

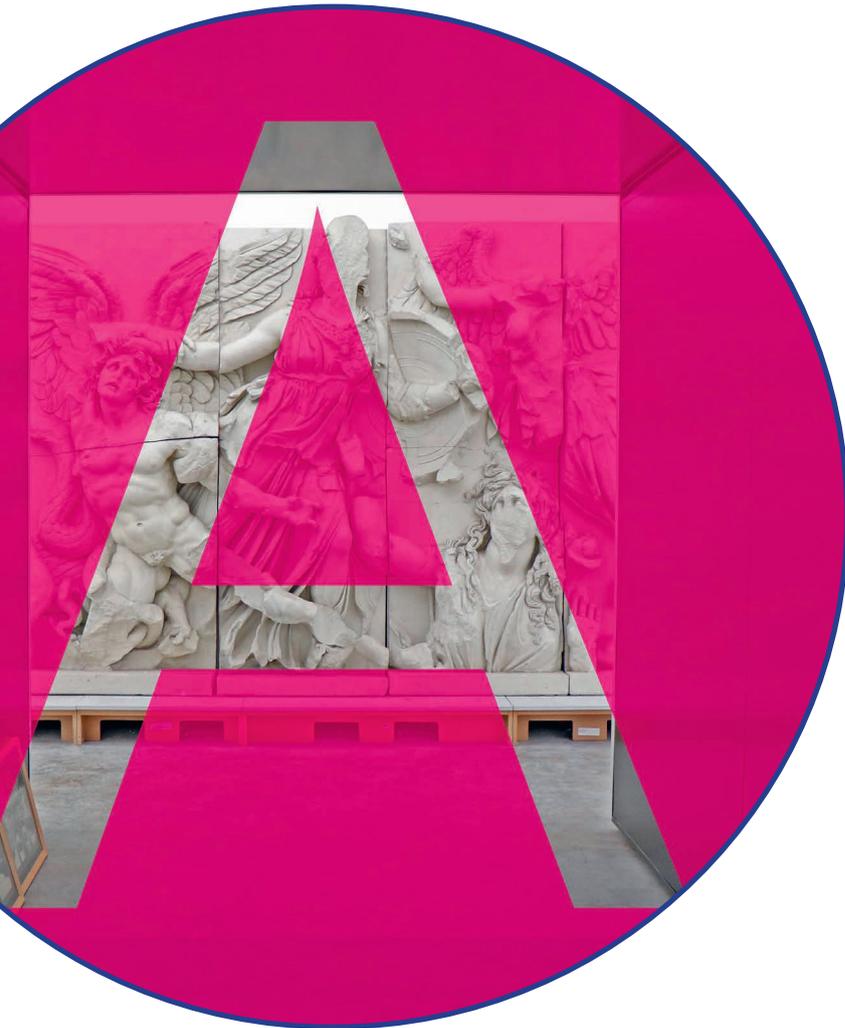
JOURNAL FOR TRANSCULTURAL PRESENCES &
DIACHRONIC IDENTITIES FROM ANTIQUITY TO DATE

thersites

13/2021

Fabien Bièvre-Perrin (Ed.)

Antiquipop



www.thersites-journal.de

Imprint

Universität Potsdam 2021

Historisches Institut, Professur Geschichte des Altertums
Am Neuen Palais 10, 14469 Potsdam (Germany)
<https://www.thersites-journal.de/>

Editors

PD Dr. Annemarie Ambühl (Johannes Gutenberg-Universität Mainz)
Prof. Dr. Filippo Carlà-Uhink (Universität Potsdam)
Dr. Christian Rollinger (Universität Trier)
Prof. Dr. Christine Walde (Johannes Gutenberg-Universität Mainz)

ISSN 2364-7612

Contact

Principal Contact

Prof. Dr. Filippo Carlà-Uhink
Email: thersitesjournal@uni-potsdam.de

Support Contact

Dr. Christian Rollinger
Email: thersitesjournal@uni-potsdam.de

Layout and Typesetting

text plus form, Dresden

Cover pictures:

Fabien Bièvre-Perrin, visuals for the 2019 Antiquipop program,
based on photographs of plaster casts of the Laocoon and the Great Altar
of Pergamum at the Musée des moulages de Lyon, 2018

Published online at:

<https://doi.org/10.34679/thersites.vol13>

This work is licensed under a Creative Commons License:
Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

This does not apply to quoted content from other authors.

To view a copy of this license visit

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

DANIELA COSTANZO

(Ministero della Cultura, Museo Archeologico Nazionale di Reggio Calabria¹)

Le destin des icônes : perception, symboles et images des Bronzes de Riace dans la culture contemporaine

Abstract Très peu d'originaux nous permettent de connaître la statuaire grecque ancienne. Eu égard à la grande production de statues en bronze, un nombre très limité d'œuvres a été sauvé de la fureur du temps et des hommes. Le reste nous est connu de manière partielle et imparfaite par les copies romaines en marbre ou par des notes rapides d'auteurs anciens, qui mentionnent des artistes et des œuvres dont le seul nom demeure. La découverte de statues en bronze de production grecque est donc un événement exceptionnel d'un point de vue scientifique. Les « Bronzes de Riace » ont notamment eu, dès leur découverte en 1972, une immense influence dans la culture populaire, que nous allons aborder dans cet article sous l'angle des *Reception Studies*, en essayant d'intégrer ces réflexions au débat sur leur perception dans le monde contemporain, déjà abordé par deux volumes sortis en 1986 et 2015 (*Gli eroi venuti dal mare/Heroes from the sea* et *Sul buono e sul cattivo uso dei Bronzi di Riace*²), en portant une attention particulière au Web et aux réseaux sociaux.

Keywords Bronzes de Riace, Museo Archeologico Nazionale Reggio Calabria, politique, caricature, publicité

1 Je remercie Maurizio Paoletti et Fabien Bièvre-Perrin pour la relecture de cet article ; Domenico Benedetto D'Agostino pour m'avoir fait connaître, il y a quelques années, le poème de Felice Mastroianni dédié au Bronzes de Riace ; l'Archivio du Musée Archéologique National de Reggio Calabria, Mike_arto4, le collectif *La Psicoscimmia* et Emanuela Robustelli pour les images qu'ils ont partagées.

2 Lombardi Satriani & Paoletti (2002²) ; Paoletti & Settis (2015). Les deux volumes sont absolument incontournables pour la question de l'image des Bronzes.

AVANT-PROPOS : DEUX STATUES, UNE ŒUVRE D'ART ET ONZE T-SHIRTS

En avril 2012, à l'occasion du « derby de Grande Grèce » Reggina vs Croton³, l'équipe de football de Reggio Calabria met en vente des t-shirts de sport en édition limitée arborant une photographie du torse de l'un des deux colosses de bronze découverts à Riace en 1972 et conservés au musée de Reggio. Le slogan « La Reggina indossa la Calabria » accompagne la campagne (Figure 1).

L'initiative a déjà attiré l'attention de chercheurs qui ont abordé la question de la réception contemporaine de ces célèbres statues antiques⁴, mais nous souhaitons poursuivre les réflexions. La première question que nous nous posons



Figure 1 Le défenseur Daniel Adejo porte la t-shirt du Reggina Calcio avec le torse du Bronze A, Image tirée de la vidéo promotionnelle lancée le 12 avril 2012 <https://www.youtube.com/watch?v=6HHE8ULXv5k&feature=youtu.be> (consultation mai 2019).

³ Notons que l'emblème du club de Crotona est le trépied delphique et que ses footballeurs sont surnommés « les rouges bleus pythagoriciens ».

