita delle mille luci che costruiscono il nuovo paesaggio urbano. Anche in questo caso l'invenzione tecnica trapassa in una nuova sensibilità visiva: "La grande città non conosce alcun vero crepuscolo della sera: l'illuminazione artificiale gli sottrae in ogni caso il suo lento trapassare nella notte. È frutto della stessa circostanza il fatto che le stelle spariscono dal cielo della grande città: non c'è nulla che si noti meno del loro sorgere"²⁶. La tradizionale aura romantica del paesaggio notturno non è più possibile per l'abitante della metropoli. Anche per un triestino come Pietro Lucano, non sarà dissimile l'esigenza di trasmettere l'inquietudine notturna tramite moderni e suggestivi effetti di luce artificiale.

Gli anni della Belle Epoque sono segnati anche dalla rapida evoluzione dei mezzi di trasporto: l'apertura di nuove vie di comunicazione, l'espansione delle strade ferrate – abbiamo già ricordato per l'Italia l'apertura nel 1906 del traforo del Sempione –, lo sviluppo della navigazione a vapore. A tutto questo dobbiamo poi aggiungere l'affermazione dell'automobile, resa possibile dall'applicazione del motore a scoppio. In Italia lo sviluppo dell'industria automobilistica farà la sua apparizione nel 1899, con la creazione della Fiat, cui se-

guirà nel 1902 la Lancia; e se nel 1903 nel nostro Paese circolano solamente 1300 autovetture, tale scenario cambia solo nel 1913, quando Henry Ford introduce nei suoi stabilimenti di Detroit la produzione delle automobili basata sul sistema della catena di montaggio. Occorre dire che l'automobile resta nel primo decennio del Novecento ancora un oggetto di lusso, destinato a una ristretta *élite*; scatenata piuttosto l'interesse sportivo: la prima corsa automobilistica si tiene nel 1894. Nel 1906 l'industriale palermitano Vincenzo Florio crea la targa Florio, una gara che oltrepassa l'avvenimento sportivo per diventare occasione mondana di rilievo internazionale. Come è noto una grande eco avrà il trionfo di una vettura italiana, l'*Itala*, guidata dal principe Scipione Borghese e dal giornalista, inviato del "Corriere della Sera", Luigi Barzini nel raid Pechino-Parigi. La stessa iconografia Belle Epoque attestata per l'automobile conferma – basti pensare al Balestrieri di *Andando a teatro* (1910-1911) o al Bonzagni di *Londra sotto la pioggia* (circa 1912) – il progressivo scivolare verso la modernità: l'automobile deve la sua "adozione nella ricerca del nuovo e della comodità dei benestanti" e in quanto "carrozza senza cavalli" si può ben prestare alle occasioni di mondanità o a più confortevoli passeggiate e ancora si presenta come "oggetto di lusso e di sport"²⁷. Di qui il passo è breve affinché al nuovo veicolo si associ il mito della velocità, ma per questo dovremo attendere una nuova generazione di artisti.

Negli anni della Belle Epoque, tuttavia, non ci si sposta solo in automobile o in treno, ma anche con il vapore: la storia parla infatti di ampi flussi di migrazioni che vedono grandi masse lasciare l'Europa per le Americhe alla ricerca di fortuna, o di più dignitose condizioni di vita. La nave, vero e proprio "palazzo galleggiante", diventa lo specchio di una società dove classi diverse condividono l'esperienza del viaggio per mare, eppure secondo precise gerarchie: i ponti alti riservati alle sale di rappresentanza e agli alloggi delle prime classi; quindi, secondo una rigorosa disposizione verticale, gli spazi destinati alle classi inferiori, per terminare nei ponti più bassi con i dormitori per gli emigranti. Al mito delle grandi velocità raggiunte nella navigazione, alla retorica delle dimensioni monumentali, si coniuga una strategia d'immagine e di competizione tra le grandi compagnie, che profonde lusso e sfarzo nei ponti alti, negli arredi tratti dai più diversi stili storici, nelle piscine coperte traboccanti di marmi, ricche di confort d'ogni genere²⁸. La stessa retorica non dimenticava neppure il passeggero delle classi inferiori, anch'esso investito dalla modernità, che poteva compiere il viaggio tra Napoli e Boston in dodici giorni, spendere 170 lire e, finalmente, dormire non più in ambienti privi di ogni requisito igienico-sanitario, ma in "camerini areati e riscaldati ed elettricamente illuminati"²⁹.

