

LAURA AUTERI

LA RETORICA DELLE IMMAGINI NEI FLUGBLÄTTER DEL CINQUECENTO

Joachim Knape ha definito la retorica come “l’arte di persuadere, che comporta la padronanza di processi comunicativi orientati al successo”¹. Una definizione calzante, che ci ricorda come la retorica non sia tanto l’insieme delle figure dette appunto retoriche, studiate per lo più nei libri di testo durante gli anni della scuola, quanto piuttosto uno strumento sempre di attualità, che si adatta alla situazione contingente in vista dell’obiettivo da raggiungere. E come sia certamente un’arma a doppio taglio. L’arte di persuadere, infatti, non si accompagna necessariamente con la buona fede, quindi la retorica può essere anche definita l’arte di convincere, ad ogni costo. Qualcosa che nelle nostre democrazie imperfette, basate su un consenso comunque ottenuto, abbiamo imparato a conoscere – e a temere.

Knape sottolinea anche come la padronanza dei processi comunicativi implichi un’attenta valutazione nella scelta del mezzo da utilizzare.

Muovendo da questa premessa, spostiamoci verso un’epoca, il Cinquecento, in cui la volontà di persuadere e l’innovazione del mezzo hanno come esito in tutta Europa e in primo luogo nei paesi di lingua tedesca risultati fortunatissimi e destinati a duraturo successo nel tempo.

Proprio intorno al 1500, infatti, si intensifica un’urgenza di confronto e di comunicazione che ha pochi precedenti, epocali cambiamenti storico-sociali sono in atto, nuovi ceti urbani si propongono come guida, il malcontento dilaga nelle campagne, la Riforma di Lutero infiamma gli animi e la cristianità è divisa. Ciascuno ha una posizione da sostenere e si propone di convincere gli avversari. In questo contesto, si afferma un mezzo comunicativo nuovo e rivoluzionario, il cui effetto è paragonabile solo a quello della telecomunicazione dei secoli XX e XXI: l’invenzione della stampa nel 1455. Le

¹ Cfr. J. KNAPE, *Was ist Rhetorik*, Stuttgart 2000, p. 33s., e in questo volume, p. 7 ss.

potenzialità del nuovo strumento vengono immediatamente colte, si pubblicano con crescente intensità non solo opere letterarie, filosofiche, scientifiche etc., ma anche pamphlets, testi polemici e di lotta. Probabilmente la Riforma luterana non avrebbe avuto la portata che ebbe se la stampa non avesse promosso la diffusione delle sue idee e delle sue dottrine. Così, mentre a Venezia Johannes Emerich de Spira nel 1469 fondava la prima stamperia della città, che alla fine del secolo contava già 200 officine fra cui dal 1490 quella celeberrima di Aldo Manuzio², nei paesi di lingua tedesca nasceva la figura dello stampatore itinerante: dal momento che nelle singole regioni vigevano ancora norme ortografiche, morfologiche e sintattiche assai differenti, molti stampatori sceglievano di adattare il testo alle esigenze del pubblico pur di incrementare le vendite, e quindi di farlo circolare e fare arrivare un dato messaggio il più lontano possibile, ritenendo correttamente che dove non arriva l'oralità arriva il testo stampato³.

Nascono in questo modo anche nuovi 'generi', come oggi sono 'nati' email o sms.

Fra i nuovi generi, il più fortunato è certamente il cosiddetto 'Flugblatt', termine traducibile con 'foglio volante', il cui successo nel Cinquecento e nel Seicento è indiscusso⁴. E se lo consideriamo in qualche modo un antesignano dei nostri volantini, anche se tecnicamente all'inizio così non è, il nuovo genere si rivela anche di impensata longevità.

Il Flugblatt sostituisce l'oralità senza annullarla e coniuga comunicazione verbale con comunicazione non verbale. E' di immediata fruizione, di bassissimo costo. Viene distribuito o venduto ai mercati nelle città e alle fiere dei contadini nelle campagne. Porta la parola di Lutero, denuncia le ingiustizie sociali, prepara la rivolta dei contadini del 1525. E quando i tempi iniziano a cambiare e la società, in quasi tutte le regioni di lingua tedesca, imbecca la via del conservatorismo sociale e dell'ortodossia religiosa, si adatta facilmente a nuove parole d'ordine: diffonde predizioni millenaristiche annunziate da prodigi di ogni genere, stigmatizza comportamenti femminili giudicati empì o anche solo indecorosi, denuncia streghe, maghi, eretici, etc.

