

P. Burke

Il re Sole e i media

Uno degli aspetti più interessanti del regno di Luigi XIV è la costruzione di una nuova immagine del re. Nonostante l'assenza di strumenti pervasivi come gli attuali mass media, la monarchia riuscì a elaborare un'efficace strategia di comunicazione politica capace di accreditare una rappresentazione idealizzata del sovrano in larghi strati della popolazione. Ad analizzare le origini e gli sviluppi di questi processi è stato uno dei più autorevoli storici culturali, Peter Burke (nato nel 1937), che nel 1992 ha pubblicato un saggio, poi tradotto in italiano con il titolo *La fabbrica del Re Sole*. Nel brano scelto, Burke si sofferma a descrivere ed esaminare quelli che lui definisce i «destinatari interni» della propaganda monarchica: la posterità e le classi superiori francesi, sia parigine sia provinciali.

A vantaggio e per convincere chi si dispiegò tale immagine per più di settant'anni? È improbabile che essa si rivolgesse alla massa dei sudditi di Luigi, i venti milioni di francesi, tra uomini e donne, esistenti nel 1643, o nel 1661, o nel 1715 (la popolazione della Francia alla fine del regno di Luigi XIV era più o meno la stessa di quando era salito al trono). I *media* di Luigi non erano *mass media*. Le medaglie distribuite in occasioni speciali quali l'inaugurazione del canale della Linguadoca o della statua di place des Victoires non erano coniate in gran numero. Tutti i parigini potevano vedere gli archi di trionfo e le statue erette nella città, ma pochi avrebbero potuto comprendere le iscrizioni latine o anche decodificare l'iconografia. Versailles era aperta a ogni individuo maschio adulto che portasse una spada, e le spade si potevano affittare anche all'ingresso, ma solo una minoranza poteva effettivamente permettersi di farlo. Gli appartamenti reali erano aperti tre giorni la settimana a tutte le persone «distinte».

Parimenti, si potrebbero paragonare le feste di allora alla moderna televisione per le luci sfolgoranti, il fascino e l'appello simultaneo all'occhio e all'orecchio, ma erano organizzate per un pubblico di cortigiani. Il *ballet de cour*¹ fu un teatro per pochi intimi. I panegirici in prosa e in versi si rivolgevano, in primo luogo, a un pubblico fatto di una sola persona, il re stesso, cui si potevano leggere o far leggere quando erano ancora manoscritti, benché, in seguito, i testi venissero spesso pubblicati. Gli stessi *Mémoires* del re, documento riservato, scritto in origine per un solo destinatario, il Delfino, non furono pubblicati che nel 1806.

Chi era allora, o da chi era composto, il pubblico? Rispondere a tale domanda è molto più difficile di quanto possa sembrare. E ciò per il semplice fatto che il concetto di «pubblico», all'epoca, stava appena prendendo forma. I francesi usavano espressioni quali «il bene pubblico», «predicare in pubblico» e così via, ma non «il pubblico» *tout court*. Il concetto di «pubblica opinione» non era ancora conosciuto: il primo riferimento a *l'opinion du peuple* risale infatti all'ultimo anno del regno,

1. Balletto di corte.



Luigi XIV visita le manifatture reali dei Gobelins, 1667 ca.
[Collezioni del Mobilier National, Versailles]

Tra il 1662 e il 1667 Luigi XIV (rappresentato con il suo seguito a sinistra nell'arazzo) riunì nella sede parigina dell'antica tintoria delle lane della famiglia Gobelins alcune manifatture di arazzi, fondando una azienda di Stato col nome di

Manufacture Royale des Meubles de la Couronne. Nel primo periodo la produzione fu estesa ai differenti settori dell'artigianato artistico, dall'ebanisteria all'oreficeria all'incisione ai tessuti da arredamento. Chiusa nel 1694, riaprì pochi anni dopo limitatamente al settore degli arazzi e delle tappezzerie, settori la cui attività continua ancora oggi.

il 1715. L'espressione *la voix publique*, nel senso di «pubblica voce» o forse di «pubblica scelta», ne era soltanto un sostituto parziale. «Si dice che un uomo abbia il favore della voce pubblica, nel senso dell'approvazione universale».

