



Enthymema XXIV 2019

Per un lessico della propaganda barocca:  
il *Kitsch*

Alessandro Metlica

Università degli Studi di Padova

**Abstract** – Il saggio discute la categoria di *propaganda barocca*, motivandone l'anacronismo e mettendone in luce il potenziale euristico. Attraverso l'esame di alcuni celebri paradigmi critici (la ragion di Stato di Michel Foucault, il capitale simbolico di Pierre Bourdieu, la sfera pubblica di Jürgen Habermas), si individuano i caratteri peculiari della costruzione del consenso nell'Europa del XVII secolo: l'intermedialità, la produttività, l'asistematicità. Con lo scopo di allestire un lessico critico che inquadri il fenomeno, l'articolo discute inoltre il concetto di *Kitsch*. L'analisi, che si concentra sul ciclo pittorico di Peter Paul Rubens al Luxembourg e sull'*Adone* di Giovan Battista Marino, mira a definire il ruolo che la mitologia pagana assume nella rappresentazione del potere di Antico regime.

**Parole chiave** – Antico regime; Capitale simbolico; Ragion di Stato; Mitologia; Panegirico.

**Abstract** – This paper focuses on *baroque propaganda*, and it justifies the anachronism of such category by bringing its heuristic potential to light. Through the analysis of some well-known models (Michel Foucault's *raison d'état*, Pierre Bourdieu's symbolic capital, Jürgen Habermas's open sphere), the paper points out the main features of consensus building in 17<sup>th</sup>-century Europe: intermediality, productivity, asystematicity. Aiming at compiling a lexicon of baroque propaganda, the paper also focuses on the concept of *Kitsch*. The inquiry primarily concerns the painted cycle of Peter Paul Rubens at the Luxembourg palace and the poem *Adone* by Giovan Battista Marino. The goal is to define the role played by ancient mythology in the representation of Ancien Régime political power.

**Keywords** – Ancien Régime; Symbolic Capital; National Interest; Mythology; Panegyric.

Metlica, Alessandro. "Per un lessico della propaganda barocca: il *Kitsch*". *Enthymema*, n. XXIV, 2019, pp. 6-16.

<http://dx.doi.org/10.13130/2037-2426/11137>

<https://riviste.unimi.it/index.php/enthymema>



Creative Commons Attribution 4.0 Unported License  
ISSN 2037-2426

# Per un lessico della propaganda barocca: il *Kitsch*

Alessandro Metlica  
Università degli Studi di Padova

## 1. *Barocco, propaganda*

*Propaganda barocca* è di per sé un'espressione equivoca. Sia *barocco*, che in passato è stato al centro di dibattiti accesi e spesso fuorvianti, sia *propaganda*, che non può che ricondurre, almeno in prima battuta, alla costruzione del consenso da parte dei regimi novecenteschi, sono infatti termini soggetti a fraintendimenti. Se l'aggettivo può sembrare generico, il sostantivo appare sin troppo connotato; accostandoli, si corre il rischio di un cortocircuito tra l'oggetto della ricerca e il suo spettro cronologico. Discende da qui la necessità, per chi si proponga di enucleare i caratteri della *propaganda barocca*, di definire in via preliminare il proprio campo d'indagine.

Nessuno più ritiene, auspicabilmente, che *barocco* sia una categoria universale dello spirito, valida per ogni tempo e ogni dove, come teorizzavano non solo Heinrich Wölfflin e Eugenio d'Ors, ma pure l'insospettabile Ernst Robert Curtius (che però preferiva la parola *manierismo*). I principi formali individuati da questi studi, in arte come in letteratura, denotano senz'altro una linea di faglia; oggi, però, riconosciamo questa frattura nella cronistoria della civiltà europea, e vediamo nelle coppie polari di Wölfflin (pittorico/lineare, molteplicità/unicità, etc.), o nelle figure retoriche intenzionalmente oscure additate da Curtius, i segni di un'estetica che si dà in una congiuntura storica precisa. *Barocco*, dunque, indica uno stile d'epoca: uno stile architettonico, figurativo e letterario ma, prima ancora, uno stile di pensiero, una peculiare *Weltanschauung* che è egemone in Europa nel periodo 1580-1690, sia pure con gli inevitabili sbalzi che comporta l'adozione di una geografia continentale.<sup>1</sup>

Il concetto di *propaganda*, però, è estraneo a questa fase storica. Benché la parola si affermi proprio nella prima metà del Seicento, a partire dalla fondazione, nel 1622, della congregazione *De propaganda fide*, a quell'altezza il termine significa tutt'altro. *Propaganda* è il gerundivo femminile del verbo latino *propagare*: il dicastero pontificio nasce «per diffondere la fede», non certo «per la propaganda della religione». Perché delle apposite istituzioni propugnino in modo capillare una certa idea del potere bisognerà attendere, appunto, il XX secolo; e anche un'archeologia meno severa di questa nozione, che risalga dalla fabbrica del consenso (Lippmann) alla psicologia delle folle (Le Bon) e di lì sino alle prime forme di opinione pubblica,<sup>2</sup> non può spingersi – pena l'anacronismo capzioso – oltre gli ultimi anni del Settecento, quando, nei feroci dibattiti che accompagnano la rivoluzione francese, *propaganda* piega infine verso l'accezione moderna (Schieder e Dipper). Nell'Europa barocca, dunque, la propaganda semplicemente non esiste.

Ciò che è esistito in Occidente sin dall'antichità greco-romana è il problema del consenso, specie per ciò che concerne il ruolo assunto dalla cultura nel rapporto tra potere e società. Da

<sup>1</sup> Va da sé che, in simili casi, la cronologia è sempre opinabile (Burke, *The Fabrication of Louis XIV* 3). Bisognerebbe del resto ragionare non sulle singole date, ma su «fasce» di anni relativamente omogenee (Maravall 13). Per una sintesi esemplare, che dà conto di questi scarti in prospettiva europea, si veda Battistini.