Il 'Flugblatt' dimostra poi di non temere quegli ostacoli che Joachim Knappe così riassume: ostacolo cognitivo (non sempre è facile entrare nel sistema cognitivo di un altro), ostacolo situativo (le condizioni in cui avviene la concreta situazione oratoria possono inficiare la trasmissione del messaggio), ostacolo mediale (il messaggio può risultare alterato a causa dello strumento scelto per comunicare), ostacolo testuale (le convenzioni legate allo strumento scelto, o date aspettative del pubblico, possono limitare l'articolazione del pensiero dell'emittente), ostacolo linguistico (l'articolazione del pensiero è condizionata dalla struttura e dal codice linguistico preesistenti). Il 'Flugblatt', infatti, sembra in grado di superare con successo quasi tutti questi ostacoli.

² B. ROECK, *Kulturtransfer im Zeitalter des Humanismus: Venedig und das Reich*, in B. GUTHMÜLLER (Hrsg.), *Deutschland und Italien in ihren wechselseitigen Beziehungen während der Renaissance. Akten des Arbeitsgesprächs des Wolfenbüttler Arbeitskreises für Renaissanceforschung, 21.-23. September 1998*, Wiesbaden 2000, pp. 9-29.

³ Ch. RESKE, *Die Buchdrucker des 16. und 17. Jahrhunderts im deutschen Sprachgebiet*, Wiesbaden 2007.

⁴ Cfr. per esempio M. SCHILLING, *Bildpublizistik der frühen Neuzeit. Aufgaben und Leistungen des illustrierten Flugblatts in Deutschland bis um 1700*, Tübingen 1990. Cfr. anche W. Harms (Hrsg.), *Deutsche Illustrierte Flugblätter des 16. und 17. Jahrhunderts*, voll. 1-4 e 7, München, poi Tübingen 1980-1997; W. HARMS - M. SCHILLING (Hrsg.), *Das illustrierte Flugblatt der frühen Neuzeit. Traditionen, Wirkungen, Kontexte* vol. I-VII, Stuttgart 2008.

L'ostacolo cognitivo è certamente il primo aspetto da risolvere. Il retore deve sapersi proiettare nell'ottica del destinatario, immedesimarmi nella sua psiche, nel suo mondo, e poi elaborare una strategia retorica che gli si adatti. Si tratta di un momento decisivo, se si vuole avere successo, come ben sa il persuasore di professione, sia o no in buona fede. E però il 'Flugblatt', che nasce proprio per persuadere, conosce a fondo il suo pubblico, costituito prevalentemente dai ceti medio-bassi cittadini e dalla popolazione rurale, e sembra in grado di applicare gli strumenti adeguati per diffondere il suo messaggio e avere successo, come è largamente provato.

Ritengo poi che il 'Flugblatt' non conosca seri ostacoli situativi perché il luogo in cui il destinatario del messaggio viene raggiunto dal testo prodotto altrove è quello privilegiato per la discussione pubblica del Cinquecento e risponde pienamente alle aspettative del tempo: la discussione per strada – idealmente in cammino verso una meta. E' quasi come se il pubblico assistesse ogni volta a un comizio improvvisato che poggia su un consenso certo e già espresso in altra sede. L'acquirente del 'Flugblatt' può portare con sé quanto ha acquistato, ma il messaggio, lineare e incisivo, discusso collettivamente per strada, è recepito secondo le intenzioni dell'emittente e non vi sono possibilità di fraintendimento o di disattenzione.

Per lo stesso motivo, il 'Flugblatt' non conosce neanche seri ostacoli di tipo mediale, quelli che caratterizzano la comunicazione cosiddetta dismissiva, cioè a distanza, perché se è vero che può essere letto lontano da chi lo ha concepito nel tempo e nello spazio, la sua fruizione sulle piazze e nei mercati, dove chi li vende al contempo li pubblicizza e li spiega (ogni singolo 'foglio volante' è oggetto di discussione immediata sul luogo in cui lo si acquista, ne discutono insieme imbonitori, venditori, acquirenti e semplici passanti, creando consenso intorno a un messaggio comunque lineare), è collettiva e garantisce, entro ovvi limiti, l'univocità dell'interpretazione.

Non c'è neanche ostacolo testuale, derivante dai limiti che il mezzo scelto impone al messaggio da veicolare, poiché il genere è inventato apposta per questo tipo di comunicazione.