⁴ Paoletti (2015) fig. 19.

est la suivante : comment une œuvre d'art⁵ peut-elle s'être enracinée si profondément dans l'imaginaire collectif qu'elle est devenue un emblème reconnaissable et identitaire dans l'un des domaines le plus significatif de la culture populaire, le football ?

Dans le football italien, les références classiques sont nombreuses⁶, même si elles sont plus rares que les symboles issus du Moyen-âge et de la Renaissance : l'AS Roma, avec la Louve capitoline, offre probablement le meilleur exemple d'une œuvre d'art devenue l'emblème d'une équipe après être devenue l'emblème de l'histoire de la ville⁷. Afin de rester dans la discipline du football, et dans un pays où l'Antiquité classique est perçue comme fondatrice de l'identité nationale, regardons la situation en Grèce : le club athénien Apollon Smyrnis affiche dans son emblème officiel la tête de l'Apollon Citharède, l'Aris et l'Iraklis, basés à Thessalonique, ont quant à eux choisi l'Arès Ludovisi et l'Hercule Farnèse. Dans ces trois cas, le choix de l'œuvre d'art est lié au nom de l'équipe et illustre de manière générale l'idéal d'athlétisme et de force incarné par les divinités citées. Un cas de référence plus précise au passé de la ville est l'emblème de l'équipe ΠΑΣ Giannina, avec son taureau en position d'attaque issu des monnaies de la Ligue Épirote⁸. Ces œuvres, mis à part dans le cas des monnaies épirottes, ne sont pas conservées dans les musées des villes qui les ont choisies en tant qu'emblèmes. Ces différents exemples permettent de mettre en évidence une différence fondamentale entre ces clubs et notre cas calabrais. À l'exception de ceux qui ont accomplis des études d'art classique, combien de supporters grecs, après avoir reconnu un sujet génériquement ancien, savent quelle œuvre d'art est citée sur le blason de leur équipe et pourquoi ? Dans le cas de Reggio Calabria, au contraire, on peut affirmer que la familiarité des supporters

5 Bien qu'il s'agisse de deux statues, les bronzes sont souvent perçus comme une seule œuvre d'art : on reconnaît de manière empirique et instinctive leur appartenance à un groupe.

6 La Lazio utilise dans son emblème l'aigle imperiale, l'Atalanta Bergamasca Calcio s'inspire de l'héroïne Atalante.

7 Ducomet (2017). L'utilisation de la Louve dans le blason de la ville remonte à Napoléon, mais l'iconographie est liée aux origines de la ville depuis toujours. En 1960, la Louve capitoline fut également choisie comme emblème des Jeux olympiques de Rome.

8 Parmi les équipes grecques, les références génériques à l'Antiquité dans les emblèmes sont nombreuses : on mentionne ici l'Olimpiakos, le Thrasylvoulos F.C., l'Aias Salamina F.C. ; le ΠΑΣΑ Irodotos Alikarnassos utilise un buste d'Hérodote d'iconographie comparable à celle de Palazzo Massimo à Rome, c'est l'importance du personnage et non pas celle de l'œuvre d'art qui a compté dans ce choix.

avec les bronzes de Riace est telle que l'utilisation *pars pro toto* du torse est suffisante pour évoquer et actionner le processus d'identification de la ville et de ses œuvres d'art les plus célèbres.

Ce fort sentiment d'appartenance, liant les habitants de la ville et les deux statues, se manifeste certes dans le football, mais aussi nous allons le voir, dans de nombreux autres domaines, notamment dans le dessin satirique où les deux bronzes commentent les événements locaux et nationaux dans le dialecte de Reggio⁹.

DÉCOUVERTE ET SUCCÈS MÉDIATIQUE

Revenir rapidement sur les étapes de la découverte aidera à aborder la question de la fortune de ces statues : certains mécanismes de réception se manifestent de fait dès leur mise au jour. Le 16 août 1972 un plongeur romain, Stefano Mariottini, identifie le bras d'une statue au fond de la mer, à environ 300 m de la côte de Riace. La Surintendance de Reggio Calabria est alertée : entre le 20 et le 21 août, les carabinieri de Messine récupèrent deux statues. Une foule immense s'amasse sur la plage : des centaines de personnes sont venues assister aux opérations (Figure 2).

À ce moment-là, un important phénomène anthropologique se produit. Le petit village de Riace est consacré aux deux saints Côme et Damien : chaque année en mai, leur reliquaire est plongé dans les eaux de la mer Ionienne¹⁰, à l'endroit

⁹ L'intention polémique est toujours aux aguets. Ainsi, après la visite à Rome du Premier ministre iranien Hassan Rouhani en janvier 2016, alors que les statues « de nus » conservées dans les Musées Capitolins ont été cachées par des panneaux, dans un dessin, le Bronze A fait remarquer à l'autre qu'il est complètement nu, le Bronze B, inquiet, s'exclame alors que s'ils avaient été à Rome, eux aussi auraient sûrement été rhabillés ! Même l'ouverture d'un grand supermarché est l'occasion d'une amère ironie faisant allusion au dramatique chômage en Calabre : le Bronze A demande à son « collègue » s'il a déjà envoyé le CV pour travailler chez Eurospin.

¹⁰ « La < festa di maggio > anche detta < festa del Braccio > coinvolge soprattutto la comunità di fedeli di Riace. Ogni anno, la seconda domenica di maggio, a ricordo di quanto accaduto al pastorello, le reliquie dei Santi vengono portate in processione al < castedu >. Una teca d'argento a forma di braccio viene trasportata lungo un itinerario campestre attraverso i sentieri della campagna di Riace, dalla Chiesa Matrice fino a raggiunge la spiaggia di Riace Marina. Una volta giunti sulla spiaggia, la teca viene imbarcata e portata nei pressi di



Figure 2 La découverte des Bronzes de Riace en 1972, Su concessione del Ministero della Cultura n. 20 del 24/06/2021 – Museo Archeologico Nazionale di Reggio Calabria.

uno scoglio dove la tradizione racconta che sia rimasta l'impronta del piede di San Cosimo, dopo la traversata a nuoto dall'Arabia. Un tempo, durante il tragitto, i contadini, oggi i devoti che partecipano, depongono sulla base dove è collocata la teca fasci di spighe di grano, piante di fave, di piselli e rami di ulivo, la processione veniva, infatti, intesa come rito propiziatorio contro la siccità » <http://www.idea.mat.beniculturali.it/feste-e-tradizioni/calabria/item/197-santi-cosma-e-damiano-a-riace> ; consultation janvier 2020.

même où les Bronzes sont récupérés¹¹. L'imagination populaire, malgré la nudité et l'Antiquité évidente des statues, identifie les Bronzes aux deux saints. Une véritable consécration de la découverte comme « pêche miraculeuse » se produit, un phénomène considéré par l'anthropologue Luigi M. Lombardi Satriani comme un moyen de rendre compréhensible un événement extraordinaire, en l'encadrant dans des modèles mentaux partagés par la communauté¹². La presse ne fait pas écho à cette grande résonance locale et la découverte occupe une petite place dans les articles des journaux régionaux et nationaux de l'époque¹³. Du point de vue scientifique, dans cette phase initiale, l'authenticité des œuvres est débattue par les archéologues et les historiens de l'art ancien. Néanmoins, moins de deux mois après leur découverte, le surintendant Giuseppe Foti se prononce de manière convaincue et enthousiaste sur la valeur des statues au Congrès d'histoire et d'archéologie de la Grande Grèce de Tarente¹⁴. La restauration conduite par l'Istituto Superiore per la Conservazione ed il Restauro à

11 Giuseppe Roma pense qu'il y a un rapport précis entre cette tradition religieuse et le contexte archéologique des Bronzes : before Roma's citation, « In altre parole le statue non furono prese e interrate, ma si ha l'impressione che la deposizione fu molto rispettosa e ordinata. Vennero posizionate con il capo orientato perfettamente a W e si scelse un luogo riparato e facilmente identificabile per chi ne era al corrente, forse in attesa di tempi migliori per il recupero. Il ricordo nella memoria collettiva degli abitanti di Riace di quello spazio, e non di un altro, come « area sacra » da onorare con una processione che percorre chilometri per andare a immergere lì le reliquie dei santi patroni, è più che una conferma di questa ipotesi », Roma (2015) 81. Voir aussi Roma (2009).