<sup>2</sup> Mi riferisco in primo luogo al dibattito circa il concetto di *Öffentlichkeit*, dal classico di Habermas del 1962 sino a contributi recenti, più circoscritti (ad esempio Childers).

## Per un lessico della propaganda barocca: il *Kitsch*

Alessandro Metlica

questo punto di vista, il barocco coincide senz'altro con un radicale cambio di paradigma. Se nella prima metà del Cinquecento il legame tra politica e cultura tende a ricalcare i moduli già noti del mecenatismo, nelle ultime decadi del secolo l'approccio dell'autorità alla questione del consenso muta profondamente. Il consenso, infatti, diviene qualcosa che va costruito, ingaggiando – e non sovvenzionando soltanto, come era avvenuto nel Rinascimento – schiere di poeti e di artisti. «Tutti i poteri riconoscono l'utilità dell'impiego dei poeti e se ne servono: i poeti agiscono sull'opinione pubblica, la fanno e la disfanno» (Maravall 119).

Ne deriva una campagna di manipolazione, orchestrata tanto dalla Chiesa quanto dalle case regnanti, che mira alla conservazione sociale, e che abbraccia entrambi gli ambiti, autonomi ma complementari, della *ville* e della *cour* (Auerbach). Se da un lato tale campagna rinsalda i privilegi nobiliari sul popolo, dall'altro compatta l'aristocrazia attorno alla figura del re. Abbiamo a che fare, in ambedue i casi, con un pubblico più ampio e smalzato che in passato: parallelamente all'esodo delle popolazioni rurali verso le città, che porta alla larga diffusione di una cultura medio-bassa, le schiere dei cortigiani presso le capitali europee si fanno via via più fitte, così che pure le pratiche culturali della nobiltà aumentano e si diramano, sino a sfociare nei rituali onnipervasivi di Versailles.

È a questa opera di persuasione che mi riferisco adoperando, sia pure con le avvertenze di cui si è detto, il termine *propaganda*. Connotando questa *propaganda* come *barocca*, intendo rimarcare la specificità del fenomeno, inedito non soltanto per le sue dimensioni, ma anche e soprattutto per i caratteri che gli sono propri, e che riguardano in via esclusiva l'Europa della congiuntura 1580-1690. Questi caratteri mi sembrano raggruppabili, in prima istanza, nelle tre categorie di *intermedialità*, *produttività* e *asistematicità*.

### 2. *Intermedialità, produttività, asistematicità*

Che la ricerca del consenso nel XVII secolo sia intrinsecamente *intermediale* è un dato piuttosto intuitivo. Senza che vi sia bisogno di attingere agli stereotipi che hanno fatto del barocco la culla della moderna società delle immagini, è indubbio che tra Cinque e Seicento l'elogio del potere avochi a sé ogni linguaggio, ampliando il ventaglio dei propri mezzi come mai accaduto in passato. Alla rappresentazione dell'autorità concorrono non solo la poesia, le arti, il teatro e la musica, ma pure le intersezioni drammatiche che nascono o si affermano, tra XVI e XVII secolo, a cavaliere dei generi maggiori: la pastorale e il melodramma, gli intermezzi, i balletti e i tornei, e ancora le feste di corte scandite dalle performance delle fontane e dei fuochi di artificio.

Mai feste e cerimonie sono state tanto frequenti e capillarmente diffuse, tanto fastose, ricche di apparati, ideologicamente elaborate come in questi anni: strumento privilegiato dell'assolutismo politico, della pedagogia religiosa controriformista, vitalissimo campo di sperimentazione dei diversi linguaggi artistici e delle tecniche retoriche. (Carandini 12)

A riprova di ciò, i resoconti che fissano sulla pagina l'entrata trionfale del re in una città, la processione festiva di un governo repubblicano, gli sposalizi dinastici o i genetliaci dei principi includono spesso magnifiche incisioni, che instaurano un dialogo con la relazione in prosa o con i versi d'encomio che la accompagnano. Ne deriva un sistema iconografico aperto, che si interfaccia con i quadri e gli arazzi, le monete e le medaglie che esaltano lo statuto del monarca, del patriziato o dell'aristocrazia. Simili pubblicazioni – *feste di carta* o, in inglese, *festival books* – non si limitano a dare testimonianza dell'evento, ma si propongono di rimetterlo in scena (o per così dire 'in testo'), al fine di coinvolgere pienamente il lettore nell'elogio del potere (Boulduc).

## Per un lessico della propaganda barocca: il *Kitsch*

Alessandro Metlica

La *produttività* della propaganda barocca non è una categoria altrettanto evidente, specie perché è offuscata dalla fama di istituzioni come l'Inquisizione o, sul fronte laico, dalla gestione cruenta e spettacolare della giustizia: stando alla vulgata, roghi, impiccagioni e autodafé sarebbero gli strumenti di controllo più comuni nei secoli di Antico regime. Invece, a dispetto dell'utilizzo anche frequente della censura e della tortura, il fine principale della propaganda barocca non è la repressione del dissenso. L'assolutismo in ascesa mira infatti, in primo luogo, a integrare i diversi corpi sociali, a neutralizzare le voci critiche includendole nella propria sfera di valori. In altre parole, la propaganda barocca non si identifica con la negazione, bensì con la *produzione* di un capitale simbolico: un immaginario comune capace di riassorbire le deviazioni e i contrasti, «il quale fa sì che ci si inchini davanti a Luigi XIV, che gli si renda omaggio, che egli possa dare ordini e che quegli ordini siano eseguiti, che egli possa declassare, degradare, consacrare, ecc.» (Bourdieu, *Ragioni pratiche* 144).