L'ostacolo linguistico, infine, è superato non solo, generalmente, dalla concisione del testo, ma in primo luogo dal ricorso a un altro elemento retorico, non verbale: l'immagine. Questa esercita una doppia funzione, si rivolge a quanti non sanno leggere, e sono i più nonostante una crescente alfabetizzazione nelle città, ma parla anche al lato emotivo dell'uomo, alla sua immaginazione. Sebastian Brandt (Strasburgo 1458-1521) nell'introduzione al suo celeberrimo *Das Narrenschiff* (1494), la *Nave dei folli*, di cui c'è perfino una versione latina a cura di Jakob Locher, *Stultifera navis*, nel 1497⁵, enfatizza proprio questa doppia valenza dell'immagine e si sofferma in particolare sull'impatto emotivo che essa suscita⁶.

Noto a margine che nel corso del Cinquecento saranno in particolare i Gesuiti a rendersi conto del potere dell'immaginazione e ad avvalersene in larga scala in ambito pedagogico. Se Lutero, almeno in un primo tempo, punta sulla parola e sulla possibilità di convincere razionalmente, e cioè attraverso la predicazione, i Gesuiti teorizzano e applicano il

⁵ M. RUPP, 'Narrenschiff' und 'Stultifera navis': deutsche und lateinische Moralsatire von Sebastian Brant und Jakob Locher in Basel 1494 – 1498, Münster – München – Berlin 2002.

⁶ Cfr. sull'argomento anche K. BERGDOLT - J. KNAPE - A. SCHINDLING - G. WALTHER (Hrsg.), *Sebastian Brandt und die Kommunikationskultur um 1500*, Wiesbaden 2010.

principio secondo cui il destinatario del messaggio deve interiorizzare l'informazione che gli viene fornita, farla propria, per potersi poi impartire da se stesso un ordine conforme al messaggio ricevuto. Ma l'“interiorizzazione” dell'indicazione etica o comportamentale ricevuta può avvenire solo attraverso il coinvolgimento dei sensi e dell'immaginazione, cioè attraverso una comunicazione non verbale che suggerisce il lato emotivo ricorrendo anche al suono, all'immagine⁷. Questo principio, oggi ben conosciuto da qualsiasi esperto di marketing, informa tutto il teatro controriformista tedesco, che viene rappresentato per lo più presso le corti⁸. I Gesuiti, infatti, puntano sulla riconversione al cattolicesimo dei sovrani dal momento che la pace di Augusta del 1555, nel tentativo mal riuscito di trovare un accordo fra le parti confessionali in lotta, introduce la norma del *cuius regio eius religio*, demandando di fatto al regnante la scelta della religione da praticare nel paese da lui governato.

Ma nei “fogli volanti” all'immagine, per convincere, polemizzare e aggredire, ricorrono comunque entrambi gli schieramenti, che in ogni caso non trascurano neanche la polemica verbale: basta pensare alla profluvie di epiteti ingiuriosi che tanto i cattolici quanto i protestanti coniano deformando i nomi: così per esempio i cattolici deformano Luther (Lutero) in Luder (carogna), i protestanti non parlano più di Jesuiten (gesuiti) ma di Jesuwider (Anticristo).

Vorrei mostrare ora alcuni esempi a testimonianza della straordinaria valenza retorica delle immagini nei “fogli volanti”, che al contempo attestano i pericoli che sono insiti nell'arte di persuadere, quale che sia il contenuto del messaggio veicolato, e anche nel caso in cui, come nel Cinquecento, i persuasori/retori siano per lo più in buona fede. Ciò non diminuisce affatto il rischio che la divulgazione del loro messaggio comporta.

1. Il primo esempio è un'immagine celeberrima della polemica confessionale del tempo. Si tratta di un'incisione del 1500 circa che rappresenta papa Alessandro VI – al secolo Rodrigo Borgia (1431?–1503) –, che sale al soglio pontificio nel 1492 e vi resta fino alla morte nel 1503, continuando a condurre la vita dissoluta che aveva fino a lì condotto⁹. Non credo che ci sia bisogno di commento: chiunque avesse visto (e veda ancor oggi) quell'immagine del capo della chiesa di Roma non può non avere un moto di ribrezzo e di paura. La parte verbale del testo si limita a una constatazione che è al contempo un'arrogante esclamazione: “Ego sum Papa”. Ahimè doveva esclamare chi l'immagine vedeva, restando nell'incertezza se il diavolo si fosse fatto papa o il papa si fosse fatto diavolo¹⁰.



⁷ L. AUTERI, *Il Cinquecento*, in M. DALLAPIAZZA - U. KINDL (a cura di), *Storia della letteratura tedesca*, Roma-Bari, 2001, vol. 1. *Dal Medioevo al Barocco*, pp. 127-162.