12 Lombardi Satriani (2002²).

13 Settis (2015) 3–5.

14 « Si riconoscevano a prima vista come originali di arte greca, tra i pochi giunti fino a noi dall'antichità. Si tratta di due figure nude, stanti, maschili, delle quali una con il capo coperto da elmo attico. Imbracciano uno scudo, ora perduto ed evidenziato dalla sola maniglia di presa e dovevano avere, nella destra abbassata, un'arma difensiva (una asta o una spada). Ai piedi i grandi tasselli di piombo denunciano che le due opere sono state strappate dalle basi originarie, forse in pietra o in marmo. [...] Sono certamente due originali della grande arte dei bronzisti greci del V sec. a. C. Lo mostrano lo spessore del bronzo, i particolari struttivi dei corpi tanto vicini alle opere della metà del secolo, ma soprattutto la tecnica usata dall'artista nella resa dei particolari del volto, della barba, della chioma, delle ciglia, come già ci appaiono nei primi tentativi di restauro eseguiti su una delle statue. Forse l'affermazione è un po' azzardata. Speriamo che una conferma venga dallo studio che seguirà al completamento del restauro. Ad ogni modo si tratta di due opere che da sole fanno un Museo ! Vi invitiamo a venire a Reggio per vederle. Certo, come noi, resterete impressionati dalla loro bellezza », Foti (1973) 351–352.

Florence est longue et le silence s'abat sur les statues. En 1980, les Bronzes reviennent sous les feux des projecteurs à une échelle nationale à la suite de leur première exposition à Florence, qui attire des hordes de touristes et d'experts. Le Président de la République, Sandro Pertini, les veut au Quirinal : en deux semaines d'exposition les Bronzes attirent 300.000 visiteurs dans une véritable procession se déroulant sous la canicule et la pluie de Rome. « Tutti pazzi per i Bronzi ! », « Estate 81/perché sono tutti impazziti per i Bronzi di Riace » ... les titres des journaux illustrent le phénomène anthropologique et contribuent au succès médiatique des Bronzes : leur consécration en tant qu'icônes de beauté et de la perfection artistique du passé grec est complète.

Luigi M. Lombardi Satriani relève que les Bronzes sont à la fois anciens, en tant que produits d'une société lointaine dans le temps (mais proche dans l'espace), et modernes, car notre génération a eu le « privilège » de les revoir après des siècles et des siècles d'oubli¹⁵. Leur succès dans la culture populaire, poursuit l'anthropologue, est également motivé par le caractère sensationnel de la découverte : la découverte aurait pu être le fait de tout un chacun, sans que de longues années d'études et de campagnes de recherche ne soient nécessaires. Et pourtant, malgré ces analyses lucides, il est indéniable que les Bronzes exercent depuis le début une fascination collective presque irrationnelle, mobilisant d'importants flux de personnes¹⁶. En effet, aucune statue antique classique n'a probablement suscité autant de rumeurs et de passion. D'autres œuvres emblématiques, telles que la Vénus de Milo, la Victoire de Samothrace ou l'Apollon du Belvédère, ont fait sensation lors de leur découverte, mais alors que la société de médias n'était pas développée : elles se sont d'abord « installées » dans les milieux scientifiques et artistiques, et ont pris place seulement plus tard au sein de la culture populaire, qui a depuis assimilé et réinterprété leurs images à large échelle. *Mutatis mutandis*, la même rumeur et le même impact sur la culture contemporaine ont accompagné la découverte du Laocoon en 1506¹⁷.

15 Lombardi Satriani (2002²) 130–131.

16 « Estate '81. Esplode la mania per i guerrieri di Riace/Pazzi per i bronzi/Incredibile : nell'Italia dei musei trascurati e delle aree archeologiche abbandonate, la gente si alza prima dell'alba per due statue. Che cosa è ? Il richiamo del mistero o del simbolismo sessuale ? Risveglio culturale o divismo analfabeta ? », *Panorama*, XIX, 13 juillet 1981, cité par Paoletti (2015) 80.

17 Settis (2006). On pourrait se demander quelles directions aurait pris l'art de Michel-Ange s'il avait vu les Bronzes de Riace.

Au-delà de ces réflexions, nécessaires pour encadrer des phénomènes qui accompagnent les Bronzes dès leur découverte, c'est l'utilisation de leur image qui nous intéressera ici. Depuis le début de leur « fortune médiatique », les Bronzes ont fait l'objet d'une vaste exploitation de leur image, dans différents domaines que nous allons à présent analyser en détail.

AU PLUS OFFRANT : ICONES, SOUVENIRS, MARQUES ...

L'utilisation la plus évidente de l'image des Bronzes concerne le secteur commercial. Le phénomène n'est pas nouveau, au contraire, on peut affirmer sans aucun doute qu'il accompagne les Bronzes de Riace depuis les années 1980¹⁸, au lendemain de leur « découverte » par le grand public. Il concerne principalement la production de souvenirs très kitsch de la région (très souvent *Made in China*), où les Bronzes sont invariablement placés près du Détroit de Messine en tant que symboles de la ville de Reggio Calabria, associés à des costumes traditionnels et à des produits gastronomiques typiques : piment, oignon, bergamote, espadon ... (Figure 3).



Figure 3 Les Bronzes-souvenirs parmi les produits typiques calabrais : à gauche dans une cafétéria à Reggio Calabria, à droite dans l'aéroport international de Lamezia Terme, Clichés D. Costanzo, 2019.

¹⁸ Voir Paoletti (2015).

Ces opérations, tout-à fait incontrôlables, modifient la nature d'œuvres d'art et la valeur esthétique des statues, très souvent déformées de façon presque caricaturale. La même finalité commerciale s'applique à toute une série de reproductions des Bronzes de tailles et matériaux divers, aux prétentions artistiques et parfois très coûteuses. Mentionnons notamment une impression 3D grandeur nature en carton recyclé du Bronze B, en vente sur Internet : le prix était de 1.200 euros en août 2018, il a atteint 2.200 euros en janvier 2020¹⁹.

Les entreprises privées ont utilisé et continuent d'utiliser les Bronzes dans la production de produits des plus variés : la seule présence des statues semble une garantie de succès pour chaque initiative commerciale et le phénomène se répète au niveau national et local. Pour Noël 2017, le groupe Ferrero, en collaboration avec le Fondo Ambiente Italiano, a ainsi lancé la campagne publicitaire « Scopri la bellezza d'Italia ». Dans les supermarchés du pays, chaque région était représentée par des monuments symboliques « couverts » par les célèbres chocolats : le Colisée pour le Latium, la Mole Antonelliana pour le Piémont, le Dôme de Milan pour la Lombardie et, bien évidemment, les Bronzes de Riace pour la Calabre (Figure 4).