Si potrebbe affermare che il significante mancasse perché non esisteva nemmeno il significato, e definire il pubblico un gruppo sociale che, al pari di una classe, ha bisogno di essere cosciente di sé per esistere effettivamente. L'autocoscienza fu incoraggiata dalla crescita dei mezzi di comunicazione e i creatori ufficiali dell'immagine di Luigi XIV diedero così un importante contributo alla formazione di un'opinione pubblica in Francia. In tal senso resero più facile anche la circolazione delle immagini alternative accanto a quelle ufficiali.

D'altro canto, come i *media* di oggi, anche i *media* del XVII secolo erano modellati sui bisogni e sui desideri del pubblico, o almeno sul modo in cui gli attori della comunicazione se li rappresentavano. Non si può liquidare l'immagine del monarca onnisciente e onnipotente come mero prodotto di una cerchia di propagandisti e adulatori. La somiglianza tra il re eroe francese e gli eroi di altre culture suggerisce come l'immagine ufficiale fosse – fino a un certo punto – espressione di un bisogno collettivo. È pura ipotesi, ma accattivante, quella di vedere un legame tra l'ascesa dello stato accentratore del XVII secolo e la diffusione del culto del re, che rappresentava – o meglio, incarnava – il potere centrale.

Sarebbe, ovviamente, un errore trattare il pubblico e gli spettatori del XVII secolo come un tutto monolitico. Di fatto, vorrei distinguere i destinatari che gli emittenti del tempo cercarono di raggiungere

in tre tipi di pubblico, in particolare. I tre bersagli cui mirarono furono la posterità, le classi superiori francesi, sia parigine che provinciali, e gli stranieri, specialmente quelli delle corti. Esaminiamo i differenti gruppi nell'ordine.

Per quanto strano possa sembrare oggi, i propagandisti del re intesero raggiungere *noi*, o, più esattamente, la posterità, quale essi la immaginavano. Come ci ricordano i *Mémoires* reali, i sovrani devono render conto delle proprie imprese «a tutte le epoche». Una bozza di lettera scritta da Charles Perrault² a Colbert definisce la pittura e la scultura come arti che, secondo il re, dovrebbero dare un contributo speciale alla «trasmissione del suo nome alla posterità». Una ragione dell'importanza attribuita agli obelischi nella progettazione di monumenti era che essi simboleggiavano la fama eterna. Per i monumenti stessi si impiegarono materiali quali il marmo e il bronzo, per farli durare nei secoli. Si seppellirono medaglie degli eventi del regno nelle fondamenta degli edifici: del Louvre, per esempio, nel 1665, dell'osservatorio, nel 1667, e de pont Royal, nel 1685.

Tuttavia, la migliore testimonianza della preoccupazione del governo per la posterità è sicuramente offerta dallo sforzo impiegato nella ricerca di autori adeguati per una storia ufficiale del regno. Dei novanta scrittori che Chapelain³ inserì nel suo rapporto a Colbert del 1662, non meno di diciotto erano storici. Furono almeno in venti a fungere da, o a rivendicare il titolo di *historiographe du roi*⁴, o a ricevere dal governo l'incarico di scrivere di storia. Il re stesso contribuì di persona alla stesura di resoconti ufficiali di particolari campagne.

L'immagine del re fu anche proiettata a beneficio dei sudditi, «i popoli su cui noi regniamo». In primo luogo per i cortigiani, e specie per la grande nobiltà, per la quale la presenza a corte era in pratica obbligatoria. Saint-Simon racconta del disappunto del re nei suoi confronti per aver egli lasciato la corte senza permesso. La grande nobiltà doveva far corona al re a corte, non solo perché fosse in tal modo separata dalla propria base di potere locale ma anche per essere abbagliata dalla gloria del sovrano. I cortigiani, uomini e donne, costituivano la maggior parte del pubblico di ogni giorno per opere drammatiche e musicali, balletti e altri spettacoli di corte (senza dimenticare il *lever* reale). E in speciali occasioni, il numero aumentava: seicento signore e signori assistettero ai *Plaisirs de l'Île Enchantée* del 1664, e millecinquecento all'ancor più elaborato *divertissement*⁵ del 1668. Degno di nota è il fatto che le donne partecipassero in termini paritetici con gli uomini e in più o meno uguale proporzione.