La Belle Epoque, infine, si associa alle maggiori occasioni di divertimento e a una certa disponibilità di tempo libero, ai soggiorni nei grandi alberghi che sorgono nelle grandi capitali o nelle località di vacanza, da Cannes e Biarritz e Marienbad, da Montecarlo alla riviera italiana. Risale infatti alla bella epoca l'invenzione della tipologia del grande albergo, costruzione isolata e monumentale, sovraccarica di decorazioni, che offre al suo interno, nel microcosmo dei saloni e degli appartamenti, tutti i confort della modernità. Ancora una volta è Mario Morasso a prefigurare nella nascita della nuova industria del turismo e dei grandi alberghi i segni di mutati bisogni e comportamenti: "Circondato da un lusso regale, accontentato in tutti i suoi raffinati desideri, liberati da tutte le infinite materiali materiali, obbedito con impeccabile correttezza al più piccolo cenno, disponendo delle comodità più rare e costose nell'immenso e sontuoso hotel ove alloggia sia che si rechi in una grande città, sia che soggiorni in un ritrovo alla moda, sia che ascenda qualche vetta famosa, il moderno viaggiatore è inconsapevole della colossale opera compiuta per poter apprestare una siffatta ospitalità, non ne sente già più la novità recentissima e non si avvede dei profondi mutamenti che essa ha provocato nelle sue abitudini, nelle sue preferenze, nei suoi gusti"³⁰.

12. Lionello Balestrieri,
*I lavori della metropolitana
di Parigi*,
(1902)

13. Lionello Balestrieri,
Brasserie à Montmartre,
(1906)

14. Pietro Lucano,
Verso il veglione,
(1909)

¹ D. Lejeune, *La France de la Belle Époque*, Parigi 2007.

² Si veda a tale proposito: *Le belle époque l'ingannevole euforia di un quindicennio della storia d'Europa*, Milano 1977.

³ D. Lejeune, *La France...*, cit., p. 126.

⁴ A-P. Quinsac, *Il culto delle immagini. Gli artisti italiani e la rappresentazione della borghesia europea: 1860-1922*, in A-P. Quinsac (a cura di), *La borghesia allo specchio. Il culto dell'immagine dal 1860 al 1920*, catalogo della mostra (Torino, 26 marzo-27 giugno 2004), Cinisello Balsamo 2004, pp. 11-41.

⁵ Si veda F. Dini, *Dalla "macchia" alla Belle époque: il geniale virtuosismo di Boldini*, in F. Dini, F. Mazzocca, C. Sisi (a cura di), *Boldini*, catalogo della mostra (Padova, Palazzo Zabarella, 11 gennaio-29 maggio 2005), Padova 2005, pp. 17-37.

⁶ V. Pica, *La pittura all'Esposizione di Parigi*, vol. IV, *Il Belgio, l'Olanda, la Germania, l'Austria, la Svizzera, la Spagna, l'Italia ed il Giappone*, in "Emporium", XIII, 76, aprile 1901, pp. 243-262; le note dedicate alla presenza italiana sono alle pp. 255-260.

⁷ V. Pica, *L'arte mondiale alla VI Esposizione di Venezia*, Bergamo 1905, p. 125; si veda inoltre F. Mazzocca, *Il genio inafferrabile di Boldini e la sua inarrestabile ascesa*, in F. Dini, F. Mazzocca, C. Sisi (a cura di), *Boldini*, cit., pp. 39-55, che cita questo passaggio di Pica e segnala anche considerazioni di analogo segno in: M. Morasso, *L'imperialismo artistico*, Torino 1903.