À l'occasion de cette campagne, la Fondation Ferrero a soutenu financièrement plusieurs projets du Fondo Italiano per l'Ambiente destinés à restaurer des œuvres d'art et des monuments : il s'agissait donc d'un *concept* plus large, qui à côté de l'augmentation des ventes, proposait une action d'intérêt collectif visant à soutenir et valoriser le patrimoine culturel avec des aides ponctuelles. Ce qui est frappant, c'est que les Bronzes sont la seule œuvre d'art figuratif de la campagne, qui a préféré pour chaque région les monuments architecturaux les plus représentatifs. En Calabre, des monuments importants auraient pu attirer leur attention : la colonne du temple d'Héra Lacinia à Crotona (qui figure dans le blason de la région), la Cattolica à Stilo, le rocher de Tropea avec l'église Santa Maria dell'Isola, le Dôme de Cosenza, le château de Le Castella ... Aucun de ces édifices n'est cependant aussi reconnaissable et marquant que les Bronzes de Riace, élevés au rang de symbole et de monument. Ils sont si emblématiques que, tout comme les produits commerciaux modernes (comme la bouteille de Coca-Cola par exemple), leur silhouette est suffisante pour leur évoquer : une boulangerie historique de Reggio Calabria, dont l'un des points de vente est situé auprès du musée archéologique, a lancé en 2018 la ligne « Bronzi Choc », des

19 <https://ecoliving.it/products/statua-in-cartone-riciclato-bronzo-di-riace-stampa-3d-maxi-nextmaterials> ; consultation janvier 2020.



Figure 4 La campagne Ferrero 2017 « Scopri le bellezze d'Italia », © City Now, 13 dicembre 2017, <https://www.citynow.it/ferrero-rocher-sceglie-bronzi-riace-liniziativa-scopri-le-bellezze-ditalia/> (consultation mai 2019).

biscuits et des glaces qui portent sur l'emballage la seule silhouette des deux statues. Le propriétaire a déclaré à cette occasion vouloir ainsi « contribuer à la valorisation » de la ville à travers la référence aux deux statues. À une échelle plus limitée que celle de la campagne Ferrero, et sans aucun impact effectif sur le patrimoine, le but commercial est donc placé auprès de celui, plus élevé, de participer à la diffusion du patrimoine de la ville.

Les institutions aussi ont exploité l'image des Bronzes : en 2011, la région Calabre a ainsi lancé un spot vidéo de promotion touristique dans lequel les bronzes de Riace, animés par une technique 3D plutôt discutable, s'échappaient du musée en cachette et devaient choisir entre passer l'été à la montagne ou à la

mer. Le spot a été très critiqué : d'abord pour le coût élevé de sa réalisation, ensuite pour le message implicite, c'est-à-dire que les Bronzes étaient prisonniers du musée. L'archéologue Mario Torelli a défini cette opération comme « il livello più basso conseguito dalla manipolazione delle immagini delle nostre sculture, per la loro scoperta mercificazione e per le finalità puramente crematistiche del < testimonial' »²⁰. Une autre campagne de promotion du tourisme de la région de la Calabre, en 2014, était certainement plus appropriée au moins d'un point de vue esthétique : le spot diffusé sur les chaînes de télévision italiennes utilisait les photographies de l'artiste Mimmo Jodice et la voix de l'acteur Gianfranco Giannini pour louer les beautés naturelles et artistiques calabraises. Le même spot a été diffusé à bord des avions Alitalia, qui ont voyagé autour de l'Europe et du monde, emportant l'image des Bronzes sur leur livrée. Dans ce cas, la promotion était coordonnée : Alitalia garantissait des réductions sur les vols entre les principales villes italiennes et les aéroports calabrais et le musée de Reggio Calabria offrait une remise à l'entrée sur présentation de la carte d'embarquement²¹. À l'étranger, près de 5 millions d'euros ont été investis pour faire la promotion de la Calabre dans les grandes villes européennes en 2016 : à Madrid, Londres, Bruxelles, Moscou, Berlin, Dublin et Zurich, la carrosserie d'environ 210 mètres et autobus étaient ornée de photographies des paysages calabrais et des Bronzes de Riace²². Aucun bilan n'a encore permis de savoir si cet important investissement a entraîné une augmentation réelle du nombre de touristes en Calabre.

IDEAL VS REAL : LES BRONZES ET LES ARTS

En tant qu'œuvres d'art, les Bronzes inspirent à leur tour d'autres formes artistiques : leur succès dans ce domaine est important et se reflète à la fois dans les arts figuratifs (peinture, sculpture, photographie, infographie, bandes dessinées,

²⁰ Torelli (2015) 34.

²¹ <http://corporate.alitalia.it/it/media/comunicati-stampa/07-03-2014a.html> ; consultation mai 2019.

²² <http://www.strettoweb.com/2014/03/nikon-e-alitalia-portano-bronzi-di-riace-nel-mondo-per-valorizzare-reggio-e-la-calabria-presentato-il-progetto-di-promozione-turistica/120977/> ; consultation janvier 2020.

tatouages), dans le design et dans la poésie, témoignant de leur importante capacité à inspirer les artistes et les écrivains contemporains dans un processus créatif dynamique. Nous avons ici choisi d'analyser deux exemples de lecture et réinterprétation des Bronzes. Éloignés dans le temps, 1982 et aujourd'hui, ils participent de différentes manifestations artistiques, poésie et photographie, et sont le fait d'artistes de milieux culturels différents, un calabrais et un français. Ils illustrent bien les pôles opposés entre lesquels les statues ont été lues et relues par la culture contemporaine. Comme pour chaque œuvre d'art emblématique, la réception peut être double : paradigme ou idole à abattre.

Auteur de plusieurs recueils de poèmes à partir de 1963, Felice Mastroianni (1914–1982), poète et enseignant calabrais, a vécu entre Naples et le petit village de Platania, aux pieds du mont Reventino. Le thème fondamental de la poésie de Mastroianni est l'évocation nostalgique du passé, qui concerne à la fois le milieu de la famille, à travers la mémoire des morts, et le souvenir de sa patrie idéale, la Grèce, à laquelle il se sent profondément lié « per sangue e per spirito ». La référence à la tradition classique et à la poésie ancienne (Homère en particulier) trouve son expression et ses traits stylistiques précis dans l'utilisation de la langue néo-grecque. Son dernier recueil *La favola di Eutichio*, publié à Athènes en 1982, comprends un poème dédié au Bronzes de Riace²³.

ΟΙ ΠΟΛΕΜΙΣΤΕΣ ΤΟΥ ΡΥΑΚΙΟΥ

I « GUERRIERI DI RIACE »

Το θαύμα
βγαλμένο απ' το γαλάζιο τάφο
της θάλασσας της γης μου.

La meraviglia
affiorata dalla tomba azzurra
del mare della mia terra.

Οι εξόριστοι απ' τη φωτεινή νιότη
κι απ' την ιερή αρμονία της Ελλάδας.

Gli esuli dalla luminosa giovinezza
e dalla sacra armonia dell'Ellade.

Στα μάτια σας η μελαγχολία
ενός χαμένου κόσμου.

Nei vostri occhi la malinconia
d'un mondo perduto.

²³ Mastroianni (2014²) 292–293.

Εμείς, σημερινά ανθρωπάκια, – εξόριστοι, πάντα πιο εξόριστοι απ' τις αρχέγονες κι αγνές πηγές της ζωής – σας κοιτάζουμε, μαγεμένοι.	Noi, piccoli uomini d'oggi, – esuli, sempre più esuli dalle primigenie e pure sorgenti della vita – vi guardiamo, incantati ...
---	---

Dans sa vision idéalisée, les Bronzes sont les témoins muets du passé, exilés d'un monde perdu et glorieux (ιερή αρμονία της Ελλάδας); les hommes d'aujourd'hui, exilés eux aussi (εξόριστοι), désormais loin de la perfection ancestrale, admirent fascinés ces œuvres. Le poème s'ouvre et se termine avec une référence à la merveille (θαύμα) et à la fascination exercée par les statues (μαγεμένοι).