A differenza di quanto abitualmente si ritiene, inoltre, tale capitale simbolico non è l'esito di un'operazione *sistematica*, condotta cioè in maniera coerente a sostegno di determinati principi. L'autorità barocca si affida piuttosto a una rappresentazione eccessiva, aggressiva, in cui l'argomentazione è scalzata dall'eccitazione e dallo stupore dello spettacolo. Non si tratta di difendere in modo puntuale una linea di pensiero, bensì di colpire, di affascinare il pubblico. Lo scopo non è educare lo spettatore, né appare sufficiente impartirgli un qualche decalogo; bisogna invece avvincerlo, conquistarlo, sedurlo, per integrarlo infine in una data visione del mondo. Detto altrimenti, l'encomio del potere non si sviluppa con ordine, lungo i binari prescritti dal principio retorico del *docere*, ma ambisce all'empatia e alla commozione violenta, secondo i dettami di quella 'fabbrica degli affetti' che è la declinazione barocca del *movere* della retorica classica.<sup>3</sup>

Quanto detto valga a scansare il rischio, che sempre si corre studiando il nesso tra cultura e potere, di cadere nel calderone della microfisica pseudo-foucauldiana, dove ogni sapere è asservito, ogni pensiero incatenato, e ogni cosa si muove nell'ombra lunga e sinistra dell'autorità.<sup>4</sup> È bene ribadire che non esiste potere capace di falsificare il patrimonio iconico di un'intera civiltà, e che nessuno spettatore, per quanto sedotto dalla rappresentazione, è mai ipnotizzato e impotente. Certo, l'assolutismo fomenta lo spettacolo e tenta di incanalarlo per i propri fini; ma non si tratta di fantasmagorie che uno spietato burattinaio cali, dall'alto, in un teatro di marionette. L'educazione delle élites barocche, in cui la padronanza della retorica svolge, in accordo all'eredità umanista, un ruolo di primissimo piano, lascia anzi immaginare che simili pratiche fossero vissute con consapevolezza da una buona parte del pubblico.

Più che alla coercizione e al dominio, dunque, la propaganda barocca si apparenta alla credenza collettiva, perché nasce dall'empatia tra dominato e dominante (Bourdieu, *Méditations pascaliennes* 185-87). Le immagini del potere germogliano dal basso, dalla fede che l'ordine gerarchico dell'assolutismo sia naturale e legittimo. Poemi e ritratti, feste e cerimonie mettono in scena la devozione che i sudditi avvertono in quanto sudditi, e ne esibiscono i segni.

Le questioni sollevate nelle ultime righe richiedono una precisazione. Con ogni evidenza, la vulgata cui si è fatto cenno ha poco a che spartire con il pensiero di Michel Foucault, dove la positività e la performatività sono, al contrario, due tratti essenziali del potere (tra i molti esempi possibili, si vedano almeno Foucault, *La volontà di sapere* 81-87; e *Microfisica del potere* 12). Vero è tuttavia che, per Foucault, le costruzioni discorsive del potere, seppur *produttive*, sono per certi versi *sistematiche*, perché frutto «di una dinamica delle forze e delle tecniche razionali» che, nella lettura offerta dal corso al Collège de France del 1978, viene fatta risalire proprio

<sup>3</sup> Parafraeso il titolo dell'importante volume di Carei, *La fabbrica degli affetti* (2010), che pur non indagando la produzione encomiastica ragiona, nello specifico, della ricezione delle immagini in epoca barocca.

<sup>4</sup> Una panoramica su questa vulgata, che ovviamente non va riferita né all'autore né tanto meno a Foucault, è offerta da Agamben.

## Per un lessico della propaganda barocca: il *Kitsch*

Alessandro Metlica

all'epoca barocca (Foucault, *Sicurezza, territorio, popolazione*). La tesi di fondo concerne una delle celebri *discontinuità* foucauldiane:

Quel che ho voluto mostrare è come, a partire dal XVII-XVIII secolo, c'era stato realmente uno sblocco tecnologico della produttività del potere. [...] Queste nuove tecniche sono al tempo stesso molto più efficaci e molto meno dispendiose (meno costose economicamente, meno aleatorie nel loro risultato, meno suscettibili di scappatoie o di resistenza) delle tecniche che si utilizzavano sino a quel momento e che poggiavano su un misto di tolleranza più o meno forzata (dal privilegio riconosciuto sino alla criminalità endemica) e di ostentazione dispendiosa (interventi clamorosi e discontinui del potere la cui forma più violenta era la punizione "esemplare" perché eccezionale). (Foucault, *Microfisica del potere* 13-14)

Nel passaggio citato, questa frattura epistemologica è riferita a *Sorvegliare e punire* (1975); ma l'argomentazione sarà ripresa e anzi approfondita da Foucault negli studi della seconda metà degli anni Settanta, e verrà a coincidere, nelle lezioni del 1978, con le origini della «ragion di Stato» secentesca.

Occorre premettere che la lettura di Foucault si iscrive in un'operazione archeologica, imperniata, come tale, più sulle ragioni dell'oggi che sullo studio puntuale del passato. Inoltre, come si evince distintamente dal corso su *Sicurezza, territorio, popolazione*, i continui richiami di Foucault alle «tattiche» e alle «strategie» del potere non riguardano la produzione culturale, bensì gli apparati di Stato: la diplomazia, l'esercito e, per ciò che spetta alla politica interna, la *Polizeiwissenschaft*.<sup>5</sup> Foucault, insomma, non ragiona sulla festa barocca, ma sui meccanismi della giustizia («la punizione "esemplare"»).

Tuttavia non pochi studi successivi, maneggiando con disinvoltura la trionfante *French theory*, hanno applicato la medesima ipotesi di lavoro al capitale simbolico del XVII secolo. Ne è risultata un'impropria razionalizzazione del barocco, visto anzitutto come l'era della centralizzazione amministrativa e del controllo tecnocratico delle coscienze. Da questo punto di vista, la soluzione di continuità individuata da Foucault ha finito per sovrapporsi alla rottura di cui parlano Peter Burke e Edward Muir. Stando a questi autori, nel corso del XVII secolo la secolarizzazione dei rituali politici – o, per adoperare il lessico di Burke, il loro «declino» e «ripudio» (*The Historical Anthropology of Early Modern Italy*) – avrebbe introdotto uno scarto nella rappresentazione del potere: rispetto all'emozione condivisa, di stampo sacrale, che segnerebbe le cerimonie festive del Cinquecento, l'agenda politica del Seicento si caratterizzerebbe per la sua ermeneutica razionale e, in un certo senso, *sistematica*.