⁸ J.-M. VALENTIN, *Les jésuites et le théâtre. 1554-1680. Contribution à l'histoire culturelle du monde catholique dans le Saint-Empire romain germanique*, Paris 2001.

⁹ Xilografia stampata a Parigi, intorno al 1500. Immagine scaricata da www.wcurrlin.de/links/basiswissen/basiswissen_reformation.htm. consultato il 10-02-2013.

¹⁰ Cfr. E. OSTERKAMP, *Lucifer. Stationen eines Motivs*, Berlin-New-York 1979, p. 78 (Komparatistische Studien, 9).

2. Il secondo esempio risale alla seconda metà del Cinquecento quando sulla polemica confessionale prevale la preoccupazione di diffondere precisi modelli comportamentali e una società ormai in regressione economica e non sicura della propria stabilità politica e sociale coltiva pregiudizi e superstizioni. Anche l'antisemitismo, che aveva preso vigore dopo la cacciata degli ebrei dalla Spagna nel 1492, è tema ricorrente nei fogli volanti.

Nel 1574 viene stampato il: *Wahrhaftiger bericht von zweyn Juden* (Storia vera di due ebrei) che pare rappresentare un avvenimento realmente accaduto, a Leitomischel, in Boemia, il 13 gennaio del 1574¹¹.

L'immagine, che occupa il terzo superiore dell'intera pagina, è qui accompagnata da un lungo testo, su tre colonne che occupano i restanti due terzi della pagina. Il testo racconta di come due ebrei, poi identificati come Isack Lipmann e Isack Solomon e arrestati, avessero tentato di rapire un

bambino cristiano per conto di due donne (arrestate a loro volta e sepolte vive - si sommano così agevolmente antisemitismo e misoginia). Il testo racconta che i due Isack avevano confessato, rivelando anche che il bambino doveva essere ucciso e il suo sangue usato per preparare filtri magici, e quindi erano stati sottoposti a tortura prima di impic-



carli. Il testo, che descrive l'immagine procedendo da sinistra a destra, suggerisce anche le forme di tortura adottate, che non hanno bisogno di commenti, l'immagine parla da sé. Sullo sfondo il patibolo che attende comunque i due condannati. I numerosi dettagli dell'immagine rendono immediatamente evidente la storia raccontata, fatta di estrema violenza, perpetuata quotidianamente. Una storia nota ma che colpisce ancor oggi proprio in forza dell'immagine che accompagna il testo e che doveva accendere gli animi fin dalla consueta discussione collettiva che accompagnava l'acquisto del Flugblatt. La xilografia doveva avere lo stesso effetto che ha oggi un'immagine televisiva o una fotografia su un giornale o in un sito web. Pare, fra l'altro, che questo foglio volante in particolare si ponesse un immediato fine politico: creare consenso al tentativo dell'imperatore Massimiliano II (diventato imperatore nel 1564), di allontanare gli ebrei dai territori dell'Impero, incontrando però resistenze in Boemia e Moravia¹². L'accusa di omicidio rituale rivolta agli ebrei doveva rafforzare gli stereotipi e favorire l'ordine che si voleva stabilire.

¹¹ Immagine presa da W. HARMS, *Deutsche Illustrierte... cit.*, vol. VII, p. 114. Non si conoscono né il luogo né l'autore della xilografia.

¹² Cfr. M. BÜTTNER - G. TEICH, *Wahre Geschichte der gräulichen That - Die Darstellung der Juden im Flugblatt der Frühen Neuzeit* 2005. rcswww.urz.tudresden.de/~frnz/Themen/Flugschriften_Hauptseminar/Flugschriften_Praesentationen.htm - Cfr. anche S. ROHRBACHER - M. SCHMIDT, *Judenbilder. Kulturgeschichte antijüdischer Mythen und antisemitischer Vorurteile*, Hamburg 1991.

3. Il terzo esempio è del 1576 circa e reca il titolo *Eines ehemanns gottlosigkeit* (L'empietà di un marito)¹³.

Come nel primo caso un testo breve accompagna un'immagine che parla da sola.