La comparaison ne pourrait pas être plus frappante et en même temps plus exemplaire. En 2014 Gerald Bruneau photographie les Bronzes en tulle, string et boa fuchsia. L'impact médiatique est alors très fort et sa production reçoit dans la plupart des cas des critiques acérées : on parle sans ambages d'affront intolérable au patrimoine²⁴. Plusieurs mouvements artistiques du XX^e siècle (dadaïsme, surréalisme, pop-art) avaient déjà utilisé certaines œuvres d'art iconiques de manière frappante et désacralisante, dans le but de remettre en question l'art bridé des institutions telles que les académies et les musées : en 1919 Marcel Duchamp dévoile *L.H.O.O.Q.*, reproduction de La Joconde affublée d'une paire de moustache. Combinaison de *ready-made* et de dadaïsme iconoclaste²⁵, elle deviendra à son tour le manifeste du mouvement Dada et une œuvre iconique. Il y a peut-être un fil rouge entre ces deux opérations de resémantisation d'un chef-

24 Parmi les titres des journaux : « Guerrieri in pelliccia. L'ultimo clamoroso oltraggio ai Bronzi di Riace » (*Fame di Sud*, 1er août 2014); « Outracy after ancient Greek statues snapped in tulle and feathers » (*The Telegraph*, 4 août 2014); « A symbol of virility – with feather boa and thong : Row over photos of the ancient statue that's dressed up » (*Independent*, 4 août 2014). Si en général les archéologues, les institutions et les citoyens de Reggio Calabria ont jugé le reportage outrageant, il existe quelques avis divergents : « Bruneau ha infatti creato un'opera diversa e la componente di creatività è indiscutibile, per cui le sue foto possono senz'altro essere definite un bene culturale a se stante. E ciò nulla toglie all'interesse che la riproduzione può togliere all'opera originaria : non ci risulta che dopo la caricatura di Duchamp siano diminuiti i visitatori del Louvre curiosi di vedere la Gioconda. L'opera di Bruneau è sicuramente stata importante e valorizzante perché ogni rivisitazione che abbia dignità artistica, a giudizio di chi scrive, contribuisce a creare una letteratura che non fa altro che aggiungere e nulla togliere all'opera originaria conferendo significati senza per questo svilirne l'immagine » Sammarro (2019).

25 Duchamp (1994) 224.

d'œuvre : pour *L.H.O.O.Q.* Duchamp joue sur l'ambiguïté du genre masculin et féminin (son invention de l'hétéronyme Rose Selavy est à cet égard particulièrement éclairante), quant Gerald Bruneau déclare à propos des bronzes de Riace que « Se facciamo i dotti e i filologi, si finisce per dover dire che omosessualità e pederastia nella Grecia classica non erano pratiche anormali, né oggetto di scandalo sociale. Quindi sbaglia chi pensa che ho voluto contaminare del morbo del XXI secolo due icone classiche. Ho solo cercato di restituire un ordine di idee antico attraverso la banalità kitsch del presente : accessori Camp che sono il triste analogo mercificato di quel che nel mondo ellenico era il culto della bellezza in base al quale si praticava l'amore tra persone dello stesso sesso [...] seguendo la mia intuizione artistica, ho pensato di passare dai simboli della purezza transgender (un velo da sposa su un guerriero simbolo della virilité), a quelli del gusto Camp e Kitsch della contemporaneità : un tanga, un boa fucsia. »²⁶

Dans les intentions du photographe donc, les photographies auraient dû questionner la virilité incarnée par les Bronzes et attirer l'attention sur la lutte pour les droits de la communauté LGBT, contribuant à lutter contre l'homophobie. La production de Gerald Bruneau est une réélaboration de l'image des statues qui s'appuie sur la perception esthétique populaire de ces œuvres d'art, qui a élevé les Bronzes en véritables icônes de virilité. Cependant, comme Mario Torelli l'a relevé à juste titre, il s'agit d'un malentendu. L'archéologue souligne que l'intention des artistes grecs n'était certainement pas d'exalter des formes de machisme²⁷ : dans l'art grec ancien la perfection physique répond à la fois à une série de vertus morales, résumée dans l'expression *Kalos kagathos* (beau et bon), qui n'a rien à voir avec ces prétendues manifestations de virilité. Toutefois, comme cela a déjà été mis en évidence²⁸, dès les prémices de leur succès médiatique et en dépit des analyses scientifiques, les Bronzes sont devenus dans l'imaginaire populaire des symboles de la beauté masculine et du corps humain, véritables incarnation de perfection physique.

En 1981, l'hebdomadaire *Panorama* proposait en pleine page une photographie du Bronze A, accompagnée du titre « Bello come un dio » : dans le langage populaire ils sont « les beaux » par antonomase. Un peu partout en Italie,

²⁶ Réponse de Bruneau aux accusations de l'ancienne Surintendante Simonetta Bonomi : <https://m.dagospia.com/la-soprintendente-del-museo-di-reggio-calabria-bruneau-lo-prendo-a-calci-la-replica-di-brune-82285> ; consultation janvier 2020.

²⁷ Torelli (2015) 36–37.

²⁸ Lombardi Satriani (2002²) ; Fileni (2002²).

l'appellation « bronzo di Riace » ou plus simplement « bronzo » (forme abrégée probablement plus répandue en Calabre) désigne de jeunes hommes de grande beauté, un honneur rare²⁹. Les statues ont, semble-t-il, toujours exercé une forte attraction sexuelle³⁰ : dès leurs premières expositions à Florence et Rome, les témoignages de visiteurs (hommes et femmes sans distinction) physiquement attirés par les statues ne sont pas rares³¹. Si la nudité est un code de représentation très répandu dans la culture classique et sa réception, elle est moins fréquente dans la conscience de ceux qui ne connaissent pas bien l'art et ses manifestations esthétiques. Cette inexpérience, rapportée à la contemplation de statues dont le physique est sans doute puissant, a suscité curiosité et attirance.

29 Le 2 août 2017, un reportage sur la star Roberto Bolle publié par un magazine en ligne titre avec enthousiasme : « Meglio di un bronzo di Riace ! [...] Il ballerino posta le foto su Instagram e si mostra in tutta la sua bellezza : fisico da urlo ». Dans ce piège à clics, focalisé sur les photos de Bolle à la piscine, on lit plus avant « Addominali scolpiti, spalle larghe, bicipiti e gambe toniche, Roberto Bolle non ha nulla da invidiare ai bronzi di Riace » (<https://www.caffeinamagazine.it/dal-web/210125-meglio-di-un-bronzo-di-riace-robotto-bolle-il-bagno-in-piscina-e-da-infarto-il-ballerino-posta-le-foto-su-instagram-e-si-mostra-in-tutta-la-sua-bellezza-fisico-da-urlo/> ; consultation janvier 2020). Plusieurs mêmes Internet lancés sur les réseaux sociaux parodient l'expression italienne « Non è bello ciò che è bello, ma è bello ciò che piace » et la transforment en « Non è bello ciò che è bello, ma è bello ciò che Riace », avec les deux statues en évidence. Encore une fois, même dans un contexte humoristique, les statues incarnent un paradigme de beauté.

30 Franco Fileni souligne toutefois que c'est surtout la statue A qui transmet un « atteggiamento provocatoriamente sessuale [...] un atteggiamento di corteggiamento esibizionistico, scoperto e tracotante tanto da risultare nel suo narcisismo quasi sfacciato. Il suo sorriso-ghigno non fa altro che sottolineare tutto ciò che nel suo corpo è iscritto anche se non a chiare lettere » : Fileni (2002²) 147. Encore, « l'insieme dei tre elementi – pene, scudo, lancia, – doveva esaltare la virilità eroica, mentre ora il sopravvissuto dei tre accentra l'occhio dello spettatore, non per voyeurismo, ma perché centro di una struttura dove prima il bacino e le armi, rispecchiandosi, facevano convergere », Fileni (2002²) 152–153.