Dunque il barocco farebbe da antiporta per la modernità, rompendo in maniera piuttosto brusca con le consuetudini della rappresentazione medievale e rinascimentale: una tesi, questa, che si integra senza difficoltà con il modello sviluppato da Jürgen Habermas, e rielaborato, successivamente, dagli studi che si sono cimentati nella definizione della «sfera pubblica» (*Öffentlichkeit*). Alla base di questa categoria vi è infatti una netta separazione tra Stato (*Staat*) e società (*Gesellschaft*), che nella tradizione tedesca, come attestano i termini in gioco, riesce peraltro assai più marcata che in Italia. Di conseguenza, ci si riferisce alla sfera pubblica come a uno spazio esterno e nitidamente distinto dalle istituzioni, in cui la politica abbandona l'unidirezionalità impressa dal potere per convogliare in forme policentriche di comunicazione. Ciò comporta, ancora una volta, una ricostruzione storica fondata sulla discontinuità: questa nuova idea di società, in cui affonderebbero le radici della democrazia liberale, si sarebbe affermata a dispetto del vecchio concetto di Stato, dismettendo gli apparati rituali che segnavano l'Europa della prima modernità.

<sup>5</sup> Vale a dire la teoria e l'analisi di tutto ciò che cerca di mettere ordine nelle regolamentazioni interne dello Stato, di garantirne l'espansione e la ricchezza (Foucault, *Sicurezza, territorio, popolazione*).

## Per un lessico della propaganda barocca: il *Kitsch*

Alessandro Metlica

Come è facile intuire, si tratta di questioni troppo complesse per essere discusse in questa sede. Qui mi limiterò a sgombrare il campo da due equivoci. In primo luogo tale discontinuità, posto che effettivamente si dia, corrisponde alla fine dell'epoca barocca, e va collocata perciò nell'ultimo scorcio del Seicento: ogni riferimento al pensiero foucauldiano deve perciò passare al vaglio di una cronologia più rigorosa, che eviti le generalizzazioni tipiche dell'archeologia del sapere (sulla falsariga di «a partire dal XVII-XVIII secolo»; ma si pensi anche alla fumosa etichetta di «*âge classique*»).<sup>6</sup> In secondo luogo, bisogna sottrarsi a ogni giudizio di valore formulato a priori: se dall'osservatorio della contemporaneità si tende ovviamente a considerare più «efficaci» i meccanismi di controllo affermatosi a valle dell'Antico regime, nulla ci dice che, nell'orizzonte della propaganda barocca, quelle tecniche «di ostentazione dispendiosa» e quegli «interventi clamorosi e discontinui» non riuscissero pienamente funzionali. Al contrario, come è stato riconosciuto dagli specialisti,

celebration through magnificence, and even extravagance, was – in their view – a clear manifestation of their power, intended to persuade other states of their strength and resolve; and, moreover, to convince others of their cultural and artistic superiority. Festivals in Renaissance Europe were considered an essential part of a well-managed State. (McGowen 4)

Il rapporto tra *produttività* e *asistematicità* del potere, nei termini che si sono abbozzati in queste pagine, compete dunque a un contesto specifico (l'Europa del 1580-1690), in cui la rappresentazione ha spiccati caratteri di *intermedialità*, e dove il rito – spettacolo, cerimonia, processione – non ha ancora acquisito una fisionomia compiutamente secolarizzata. Tuttavia, come testimonia il termine *propaganda*, la demarcazione rigorosa dell'area d'indagine non implica l'abbandono di concetti che, a dispetto del loro anacronismo, possiedono un alto potenziale euristico. Discende da qui il proposito, che richiederà beninteso altri spazi, di curare un lessico della propaganda barocca: una sorta di prontuario concettuale, o di microenciclopedia se si vuole, che circoscriva le categorie di *prestigio*, *lusso*, *sincerità*, *decadenza* e *sopravanzamento* (*Überbietung*). In questa sede, per non appesantire ulteriormente il mio contributo, mi limiterò a una di queste voci: *Kitsch*.

### 3. *Kitsch*

Il vocabolo è stato associato con una certa frequenza alla cultura barocca. Un critico lucido e avvertito come Andrea Battistini, ad esempio, lo adopera per indicare il sovvertimento del canone petrarchista che ha luogo nella lirica di primo Seicento: sulle passerelle in endecasillabi vergate in quegli anni sfilano, come è noto, «donne zoppe, sdentate, balbuzienti, mute, guerce, pazze», conciate con «scarpe dai tacchi altissimi» e altre «stravaganze di abbigliamento» (Battistini 52-53), e che vantano magari, sui propri immacolati décolleté, nei e pulci e insetti. Per un poeta come Claudio Achillini, è «bellissima» addirittura la donna «spiritata» (“indemoniata”) che, posseduta dal Diavolo nel bel mezzo di una chiesa, stravolge gli occhi e bestemmia tutta la corte del Paradiso. È in questa «intenzionale deformazione delle [...] astratte bellezze» del petrarchismo che sarebbe visibile il «Kitsch» (Battistini 52).

Mi sembra, però, che in questa accezione la parola non vada esente da fraintendimenti. Il rischio è quello di resuscitare il famigerato *cattivo gusto* evocato da Benedetto Croce, quasi che la poesia barocca costituisca un abbassamento, una degradazione di quella rinascimentale. Sappiamo d'altronde che in origine, nella Germania di secondo Ottocento, *Kitsch* indica appunto un'arte popolare, economica e, in sostanza, di scarsa qualità. Benché il termine sia andato

<sup>6</sup> Questa terminologia, oggi del tutto inutilizzabile, discende dalle consuetudini dell'accademia francese, ma non possiede né una definizione condivisa, né un qualche valore euristico (Vuillemin).