In un famoso passo della sua *Art poétique*, Boileau⁶ definì il pubblico letterario francese come *la court et la ville*, «la corte e la città» (in altre parole, Parigi). La corte tendeva a guardare con disprezzo alla città, ai «borghesi», termine che stava entrando in uso negli anni sessanta, con riferimento ad avvocati e altri non nobili. Quanto al re, occorre fare alcune precisazioni in merito all'opinione tradizionale secondo cui le esperienze vissute durante la Fronda lo avevano reso avverso alla città. Dopo il matrimonio e l'ingresso solenne a Parigi, cui avevano potuto assistere ben centomila persone, i parigini avevano avuto ben scarse opportunità di vedere il sovrano di persona. Il re trascorreva relativamente poco tempo nel palazzo del Louvre e partecipò raramente a eventi pubblici a Parigi [...]. Solo nel 1687 il re si recò in visita a Hôtel de Ville, a dimostrazione che aveva dimenticato la Fronda ed era pronto a far pace con la città. Ciò nonostante, gli encomi di Luigi raggiunsero il pubblico urbano. La «Gazette», che veniva stampata al Louvre, poteva essere letta dai parigini quando le notizie erano ancora fresche. Gli spettacoli rappresentati a corte venivano spesso ripetuti a Parigi. [...]

2. Scrittore (1628-1703), autore di un celebre libro di favole.

3. Jean Chapelain, scrittore (1595-1674).

4. Storiografo del re.

5. Intermezzo con canti e danze.

6. Nicolas Boileau (1636-1711), scrittore e storico della letteratura.

Le accademie reali di letteratura, architettura e musica erano tutte a Parigi. Così anche la manifattura reale dei Gobelins, che esponeva i propri arazzi in occasione delle feste principali. John Locke, per esempio, li vide in occasione della festa del Corpus Domini nel 1677, e osservò che «Luigi il Grande era l'eroe in ogni pezzo». I teatri principali e quello dell'opera si trovavano a Parigi. La ricostruzione del Louvre, l'edificazione degli Invalides, l'erezione di archi di trionfo e delle statue regali di place des Victoires e place Louis-le-Grand impressero l'immagine del re sulla città. Il rinnovamento urbano fu commemorato con una medaglia che recava l'iscrizione «Parigi decorata».

Vi sono inoltre prove della crescente preoccupazione ufficiale per il pubblico delle province. Tra il 1669 e il 1695 vennero fondate ad Arles, Soissons, Nîmes, Angers, Villefranche e Tolosa sei accademie sul modello dell'Académie Française, mentre accademie scientifiche sulla scia dell'Académie des Sciences furono fondate a Caen (che aveva già un'accademia umanistica), Montpellier e Bordeaux. Un teatro d'opera associato a un'accademia di musica sull'esempio di Parigi fu fondato a Marsiglia nel 1684. Come i modelli parigini, queste istituzioni si adoperarono spesso per promuovere la gloria del re. Le accademie di Arles e Angers misero in palio premi per la composizione di elogi di Luigi, l'accademia di Soissons organizzò celebrazioni per la festa di san Luigi e l'accademia umanistica di Caen fu coinvolta nell'erezione di una statua del re.

Luigi fece anche un certo numero di visite ufficiali alle città francesi, dando agli abitanti l'opportunità di vederlo di persona. Egli si recò a Reims, com'era tradizione, per la sua incoronazione nel 1654. Fece un ingresso formale a Lione nel 1658. Nel periodo del suo governo personale, visitò poi una grande quantità di città, molte delle quali appena conquistate, come Dunkerque (1662, 1671), Lilla (1671, 1680), Digione, Besançon e Strasburgo (tutte nel 1683) e Cambrai (1684).

Il governo si aspettava che gli eventi fausti come le vittorie o le nascite di nuovi membri della famiglia reale, venissero festeggiati a Parigi e nelle province. I vescovi ricevevano messaggi in cui li si invitava a far cantare il *Te Deum* nelle loro cattedrali in determinate occasioni, specificando anche gli individui e i gruppi che avrebbero dovuto assistere alla funzione. [...]