31 Fileni (2002²).

LA RÉCEPTION COMME RÉSISTANCE : LES BRONZES, LA POLITIQUE, RIACE

L'utilisation des Bronzes à des fins politiques n'est pas vraiment récente : déjà dans les années 1980, on retrouve les statues de Riace dans plusieurs dessins satiriques sur les hommes politiques de l'époque, et encore aujourd'hui les mêmes dynamiques se répètent avec des cibles différentes. En 2015, à l'occasion de la réouverture du Musée suite à une longue phase de restauration, un dessin satirique illustre bien le phénomène : le Bronze B, regardant Matteo Renzi, alors premier ministre, s'exclame que Renzi a un visage de bronze (faccia di bronzo), une expression indiquant l'impudence. Ainsi, la satire implique également des représentants politiques actuels : Matteo Salvini est représenté en train de peindre en blanc le Bronze A, dont l'alliage métallique naturel est actuellement presque noir. « Comme ça ils arrêteront de tirer les noirs hors de la mer ! » s'exclame le chef de la Ligue, le pinceau à la main (Figure 5).



Figure 5 Dessin satirique : les Bronzes et Matteo Salvini, ©Mike_art4, collettivo La Psicoscimmia, 19 novembre 2018, image fournie par l'artiste.

Le rapport entre la Ligue et les Bronzes est très particulier : en 2014, les médias ont lancé une polémique soutenue par le critique d'art Vittorio Sgarbi et le président de la région Lombardia Roberto Maroni sur le transfert des deux statues à Milan pour la grande Exposition universelle 2015³². La surintendante de l'époque a précisé qu'aucune demande officielle de prêt n'était parvenue au Musée de Reggio Calabria. Quoiqu'il en soit, le Ministre Franceschini avait chargé une commission d'experts pour évaluer les risques d'un éventuel transport des Bronzes, qui avait émis un avis négatif quant à un déplacement des statues³³. La controverse ne s'est pas arrêtée et certains militants de la Ligue ont mis en scène un « enlèvement » symbolique des Bronzes à l'entrée du Musée³⁴. Cette affaire, éventuellement grotesque, mets deux éléments en évidence. Tout d'abord, on constate que les statues sont vues comme des simples ornements à déplacer en fonction des occasions les plus disparates et sans projet scientifique de valorisation qui, il faut le souligner, dans la législation italienne est liée à la protection des œuvres³⁵. Ce type de propositions n'a rien à voir avec une réelle valorisation et une compréhension profonde des œuvres, qui sont soustraites à un récit scientifique pour des finalités politiques ou économiques et traitées comme des stars du showbiz, tirées hors de contexte³⁶. Deuxième élément, cette polémique

32 « Bronzi per Expo, Sgarbi attacca : < Trasportarli è facilissimo. Chi si oppone è un conservatore >. Il critico e ambasciatore per le arti : < Sono un bene dello Stato, non della Calabria >. Poi dice che si rivolgerà al ministro Franceschini » https://milano.repubblica.it/cronaca/2014/08/18/news/bronzi_a_milano_sgarbi_insiste_trasportarli_facilissimo_chi_si_oppone_conservatore_e_superstizioso-94008388/ ; consultation mai 2019.

33 Pour le texte complet de la commission voir Paoletti & Settis (2015) 107–110.

34 « Bronzi di Riace, leghisti inscenano rapimento simbolico delle statue : < Contro chi non vuole portarli all'Expo di Milano > » https://www.huffingtonpost.it/2014/09/25/bronzi-riace-lega-rapimento_n_5882796.html ; consultation mai 2019.

35 « La valorizzazione è attuata in forme compatibili con la tutela e tali da non pregiudicarne le esigenze » (art. 6, c. 2, *Codice dei Beni Culturali e del Paesaggio*).

36 « Nell'era della sua riproducibilità, il capolavoro non cancella la sua aura, la moltiplica esponenzialmente. Al prezzo di cambiare statuto : non è più un'opera d'arte, ma un'icona, un simbolo pop che al pari delle star dello spettacolo è capace di attirare pubblico, e quindi viene usato alla stregua di un ospite di lusso a Sanremo [...] Non importa più che cosa significhino, che cosa sono, quale sia la loro storia. In una parola non importa più la conoscenza che portano con sé, ma solo la loro presenza. Non ci sono mostre, ma eventi », Botta (2015) 40. Déjà en 2009 Silvio Berlusconi et l'ancien ministre du patrimoine Sandro Bondi avaient proposé le déplacement des Bronzes en Sardaigne tout simplement pour « accueillir » les membres du

a exploité et en même temps alimenté des tensions sociales et des préjugés estimant comme un gâchis le fait d'exposer ces œuvres d'art en Calabre, une région « du sud » considérée comme arriérée³⁷. Il est indéniable que la région ne développe pas pleinement son potentiel, il est néanmoins sans doute contradictoire de la priver de ses principaux attraits en affirmant qu'ils ne sont pas suffisamment valorisés, plutôt que de déclencher des cycles positifs de valorisation culturelle et touristique. La proposition avancée par Maroni de donner au Musée une partie de l'argent récolté par la vente des billets de l'exposition universelle (une sorte de *do ut des*) confirme une mentalité d'assistantat et la perception des œuvres d'art comme destinées uniquement à produire du profit. L'actuel leader de la Ligue, Matteo Salvini, n'a d'ailleurs jamais pris le temps de visiter le Musée de Reggio Calabria pendant ses nombreux voyages en Calabre en tant que Ministre de l'Intérieur ; sa première visite a eu lieu le 6 février 2020³⁸.

Au-delà de la caricature des hommes politiques, on note également l'utilisation de l'image des Bronzes pour incarner des questions sociales précises. De manière générale, les Bronzes véhiculent des messages positifs³⁹ ; on peut affirmer qu'une partie de la culture populaire a accepté, de manière subconsciente, l'idéal

G8 et représenter l'Italie pendant le sommet https://www.corriere.it/politica/09_febbraio_14/macri_cutri_bronzi_riace_calabria_g8_3b2a5044-fa6d-11dd-a8db-00144f02aabc.shtml ; consultation décembre 2019.

37 Les déclarations faites par Maroni étaient de ce type : « Non c'è nessuna polemica sui Bronzi di Riace, semplicemente abbiamo proposto di portare qui per l'Expo questi Bronzi che stanno in un museo, il museo della Magna Grecia, che ogni anno viene visitato da poche decine di migliaia di persone. Portiamoli qui, facciamo pagare il biglietto e qui saranno visitati da milioni di persone e siamo disposti a dare un contributo per rendere più efficiente il loro museo [...] Se poi il ministro Franceschini decide di non spostarli sarà peggio per i Bronzi e anche per i calabresi » http://archivio.giornaledicalabria.net/index.php?section=news&id_Notizia=48776&idarea=6 ; consultation mai 2019.

38 À cette occasion Salvini a loué les statues, « due capolavori simbolo della genialità umana ». Le même jour, faisant référence à Mimmo Lucano pendant un meeting à Reggio Calabria, il a déclaré : « Quando torniamo al governo le frontiere le sigilliamo. Altro che modello Riace, l'unico modello Riace è quello dei Bronzi » (https://www.quotidianodelsud.it/calabria/reggio-calabria/politica/2020/02/06/salvini-a-reggio-calabria-elogio-ai-bronzi-poi-critica-i-magistrati-che-vogliono-mandarli-a-processo?cli_action=1582623075.244 ; consultation février 2020).