## Per un lessico della propaganda barocca: il *Kitsch*

Alessandro Metlica

incontro, tra XIX e XX secolo, a un'elaborazione concettuale assai sofisticata,<sup>7</sup> oggi continua a veicolare l'idea di una contrapposizione tra il livello 'alto' e quello 'basso' della produzione culturale. Non è in discussione che il significato di *Kitsch* dipenda dalla frizione, e magari dalla sovrapposizione, di due ambiti percepiti come separati e distanti; occorre però intendersi sui criteri di questa tassonomia, per evitare che i concetti di *alto* e *basso* assumano, come nella tradizione crociana, dei contorni estetizzanti.

Per quanto compete al nostro discorso, propongo un utilizzo più circostanziato di *Kitsch*, a indicare non l'arte e la letteratura barocche, bensì la loro relazione con il potere. Il punto di partenza, nell'itinerario che conduce a tale definizione, è una nota di José Antonio Maravall consacrata a Peter Paul Rubens. Nello specifico, Maravall si riferisce alle ventiquattro tele, dipinte tra il 1622 e il 1625, con cui Rubens illustra la biografia di Maria de' Medici, regina consorte (1600-1610) e poi reggente di Francia durante la minorità del figlio Luigi XIII (1610-1617). Il ciclo, concepito per la galleria del palazzo del Luxembourg e ora esposto in un'apposita sala del Louvre, è strutturato come un vero e proprio panegirico di Maria, le cui gesta appaiono iscritte in un sontuoso apparato mitologico. Circondata da un vorticoso corteo di dei e di allegorie, la regina si metamorfizza a sua volta in divinità, indossando le armi di Minerva, maneggiando la bilancia di Astrea o comparando, sfolgorante e discinta, nei panni di Giunone, a fianco del coniuge Enrico IV/Giove.<sup>8</sup>

Quei quadri della Reggente, simili ad arringhe governative, dipinti per manipolare l'opinione in un'epoca autocratica, mostrano come nel diciassettesimo secolo possiamo imbatterci in una cultura di massa, una cultura kitsch. (Maravall 148)

Per Maravall l'aggettivo non ha nulla di denigratorio, e si lega invece ai sommovimenti sociali di tardo Cinquecento. Infatti il Kitsch nasce dall'esigenza, da parte del potere, di manipolare un pubblico nuovo, più vasto e stratificato che in passato: non solo, come si è detto, il pubblico di piazza, ma anche e soprattutto il pubblico di corte. È quanto accade con il ciclo del Luxembourg: quando, nel 1625, Maria svela per la prima volta le tele di Rubens, a palazzo è presente la più importante aristocrazia europea, riunita a Parigi in occasione delle nozze per procura della principessa Enrichetta con Carlo I d'Inghilterra; quello della regina madre è un *coup de théâtre*, che leva il sipario, senza preavviso – Maria, in perenne disaccordo col figlio, è stata a lungo in esilio lontano dalla corte – su un potere magnifico e debordante.

Se la letteratura e l'arte che glorificano l'Antico regime possono riuscire kitsch, quindi, non è perché siano impregnate di un famigerato *cattivo gusto*. Si tratta semmai di un gusto monolitico e concorde: siamo nei pressi dell'«ideale estetico dell'accordo categorico con l'essere» che Milan Kundera associa alle parate del primo maggio comunista (Kundera 254). Pur nelle loro incalcolabili differenze, l'assolutismo monarchico e il socialismo sovietico condividono del resto il medesimo progetto d'integrazione sociale: un disegno che passa per l'accettazione entusiasta dell'esistente, e che si propone perciò di smussare ogni angolo e di eliminare ogni sfumatura, sino a fare del reale una superficie perfettamente liscia. Per questo negli encomi barocchi, come nel marxismo di Stato, è interdetta l'ironia. Il fastidio che oggi possiamo avvertire contemplando il ciclo di Rubens non deriva certo dalla scarsa qualità del lavoro del pittore, ma dalla sua intima adesione a una griglia valoriale comune.

I sentimenti suscitati dal Kitsch devono essere, ovviamente, tali da poter essere condivisi da una grande quantità di persone. Per questo il Kitsch non può dipendere da una situazione insolita,

<sup>7</sup> Per una panoramica al riguardo, rimando all'antologia di Dettmar e Küpper, che introduce agli scritti sul Kitsch di Walter Benjamin e di Theodor Adorno, di Ernst Bloch e di Hermann Broch.

<sup>8</sup> Tra i numerosi studi consacrati all'argomento segnalo, in particolare, il libro di Millen e Wolf; l'articolo, di notevole portata metodologica, di Cohen; e la recente indagine di Galletti.

## Per un lessico della propaganda barocca: il *Kitsch*

Alessandro Metlica

ma è collegato invece alle immagini fondamentali che le persone hanno inculcate nella memoria. [...] L'identità del *Kitsch* non è data da una strategia politica, ma da immagini, da metafore, da un lessico. (Kundera 256, 267)

Qual è dunque il 'lessico' della propaganda barocca? Quali sono i suoi archetipi, e quali le sue 'immagini fondamentali'? La risposta, di primo acchito, potrebbe suonare banale, poiché rimanda alla stagione rinascimentale e, risalendo la corrente, all'antichità classica. Anche il capitale simbolico del barocco, infatti, si impernia su ninfe ed eroi, su dei e semidei, su Ercole e Achille. Se è vero che in epoca postridentina i santi e i personaggi della Bibbia sono ospiti assidui della fantasia collettiva, e che i ritrovati della tecnica, dal cannocchiale di Emanuele Tesauro agli orologi di *Ciro di Pers*, esercitano un inedito fascino sull'immaginario, è indubbio che l'ipotesi fondamentale di ogni rappresentazione dell'assolutismo resti la mitologia pagana. È nel mare inesauribile del mito, tenendosi nella scia di Pindaro, che il panegirista barocco pesca gran parte delle proprie metafore. Le «favole antiche», che Leopardi rimpiangerà come illusioni perdute davanti alle «voti / [...] stanze d'Olimpo» («Alla primavera o delle favole antiche» vv. 81-82), signoreggiano ancora l'ispirazione di artisti e poeti, e ancora avvincono, come lasciti di un mondo di inarrivabile prestigio, l'immaginazione del pubblico.