L'empietà di uno dei coniugi – in questo caso un marito che maledice la moglie – comporta il concepimento di prole con difetti fisici, come insegna anche la Bibbia che riconduce deformità e malattie a peccati commessi anche dai genitori (cfr. per es. Giovanni 5, 5-8; 9, 1-3). Qui il risultato è però ben più vistoso. A essere partorito è addirittura un mostro, al quale di umano resta solo la postura, ma che per il resto ha tratti animaleschi. Il Flugblatt rimanda con ciò a uno degli incubi del tempo, il labile confine fra l'umano e il bestiale, un tema che dopo il *De revolutionibus orbium coelestium* (1543) di Copernico aveva ripreso vigore, riproponendo la questione dell'incerta posizione dell'uomo entro il creato. Ma è anche il mostruoso in sé ad attirare l'attenzione, in un'epoca caratterizzata da concezioni neoplatoniche, per cui la forma è specchio del contenuto. Rifacendosi ad Aristotele come a Isidoro di Siviglia e ad altre *auctoritates* del passato, si pubblicano veri e propri trattati sull'argomento¹⁴. Riecheggiano infine nell'immagine, più che nel testo che fornisce una spiegazione razionale all'esistenza dell'orrenda creatura, convinzioni millenaristiche che, nel predire la prossima fine del mondo, divulgavano la certezza che essa sarebbe stata annunciata da una serie di eventi portentosi, fra cui la nascita di esseri mostruosi.



4. Del 1578 è infine l'ultimo esempio, una xilografia dal titolo *Wahrhaftige Contrafactur einer erschrecklichen Wundergeburt* (Vera riproduzione di una spaventosa neonata creatura)¹⁵.

Siamo sempre nell'ambito del parto mostruoso dovuto a influsso diabolico, e dunque anche alla premonizione millenaristica. L'immagine in questione richiama anche indirettamente l'*Apocalisse* 13, 1, che racconta della bestia che sale dal mare, con sette teste e dieci corna, e mostra una creatura con sette teste e sette braccia, con orecchie di

¹³ Immagine presa da HARMS, *Deutsche Illustrierte... cit.*, vol. VII, p. 254. Non sono noti né l'autore né il luogo di stampa.

¹⁴ Pietre miliari dell'argomento sono a quel tempo testi e autori come i seguenti: Jacob RUEFF, *Von den Empfengknussen und Geburten der Menschen* 1543. Johann Georg SCHENK, *Monstrorum historia memorabilis*, 1609, Caspar Bauhin, *De hermaphroditorum monstrosorumque partuum natura* 1614. Sull'argomento cfr. I. EWINKEL, *De monstis. Deutung und Funktion von Wundergeburten auf Flugblättern Deutschlands des 16. Jahrhunderts*, Tübingen 1995.

¹⁵ Immagine presa da HARMS, *Deutsche illustrierte... cit.*, vol. VII, p. 224. Xilografia a colori accompagnata da testo in prosa, non si conoscono né il luogo di stampa né lo stampatore.

maiale, un solo occhio (come i ciclopi) e gambe equine (come i centauri). Il testo ci dice però la causa della nascita di questo particolare mostro: esso è frutto dell'atto sodomita fra un prete spagnolo e un caprone! Di nuovo uno strumento di propaganda in ambito protestante.

Non credo che ci sia bisogno di altri esempi. Il 'Flugblatt', strumento nato per persuadere, ricorre con perizia al nuovo mezzo inventato da poco, la stampa, e fa un sapiente uso retorico dell'immagine.

Chiunque componga immagine e testo dimostra di avere piena capacità di entrare in sintonia con i destinatari del messaggio, in un'epoca in cui la discussione è collettiva, senza sfumature o ironia, caratterizzata da minacce e insulti, un'epoca in cui il pubblico non è mai passivo, ma sempre compartecipe, e predilige ed enfatizza i toni forti, incapace ormai di capire allusioni più sottili, ragionamenti pacati. Un'epoca molto vicina alla nostra.



ABSTRACT

Il contributo si propone di evidenziare le strategie retoriche sviluppate negli anni della Riforma e della Controriforma dalle diverse fazioni in campo, per fare proselitismo o anche solo per attaccare l'avversario. In particolare, si evidenzia come l'invenzione della stampa abbia consentito la nascita e la diffusione di un vero e proprio genere, quello dei cosiddetti 'fogli volanti'. Questi, a loro volta, come si mostra sulla base di alcuni esempi, sviluppano un particolare rapporto fra immagine e testo, sia per motivare maggiormente l'attenzione emotiva dei destinatari, sia per sollecitare l'attenzione dei non pochi analfabeti.

This paper aims at highlighting the rhetorical strategies developed by the various factions during the years of the Reformation and Counter-reformation to convince potential supporters or to attack the adversary. In particular, we shall see how the invention of printing permitted the birth and spread of a new genre, the so-called "flyers". In these, as we observe in a number of examples, a new relationship between image and text was developed, with the aim of stimulating the emotions of the reader and attracting the attention of the many illiterates of the time.

KEYWORDS: persuasione, età della Riforma, fogli volanti, immagini e testo.