39 Il faut souligner l'ambivalence de la pensée commune autour des statues : on a déjà mentionné leur identification avec les saints patrons de Riace au lendemain de la découverte, mais

grec de *kalokagathos* : à la beauté physique correspondent la vertu et la bonté morale. Ainsi, en 2015, après le meurtre du vice-président du Conseil régional de Calabre Francesco Fortugno, les Bronzes ont été utilisés comme porte-parole du mouvement de jeunesse antimafia né à Locres « Ammazatecittutti » : des symboles du passé pour donner une nouvelle chance à la région et à ses forces positives.

Cependant, l'utilisation la plus intense des Bronzes au sens politique est très récente et se poursuit encore. On a jusqu'à présent mis en évidence le lien et l'identification des statues avec Reggio Calabria, la ville où ils sont exposés depuis les années 1980, mais les Bronzes, comme leur nom le rappelle pour toujours, ont été découverts à Riace, sur la côte ionienne, sur l'autre versant de la Calabre. Le petit village de Riace, dont Côme et Damien sont les saints patrons, venus d'Arabie, et où les statues ont été trouvées a été administré pendant quinze ans par Mimmo Lucano, le maire qui a créé le « Modello Riace ». Presque abandonné en raison du chômage et de l'émigration des Calabrais, Riace a été au cours des dernières années au cœur d'une expérience d'accueil social. Des centaines de réfugiés issus de différentes régions du monde ont été accueillis et installés dans un système économique valorisant l'artisanat traditionnel de Riace ou du lieu d'origine des immigrés. L'idée est née après l'arrivée de plus de 300 réfugiés kurdes sur la plage de Riace en 1998, au même endroit où vingt-six ans plus tôt, les Bronzes sortaient des eaux. Pour l'ancien maire de Riace les trois faits sont étroitement liés, « [...] il tratto di mare dove sono sbarcati i Curdi è lo stesso dove negli anni Settanta erano stati ritrovati i Bronzi. Anche questo è un segno del destino per la comunità di Riace. Questo luogo si lega alla nostra comunità in una storia infinita. [...] I Bronzi, ma anche la festa dei santi Cosma e Damiano, questi due eroi del martirio cristiano che vengono dal mare. E c'è lo scoglio di Cosma e Damiano, dove sono stati ritrovati i Bronzi e dove sono sbarcati i Curdi. [...] Nel pomeriggio, dopo lo sbarco, andai alla Casa del Pellegrino per capire meglio. La prima cosa che mi ricordo sono i vestiti, sembravano tutti rom con quei vestiti colorati. Perché la nostra festa patronale, la festa di san Cosma e Damiano, la chiamano la festa dei rom »⁴⁰. Il y a donc un récit mettant en

déjà Lombardi Satriani (2002²) avait remarqué leur côté obscur : la fascination collective exercée par les Bronzes revêt de temps à autre la forme de la « jettatura » : ils auraient le pouvoir de porter malheur et l'action même de les toucher serait néfaste.

⁴⁰ Interview de Mimmo Lucano, dans Zavaglia (2018).

relation le passé grec incarné par les Bronzes⁴¹, la tradition chrétienne des saints venus par bateau et l'arrivée des réfugiés aujourd'hui ; la mer est l'élément de connexion. La mer qui porte des trésors, garde le sacré, sélectionne les gens dirigés à Riace. Les incursions des Sarrasins ont été repoussées, mais les migrants accueillis comme un signe du destin⁴².

Après une accusation pour irrégularités administratives, Mimmo Lucano a été expulsé de Riace en novembre 2018 : un vaste mouvement de soutien s'est mis en place et un appel aux artistes a été lancé sur les réseaux sociaux avec les hashtags #matiteperriace et #Riacenonsiarresta. La plupart des artistes ont choisi les Bronzes comme symbole d'accueil et de solidarité : ils sont souvent figurés en train de sauver des réfugiés en mer ... de bons géants qui, comme le dit le journaliste Nicola Bottiglieri, sont « una metafora perfetta dell'emigrazione, oggi : la testimonianza di un viaggio nel quale l'umanità rigenera se stessa e la propria cultura »⁴³.

Dans cette réinterprétation politique et sociale, les Bronzes participent à l'histoire de Mimmo Lucano, s'indignant ou pleurant la fin du « Modello Riace ». Tour à tour, ils retournent d'eux-mêmes dans les flots, se mêlent aux habitants

41 Mis à part la découverte des Bronzes, aucune trace archéologique antique n'est recensée à Riace.

42 « Riace e ... il mare, un rapporto intriso di amore e odio che ha segnato l'esistenza di questa terra. Un mare emblema di altissima civiltà, autentica autostrada tra la Grecia e le sue colonie mediterranee. Ma anche mare terribile, angoscioso, in grado con le sue onde violente di far naufragare e affondare le deboli imbarcazioni di legno dell'epoca magnogreca, e, nei secoli successivi, fonte di pericolo sempre imminente di sbarchi e attacchi fa parte di saraceni e turchi. Ancora oggi luogo di misteriosi naufragi e continui sbarchi di immigrati. La storia di Riace e il mare : « Qui mi ha gettato un dio », narrava Ulisse a Nausicaa sulla spiaggia dei Feaci. Dal mare arrivarono i greci ; dal mare giunsero i due santi protettori del paese, eroi del martirio cristiano, santi Cosma e Damiano, proprio accanto allo scoglio dove vennero ritrovate le statue bronzee. La tradizione popolare rappresenta questi santi come eterni guardiani del paese. Vari eventi miracolosi avevano provato la loro sacra presenza e protezione del mare di Riace : navi e imbarcazioni di pirati avevano tentato di approdare lungo la costa per saccheggiare paesi e villaggi erano state respinte da improvvisi e misteriosi colpi di vento o da mareggiate furiose », brochure de l'association *Città Futura* cité dans Zavaglia (2018).

43 « I migranti di Riace. Oltre la paura del < diverso > », l'article poursuit : « Tanto le statue di bronzo quanto il flusso dei migranti sono figli del mare e del tempo, arrivati sulle nostre coste dopo mille razzie, avanguardia di un popolo che preme alle loro spalle, frammenti di un mondo più grande di loro, di cui sono avanguardia inconsapevole. In ogni caso, guerrieri privi di armi le statue, guerrieri del lavoro i migranti, che usano le mani per vangare qualsiasi terreno, le gambe per camminare qualsiasi strada [...] Un'altra esperienza che li accomuna è quella di

multiethniques de Riace ou s'embrassent en signe de fraternité (le noir/Bronze A et le blanc/Bronze B). Représentés tels Tommie Smith et John Carlos pendant les Jeux olympiques de 1968, le poing levé et ganté pour soutenir le mouvement des droits civiques Black Panther Party, ils abattent les murs du racisme. Leurs énormes mains soutiennent le village (avec une citation de Italo Calvino, « Ogni città riceve la sua forma dal deserto a cui si oppone ») ou le monde entier. Dans un cas, le Bronze A est figuré comme un nouveau Christ, la couronne d'épines posée sur la tête, citant l'Évangile de Mathieu, 40 : « Je vous le dis en vérité, toutes les fois que vous avez fait ces choses à l'un de ces plus petits de mes frères, c'est à moi que vous les avez faites ». Sur une peinture murale de l'artiste péruvien Carlos Atoche au titre « Il sogno del guerriero », le Bronze B est représenté avec les traits de Mimmo Lucano, sur fond de couleurs du drapeau-arc-en-ciel (Figure 6) : les deux symboles positifs du village sont ainsi superposés et fusionnés, tandis que de manière diamétralement opposée, les Bronzes et Matteo Salvini s'opposent nettement sur une fresque peinte à la gare de Riace.