Tuttavia uno scarto si produce tra Cinque e Seicento, tra la rinascita del paganesimo indagata da Aby Warburg<sup>9</sup> e la sua posterità barocca. I putti e le nereidi che ornano i palazzi secenteschi, scolpiti o dipinti, istoriati sui mobili o sulle porcellane, intessuti sugli arazzi o appesi alle pareti dentro ricche cornici, non sono più raffigurati «per durare e per viverci assieme», come scrive Ezra Pound a proposito della *Camera degli sposi* di Mantegna.<sup>10</sup> La missione che si confida loro è diversa: suscitare le passioni altrui, conquistare la meraviglia e la pubblica ammirazione. La mitologia è incaricata di proiettare verso l'esterno il simulacro di un'autorità; il che comporta, per un verso, lo svilimento del mito, giacché i suoi contenuti ermetici e sapienziali tendono a risalire verso la superficie, attestandosi su un livello medio di facile comprensibilità; ma implica, per l'altro, l'inedito fulgore formale delle favole antiche, che si circondano ora di ornamenti fastosi e solenni. Gli antichi dei possono apparire prevedibili e quasi sbiaditi nella loro ripetitività, ma alzano in compenso il tono della propria voce, per proclamare con l'accento stentoreo della magnificenza quanto resta loro da dire.

Ovviamente la metamorfosi degli usi e dei significati del mito è un processo talmente complesso che sarebbe ingenuo volerlo compendiare in qualche pagina. Che il crinale tra XVI e XVII secolo giochi un ruolo di eccezione in questa storia di lungo corso appare però evidente. Erich Auerbach ha insistito sulle trasformazioni che investono, in questo giro d'anni, l'orizzonte sociale della Francia borbonica:

Certe nozioni di mitologia e storia antica che ancora nel XVI secolo potevano essere considerate di pertinenza degli eruditi sono diventate, nel XVII, patrimonio generale della società. [...] I criteri secondo i quali si deve giudicare il valore intrinseco delle opere d'arte (cioè le sensazioni e i pensieri in esse espressi, le azioni e i caratteri che vi compaiono) si diffondono, a partire dalla fine del XVI secolo, dalla sfera degli eruditi a quella dei colti. A ciò provvedono le traduzioni e le parafrasi dei più importanti testi critici dell'antichità e, oltre a queste, sia le opere d'arte sia le

<sup>9</sup> Come è noto, gli interessi di Warburg concernono il Cinque e soprattutto il Quattrocento; nei confronti dell'arte del XVII secolo, invece, il critico di Warburg non ha mai nascosto una certa antipatia (Cieri Via). Ciò nonostante, uno dei suoi saggi più importanti, su cui mi riprometto di tornare in futuro (Warburg, "I costumi teatrali per gli intermezzi del 1589. I disegni di Bernardo Buontalenti e il Libro dei conti di Emilio de' Cavalieri" [1895]), tratta, implicitamente, proprio della cesura tra Rinascimento e barocco.

<sup>10</sup> «With usura / seeth no man Gonzaga his heirs and his concubines / no picture is made to endure nor to live with / but it is made to sell and sell quickly» (Pound, "Canto XLV" vv. 9-12).



## Per un lessico della propaganda barocca: il *Kitsch*

Alessandro Metlica

pubbliche discussioni intorno ad esse (tanto coltivate da letterati ed amatori). In tal modo si adattano le dotte regole dell'estetica umanistica ai bisogni della società colta. (Auerbach 46).

È in tale contesto, grandemente mutato rispetto all'umanesimo, e dove la 'società colta' recita ormai da *arbiter* della cultura, che l'assolutismo combatte la propria battaglia per il dominio delle coscienze. Per la nobiltà di Antico regime la mitologia è divenuta un codice familiare, un repertorio comune dato per scontato e, proprio per questo, atto non tanto a veicolare dei messaggi cifrati di natura politica, quanto a rimarcare il già noto. Tutti sanno indovinare, dietro la lira e la corona d'alloro, la figura di Apollo, e tutti vi riconoscono un'allegoria del sole, o della poesia, o del re. Ciò accade perché il ventaglio delle letture possibili si è ristretto; si è fatto, per così dire, standard. Raramente, nel corso del XVII secolo, gli Apollini illustrati nei frontespizi e nelle tavole dei volumi, affrescati nelle sale dei palazzi nobiliari, o ancora miniati sulle medaglie, sui cassoni e sul vasellame che di quei palazzi sono il lussuoso arredo, reciteranno una parte diversa da quella prevista dal copione. Ormai le favole antiche innervano a tal punto l'immaginario dell'aristocrazia da collimare con i nuclei della sua memoria collettiva.

Certo, lo slittamento della mitologia dai territori del sapere erudito a quelli della cultura aristocratica non comporta l'irrigidimento delle favole antiche nel campo del potere; la sopravvivenza degli dei pagani all'indomani del Rinascimento non riguarda in via esclusiva il panegirico. È chiaro, tuttavia, che tra XVI e XVII secolo il legame tra mito ed encomio si trasforma e si stringe. Il panegirico fa da *mise en abîme* per tendenze più vaste, ed è spia di una mutata attitudine verso il mondo classico. Il fatto è che il mito, ora, appare qualcosa di addomesticato, cui ci si rapporta con maggiore disinvoltura; per farne un uso politico, o banalmente encomiastico, non è più necessario piegarlo alle ragioni profonde del discorso.