Regolari informazioni sul re raggiungevano le province attraverso i giornali, soprattutto le «Gazette», organo ufficiale, e il «Mercure Galant». Il direttore del «Mercure» (che dal 1684 in poi ricevette una pensione regia), si rivolgeva ai propri lettori come se fossero tutti provinciali, avidi di notizie su Parigi, il re e la corte. Il settimanale era redatto in forma di lettere indirizzate a una signora, nelle province: merita di essere sottolineata l'attenzione dedicata alle lettrici. Tali pubblicazioni ufficiali forniscono un importante segnale per la crescente preoccupazione del governo per le province. Dal 1685, la «Gazette» di Parigi venne stampata anche in cinque città di provincia (Bordeaux, Lione, Rouen, Tolosa e Tours); nel 1699 il numero delle città era salito a ventuno e per la fine del regno a trenta. Anche il «Mercure Galant» venne stampato nelle province, a Bordeaux, Lione e Tolosa.

La «campagna delle statue» degli anni 1680-90 fu estesa anche alle principali città di provincia: Arles, Caen, Digione, Lione, Montpellier, Pau, Poitiers e Troyes. Inoltre, archi di trionfo vennero eretti a Tours, Besançon, Montpellier (tutti nel 1696) e Lilla (1695), e se ne progettaron di simili per La Rochelle, Marsiglia e Metz. La collocazione geografica degli archi ricorda quella delle statue equestri e delle visite ufficiali: essi si concentrano nelle aree marginali, nei territori acquisiti più di recente, che godevano di maggiori privilegi e si ribellavano più di frequente. La scelta del nome Saarlouis per una fortezza dell'appena conquistata Saar rientra in questa tendenza generale. [...]

La descrizione delle rappresentazioni di Luigi destinate al pubblico interno si è concentrata, come il governo, sulle élites. È improbabile che una singola edizione della «Gazette» tirasse più di duemila

copie, mentre il prezzo variava tra 1 e 4 *sous*⁷. Il più esclusivo «*Mercure Galant*» costava negli anni ottanta 25 *sous* per numero mensile. Dato il loro costo di produzione, è probabile che le medaglie circolassero all'interno di un gruppo ristretto, come anche la storia «metallica» ufficiale, un magnifico ma costoso volume *in folio*. I gettoni vennero distribuiti con maggiore abbondanza: più di sedicimila nel 1682, per esempio, pur restando, comunque, confinati a una minoranza della popolazione.

Questo non vuol dire che la gente comune non avesse una propria immagine del re. Le visite ufficiali alle città permettevano a chiunque di vedere Luigi di persona, almeno di sfuggita. Un resoconto ufficiale della visita del re a Cambrai nel 1684 riferiva della «straordinaria» folla che si era accalata a guardare il re che pranzava. La tradizione del tocco regale offriva ulteriori opportunità ai francesi medi, uomini e donne, di poter vedere il sovrano in carne e ossa. La stima di circa trecentocinquanta persone toccate da Luigi nel corso del suo regno è da ritenere prudenziale. Si potrebbe dire che quelle persone testimoniassero con la propria presenza la loro fede nella sacralità del re. Tuttavia, non bisogna dimenticare che a tutti coloro che venivano in tal modo toccati venivano elargiti 15 *sous* ciascuno, fatto che veniva reso noto in anticipo. [...]

Le immagini visive del sovrano potevano superare la barriera imposta alla comunicazione dall'analfabetismo, e alcune di esse, specialmente le statue, avevano un alto grado di visibilità. Persino gli arazzi della «Storia del re» furono esposti in pubblico di quando in quando, per esempio alla manifattura dei Gobelins durante la festa del Corpus Domini.

Ciò nonostante, i creatori di immagini si rivolsero di rado al popolo minuto. Charpentier rappresentò un'eccezione quando raccomandò l'uso del vernacolo nei monumenti pubblici per consentire al *menu peuple*⁸ «il piacere di partecipare, per una volta, alla magnificenza dello stato e alla gloria del loro principe». In ogni caso, la sua raccomandazione non fu seguita. In una nazione di contadini, gli sforzi ufficiali per diffondere un'immagine pubblica positiva del re si concentrarono sulle città. È raro, in effetti, incontrare una statua del re in un villaggio.

P. Burke, *La fabbrica del Re Sole*, Il Saggiatore, Milano 1993, pp. 207-16

7. Soldi.

8. Popolo minuto.