⁸ E. Angiuli, *De Nittis, pittore della bellezza fuggitiva*, in E. Angiuli, K. Spurrel, *De Nittis e Tissot. Pittori della vita moderna*, catalogo della mostra (Barletta, Pinacoteca Giuseppe De Nittis, 12 marzo-2 luglio 2006), Milano 2006, pp. 24-33.

⁹ C. Baudelaire, *Il pittore della vita moderna*, in C. Baudelaire, *Opere*, Milano 1996, p. 1283. *Le peintre della vie moderne* fu pubblicato in tre parti su "Le Figaro" nel 1863.

¹⁰ W. Benjamin, *Das Passagenwerk*, Frankfurt am Main 1982 (ed. it. W. Benjamin, *I "passages" di Parigi*, a cura di E. Ganni, Torino 2000, p. 474).

¹¹ V. Pica, *I giovani illustratori italiani: Serafino Macchiatì*, in "Emporium", XX, 118, ottobre 1904, pp. 293-306.

¹² *Storia del velocipede*, in "Emporium", I, 4, aprile 1895, pp. 302-311.

¹³ Ivi, p. 397.

¹⁴ W. Benjamin, *I "passages"...*, cit, p. 66.

¹⁵ G. Guerzoni, *I grandi magazzini Bocconi, tempio della modernità*, in *Il Mondo nuovo. Milano 1890-1915*, catalogo della mostra (Milano, Palazzo Reale, 10 novembre 2002 - 28 febbraio 2003), Milano 2002, pp. 190-203.

¹⁶ M. Morasso, *Le trasformazioni della grande industria*, in "Emporium", XVIII, 106, ottobre 1903, pp. 295-310 (la citazione è a p. 301).

¹⁷ Ivi, p. 302.

¹⁸ V. Pica, *Per la gioia degli occhi*, in "Emporium", III, 1, gennaio 1896, pp. 75-76.

¹⁹ Ivi, p. 76.

²⁰ V. Pica, *Attraverso gli albi e le cartelle. I cartelloni illustrati in Germania, in Austria, in Russia, in Scandinavia, in Italia, ecc.*, in "Emporium", III, 1, 1896, pp. 208-232.

²¹ L. Aimone, C. Olmo, *Le Esposizioni universali 1851-1900*, Torino 1990; in particolare si vedano i capitoli *Le esposizioni nello specchio delle esposizioni*, pp. 13-49, e *Il fine oltre l'opera d'arte*, pp. 174-198.

²² *La pittura italiana*, in "L'Esposizione di Parigi del 1889 illustrata", dispensa 67, 1889-1890, p. 531.

²³ V.M. Corcos, *Mademoiselle Leprince*, Livorno 1901, pp. 73-74. L'importanza di questo passo di Corcos è stata segnalata da V. Farinella, *Vittorio Corcos, pittore alla moda*, in "Nuovi Studi Livornesi", VI, 1998, pp. 83-120.

²⁴ *La torre Eiffel*, in "L'Esposizione di Parigi del 1889 illustrata", dispensa 4, 1889-1890, p. 26.

²⁵ A. Marabottini, *Lionello Balestrieri. La vita e l'opera*, in A. Marabottini (cura di), *Lionello Balestrieri (Cetona 1872-1958)*, catalogo della mostra (Cetona-Firenze, luglio-novembre 2000), Firenze 2000, pp. 15-82.

²⁶ W. Benjamin, *I "passages"*, cit., p. 375.

²⁷ Le citazioni sono tratte da *Le novità della scienza: carrozze senza cavalli*, in "Emporium", III, 1, gennaio 1896, pp. 66-72.

²⁸ D. Riccesi, *Il palazzo galleggiante*, in "Rassegna", XII, 44, dicembre 1990, pp. 13-29.

²⁹ J. La Bolina, *L'industria moderna dei trasporti: il vapore da passeggeri*, in "Emporium", XVIII, novembre 1903, pp. 383-399.

³⁰ M. Morasso, *Le trasformazioni...*, cit., p. 295.