Ancora per Giordano Bruno la sapienza degli antichi era un modo per rivoluzionare il presente. Nello *Spaccio della bestia trionfante* (1584), per esempio, le costellazioni di Tolomeo, investite di precisi significati epistemologici e morali, andavano a comporre un congegno allegorico che ricacciava i falsi valori della politica e della religione, e che propugnava la riforma civile dell'Europa cristiana (Ordine 35-39). Ma nel Seicento, nel pieno dei processi di rifeudalizzazione e di accentramento che connotano l'assolutismo, le favole antiche hanno perso la loro carica eversiva; e se di lì a poco diventeranno, nelle mani di Racine, lo specchio privilegiato della psicologia moderna, il loro rapporto con il potere tende a sfumare in una rassicurante dimestichezza. Il mito, nella cultura barocca, è spesso di segno neutro, e diventa perciò un elemento esornativo, destinato al piacere estetico e al mutuo riconoscimento del pubblico.

La poesia di Giovan Battista Marino è esemplare di questo nuovo approccio al mito. Da questo punto di vista le sue opere, a stampa nei primi decenni del XVII secolo, rompono i ponti con la cultura rinascimentale in maniera più netta di quanto lascerebbe supporre l'intarsio delle citazioni e dei modelli. Quando pubblica l'*Arcadia* (1504), Jacopo Sannazzaro cova la tormentata ambizione di restaurare l'antichità; benché la chiusa dell'opera dichiari il fallimento di tale aspirazione, Sannazzaro è partecipe, emotivamente e culturalmente, di una cosmologia perduta. Al contrario, la *Sampogna* (1620) di Marino si situa placidamente a valle di simili ambizioni. Ciò che gli idilli di Marino chiedono alle favole antiche è il prestigio della tradizione, vale a dire una bellezza fulgida, elegantissima, ma già fredda e disinvolta. In ciò la *Sampogna* si apparenta, più che alla sentita rievocazione dell'*Arcadia*, al «paganisme superficial et décoratif» (Denis 15) dell'*Astrée* di Honoré d'Urfé, dove gli dei pagani, affatto assenti dal mondo e dalla storia, si manifestano soltanto in qualche raffinato oggetto d'arte.

Amedeo Quondam ha inquadrato lucidamente questa attitudine, scorgendovi la cifra del capolavoro di Marino, l'*Adone* (1623):

L'*Adone* non fa che raccontare ancora una volta storie già raccontate, più volte, da tanti altri e a tutti ben note. La sua smoderatezza è tale, dunque, proprio rispetto a questa diffusa e pervasiva competenza mitologica e può essere misurata solo rispetto a una sorta di indice di specifica

## Per un lessico della propaganda barocca: il *Kitsch*

Alessandro Metlica

acculturazione mitologica. È una smoderatezza della *variatio*, allora: in termini di repertorio narrativo e quindi di singolo racconto. (Quondam 9)

Pur attraversando l'intero patrimonio mitografico, in una topica inesausta di luoghi e di personaggi, il lettore dell'*Adone* non si trova davanti, in ultima analisi, che riproduzioni e *trompe-l'œil*. Marino prende raramente le distanze dalla vulgata iconica di tardo Cinquecento, lucidando e riverniciando, per così dire, quelle «storie già raccontate [...] e a tutti ben note». Ciò non significa che in epoca barocca il mito non sia importante o, peggio ancora, che non abbia significato; il mito, piuttosto, asseconda i gusti di un pubblico smaliziato, che cerca anzitutto, nella lettura, una conferma del proprio status. Perciò le favole antiche non sono più un deposito di saperi, bensì il luogo in cui si concreta il piacere di chi legge.

Il piacere dell'occhio che legge o guarda consiste in primo luogo nel riconoscimento dei loro protagonisti: questo è Adone, questa è Venere, questa è Diana, questo è Atteone; eccetera. Al mito classico non si chiede, o non si chiederà più (ammettendo che nella Firenze laurenziana questo sia accaduto), insomma di fornire significati di tipo cosmologico e metafisico. (Quondam 10).

Nei passaggi encomiastici del poema di Marino, là dove gli antichi dei sono chiamati a farsi insegne del potere, questo approccio porta a una specie di cortocircuito tra le risorse della rappresentazione (il livello 'alto' della mitologia) e il suo fine recisamente epidittico (il livello 'basso' della lode, quasi sempre iperbolica). È questo sbalzo di tensione che, a mio avviso, merita l'appellativo di *Kitsch*. Detto altrimenti, il Kitsch può essere identificato nello scarto tra il prestigio delle favole antiche e la dimestichezza con cui le si manipola a fini propagandistici, tra la venerazione professata per la cultura classica e la deferenza con cui la si attaglia al potere.

Ciò che appare kitsch agli occhi di un lettore o di uno spettatore contemporaneo è appunto la facilità con cui la poesia o la pittura barocche sacrificano all'elogio – un fine 'basso', perché contrario ai valori di *profondità* e *sincerità* che oggi noi riteniamo propri dell'arte – dei contenuti 'alti'. Troviamo irritante, per esempio, che uno dei massimi pittori della prima modernità, come Rubens, faccia di Minerva, Astrea o Giunone dei costumi carnevaleschi per Maria de' Medici. Oppure ci disturba che nella *Galeria* (1618), il museo in versi imbastito da Marino, il madrigale consacrato alla celebre testa di Medusa dipinta da Caravaggio (1597) non faccia parola dell'eccezionale qualità del dipinto, ma sfoci in un gioco di parole piuttosto trito per cui «la vera Medusa è il valor» del dedicatario e possessore del dipinto, vale a dire lo zio di Maria, il granduca Ferdinando I (v. 10).

Non si tratta, però, di un *cattivo gusto* che sarebbe uscito, come Atena dalla testa di Zeus, dall'implosione dell'estetica rinascimentale. Va rimarcato semmai che, all'interno della griglia epistemologica del barocco, tra il piano dell'encomio e quello del mito vige una gerarchia rovesciata, perché il mito fa parte di quel capitale simbolico che l'encomio mira ad accrescere. Se la propaganda barocca può essere definita *kitsch*, è in virtù di questa tassonomia capovolta, di questo diverso ordine del discorso.