SANS CONCLUSION

Il semble impossible de délivrer une conclusion. En près d'un demi-siècle de leur nouvelle vie, les Bronzes de Riace ont montré qu'ils peuvent intercepter les désirs, les besoins expressifs et les aspirations de pouvoir d'au moins deux générations. Outre leur valeur artistique incommensurable, c'est dans cette extraordinaire capacité à inspirer que réside probablement la nature plus intime de leur fascination.

À la veille du cinquantième anniversaire de leur découverte, les archéologues et les historiens de l'art ancien sont peut-être finalement prêts à s'interroger sur leur énorme pouvoir de pénétration de l'imaginaire et de la culture populaires. Sans préjugé, condamnation ou fermeture d'esprit. La nécessité de protéger et de sauvegarder la dignité des œuvres demeure et, avec elle, la grande responsabilité de préserver le passé pour l'avenir, les yeux bien ouverts sur le temps présent.

scontrarsi con un paese straniero, intercettare nuovi sguardi, ascoltare nuove voci, abitare nuovi spazi, insomma vivere una nuova vita » : <http://www.succedeoggi.it/2017/04/i-migranti-di-riace/> ; consultation mai 2019. Cette réinterprétation est sans doute poétique mais il faut relever que l'image qui accompagne l'article est celle de deux copies des Bronzes ...



Figure 6 Riace, fresque de Carlos Atoche, « Il sogno del guerriero »,
© Emanuela Robustelli, image fournie par la photographe.

BIBLIOGRAPHIE

- Botta (2015). – Gregorio Botta, « Quando l'arte va in tournée », dans Maurizio Paoletti & Salvatore Settis (eds.), *Sul buono e sul cattivo uso dei Bronzi di Riace* (Roma : Donzelli 2015) 39–42.
- De Pourcq (2012). – Maarten De Pourcq, « Classical Reception Studies : Re-conceptualizing the Study of Classical Tradition ». *The International Journal of Humanities*, 9, 4 (2012) 219–225.
- Duchamp (1994). – Marcel Duchamp, *Duchamp du signe. Ecrits* édité par Michel Sanouillet (Paris : Flammarion 1994).
- Ducomet (2017). – Margaux Ducomet, « Devises, blasons et références antiques dans le foot », dans Fabien Bièvre-Perrin (éd.), *Antiquipop*, Lyon, 22/05/2017. En ligne : <https://antiquipop.hypotheses.org/2516> ; consultation octobre 2021.
- Felici (2002). – Enrico Felici, « Simboli nel passato, idoli nel presente : i Bronzi di Riace. A trent'anni dalla scoperta ». *L'archeologo subacqueo* VIII.2.23 (2002) 5–12.
- Fileni (2002²). – Franco Fileni, « Dalla mancanza alla sessualità/From absence to sexuality », dans Luigi M. Lombardi Satriani & Maurizio Paoletti (éds.), *Gli eroi venuti dal mare/Heroes from the Sea* (Roma : Gangemi Editore 2002²) 145–156.
- Foti (1973). – Giuseppe Foti, « La documentazione archeologica in Calabria », dans *Economia e società nella Magna Grecia*. Atti del XII Convegno di Studi sulla Magna Grecia, Taranto, 8–14 ottobre 1972 (Napoli : Arte Tipografica 1973) 341–352.
- Hardwick (2003). – Lorna Hardwick, *Reception Studies* (Oxford : University Press 2003).
- Lombardi Satriani (2002²). – Luigi M. Lombardi Satriani, « Il successo dei Bronzi/The popularity of the Bronzes », dans Luigi M. Lombardi Satriani & Maurizio Paoletti (éds.), *Gli eroi venuti dal mare/Heroes from the Sea* (Roma : Gangemi Editore 2002²) 121–144.
- Lombardi Satriani & Paoletti (2002²). – Luigi M. Lombardi Satriani & Maurizio Paoletti (eds.), *Gli eroi venuti dal mare/Heroes from the Sea* (Roma : Gangemi Editore 2002²).
- Mastroianni (2014²). – Felice Mastroianni, *Trilogia neoellenica/Ελληνική Τριλογία* (Soveria Mannelli : Rubbettino 2014²).
- Paoletti (2013–2014). – Maurizio Paoletti, « I Bronzi di Riace. L'arte classica è ancora attuale ? ». *Aiônos. Miscellanea di studi storici*, 18 (2013–2014) 55–74.

- Paoletti (2015). – Maurizio Paoletti, « L'entusiasmo per i Bronzi : una visione kitsch », dans Maurizio Paoletti & Salvatore Settis (eds.), *Sul buono e sul cattivo uso dei Bronzi di Riace* (Roma : Donzelli 2015) 77–96.
- Paoletti & Settis (2015). – Maurizio Paoletti & Salvatore Settis (eds.), *Sul buono e sul cattivo uso dei Bronzi di Riace* (Roma : Donzelli 2015).
- Roma (2009). – Giuseppe Roma, « I Bronzi di Riace. Un contesto archeologico trascurato ». *L'archeologo subacqueo* XV.2.44 (2009) 5–10.
- Roma (2015). – Giuseppe Roma, « I santi Medici e i Bronzi di Riace ». *Studi Biontini* 99–100 (2015) 73–83.
- Settis (2006). – Salvatore Settis, *Laocoonte. Fama e stile* (Roma : Donzelli 2006).
- Settis (2015). – Salvatore Settis, « La tripla rinascita dei bronzi di Riace », dans Maurizio Paoletti & Salvatore Settis (eds.), *Sul buono e sul cattivo uso dei Bronzi di Riace* (Roma : Donzelli 2015) 3–20.
- Torelli (2015). – Mario Torelli, « Del buon uso dei bronzi di Riace (e soprattutto del cattivo) », dans Maurizio Paoletti & Salvatore Settis (eds.), *Sul buono e sul cattivo uso dei Bronzi di Riace* (Roma : Donzelli 2015) 31–37.
- Zavaglia (2018). – Pietro Domenico Zavaglia, *Bronzi santi e rifugiati. Il caso di Riace* (Roma : Castelvechi 2018).

SITOGRAFIE

- Istituto Centrale per la Demotanoantropologia <http://www.idea.mat.beniculturali.it/> ; consultation octobre 2021.
- Costanzo (2017). – Daniela Costanzo, « Compte rendu à Paoletti, Maurizio – Settis, Salvatore : Sul buono e sul cattivo uso dei Bronzi di Riace ». *Histara. Histoire de l'art, histoire des représentations et archéologie, les comptes rendus* <http://histara.sorbonne.fr/cr.php?cr=2866&lang=it&quest=costanzo> ; consultation octobre 2021.
- Sammarro (2019). – Dario Sammarro, « La valorizzazione del patrimonio culturale : il caso dei Bronzi di Riace ». *Ratio Iuris* https://www.ratioiuris.it/la-valorizzazione-del-patrimonio-culturale-il-caso-dei-bronzi-di-riace/#_ftnref36 ; consultation octobre 2021.

Daniela Costanzo

Ministero della Cultura, Museo Archeologico Nazionale di Reggio Calabria

Piazza G. De Nava, 26 – 89123 Reggio Calabria, Italy

daniela.costanzo@beniculturali.it

Suggested citation

Costanzo, Daniela : Le destin des icônes : perception, symboles et images des Bronzes de Riace dans la culture contemporaine. In : thersites 13 (2021), Antiquipop, pp. 100–124.

<https://doi.org/10.34679/thersites.vol13.153>