## 4. Bibliografia

- Achillini, Claudio. "Bellissima spiritata". *Poesie*, a cura di Angelo Colombo, Edizioni di storia e letteratura, 2010, p. 192.
- Agamben, Giorgio. *Che cos'è un dispositivo?* Nottetempo, 2006.
- Auerbach, Eric. "La cour et la ville". 1951. *Da Montaigne a Proust. Ricerche sulla storia della cultura francese*, De Donato, 1970, pp. 24-67.
- Battistini, Andrea. *Il Barocco. Cultura, miti, immagini*. Salerno, 2000.

Per un lessico della propaganda barocca: il *Kitsch*  
Alessandro Metlica

- Bolduc, Benoît. *La Fête imprimée. Spectacles et cérémonies politiques*. Garnier, 2016.
- Bourdieu, Pierre. *Méditations pascaliennes*. Seuil, 1997.
- . *Ragioni pratiche*. 1994. Il Mulino, 2009.
- Burke, Peter. *The Fabrication of Louis XIV*. Yale UP, 1992.
- . *The Historical Anthropology of Early Modern Italy*. Cambridge UP, 1987.
- Carandini, Silvia. *Teatro e spettacolo nel Seicento*. Laterza, 1990.
- Careri, Giovanni. *La fabbrica degli affetti. La Gerusalemme liberata dai Carracci a Tiepolo*. Il Saggiatore, 2010.
- Childers, William. "The Baroque Public Sphere". *Reason and its Others. Italy, Spain, and the New World*, a cura di David Castillo e Massimo Lollini, Vanderbilt U, 2006, pp. 165-85.
- Cieri Via, Claudia. "Aby Warburg e il dramma barocco". *Aisthesis*, vol. 2, 2010, pp. 31-43.
- Cohen, Sarah. "Rubens's France. Gender and Personification in the Marie de Medici's Cycle". *The Art Bulletin*, vol. 85, 2003, pp. 490-522.
- Curtius, Ernst Robert. *Europäische Literatur und lateinisches Mittelalter*. Francke, 1948.
- D'Ors, Eugenio. *Le Barroco*. Aguilar, 1934.
- Denis, Delphine. Introduction. *L'Astrée, première partie*. Champion, 2011, pp. 7-96.
- Dettmar, Ute, e Thomas Küpper. *Kitsch. Texte und Theorien*. Reclam, 2007.
- Foucault, Michel. *La volontà di sapere*. 1976. Traduzione di Pasquale Pasquino e Giovanna Procacci, Feltrinelli, 1988.
- . *Microfisica del potere. Interventi politici*. Traduzione di Pasquale Pasquino e Giovanna Procacci, Einaudi, 1977.
- . *Sicurezza, territorio, popolazione*. 2004. Traduzione di Paolo Napoli, Feltrinelli, 2005.
- Galletti, Sara. "Rubens's Life of Maria de' Medici. Dissimulation and the Politics of Art in Early Seventeenth-Century France". *Renaissance Quarterly*, vol. 67, no 3, 2014, pp. 132-78.
- Habermas, Jürgen. *Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. Luchterhand, 1962.
- Kundera, Milan. *L'insostenibile leggerezza dell'essere*. Traduzione di Giuseppe Dierna, Adelphi, 1985.
- Le Bon, Gustave. *Psychologie des foules*. Alcan, 1895
- Leopardi, Giacomo. "Alla primavera o delle favole antiche". *Poesie e prose*, a cura di Mario Andrea Rigoni, vol. 1, Mondadori, 1987, p. 35.
- Lippmann, Walter. *Public Opinion*. Harcourt, 1922.
- Maravall, José Antonio. *La cultura del Barocco. Analisi di una struttura storica*. 1975. Traduzione di Christian Paez, il Mulino, 1985.
- Marino, Giovan Battista. "La testa di Medusa in una rotella di Michelagnolo da Caravaggio, nella galleria del granduca di Toscana". *La Galleria*, a cura di Marzio Pieri e Alessandra Ruffino, La Finestra, 2005, p. 39.

Per un lessico della propaganda barocca: il *Kitsch*

Alessandro Metlica

- McGowan, Margaret. Introduction. *Dynastic marriages, 1612/1615. A celebration of the Habsburg and Bourbon unions*, Ashgate, 2013, pp. 1-4.
- Millen, Ronald, e Robert Erich Wolf. *Heroic Deeds and mystic Figures. A New Reading of Rubens' Life of Maria de' Medici*, Princeton UP, 1989.
- Muir, Edward. *Ritual in Early Modern Europe*. Cambridge UP, 1997.
- Ordine, Nuccio. *Contro il Vangelo armato. Giordano Bruno, Ronsard e la religione*. Raffaello Cortina, 2007.
- Pound, Ezra. "Canto XLV". *I Cantos*. Mondadori, 1985, p. 445.
- Quondam, Amedeo. "Marino e il Barocco, ieri e oggi". *Marino e il Barocco, da Napoli a Parigi*, a cura di Emilio Russo, Edizioni dell'Orso, 2009, pp. 1-12.
- Vuillemin, Jean-Claude. *Épistémè baroque. Le mot et la chose*. Hermann, 2013.
- Schieder, Wolfgang, e Christof Dipper. "Propaganda". *Geschichtliche Grundbegriffe*, vol. 5, Klett-Cotta, 1984, pp. 69-112.
- Warburg, Aby. "I costumi teatrali per gli intermezzi del 1589. I disegni di Bernardo Buontalenti e il Libro dei conti di Emilio de' Cavalieri". *Atti dell'Accademia del Regio Istituto Musicale di Firenze*, vol. 23, 1895, pp. 133-46.
- Wölfflin, Heinrich. *Kunstgeschichtliche Grundbegriffe. Das Problem der Stilentwicklung in der neueren Kunst*. Bruckmann, 1915.