

Divismo e cultura visuale. Alcune riflessioni storiografiche

di Stephen Gundle e Barbara Montesi

Questo numero di «Storia e problemi contemporanei» vuole fornire la trattazione storica di una relazione, quella tra divismo e cultura visuale, che è ovvia e automatica ma che è stata altrettanto raramente studiata nella sua specificità. La star è una figura della cultura contemporanea intensamente visiva, la cui affermazione, nelle forme attuali, può essere datata alla fine dell'Ottocento, quando la diffusione della stampa, la maggior facilità di riproduzione fotografica e la proliferazione di immaginari visivi nelle pubblicità e negli ephemera cartacei contribuirono a estendere la fama di intrattenitori, artisti e altri soggetti degni di nota. Fino agli anni dieci del Novecento, il teatro fu la principale fucina della notorietà e nell'immaginario collettivo le celebrità del palcoscenico cominciarono a concorrere con i reali e con le figure preminenti della società, se non a sostituirli. Le attrici e gli attori acquistarono una grande rinomanza, che si estendeva a volte oltre le frontiere nazionali. Il cinema ampliò ulteriormente i confini della celebrità, creando star in grado di eclissare quelle del palcoscenico poiché la portata del nuovo mezzo era immensamente maggiore. Milioni di persone potevano assistere contemporaneamente a una *performance* cinematografica mentre solo migliaia potevano ammirare i loro idoli a teatro. Inoltre, essendo fino al 1930 circa un medium muto, il cinema era un'arte che si basava interamente sulla vista. Non era tanto la capacità performativa delle star cinematografiche, ma erano le loro immagini a conquistare l'attenzione e a renderle riconoscibili per il pubblico.

Dal XIX secolo, la fama delle artiste e degli artisti teatrali fu riaffermata ed estesa da numerosi media che funsero da amplificatori delle loro personalità e del loro *appeal*. L'editoria, la stampa e le cartoline illustrate favorirono il diffondersi del divismo come fenomeno socio-culturale, consentendo al pubblico di acquistare e possedere le immagini dei propri beniamini. Esaminare il rapporto tra celebrità e cultura visuale implica esplorare le continuità e le interrelazioni tra teatro e cinema e soprattutto il modo in cui gli attori furono trasformati in immagini facilmente riconoscibili e onnipresenti. I primi sociologi a studiare le star e il divismo, Edgar

Morin e Francesco Alberoni¹, hanno entrambi sottolineato il ruolo centrale della stampa e degli ephemera per la creazione della cultura della celebrità. Fotografie e ritagli di giornale sono stati, come ha scritto Morin, «*fétiches clés*» del *fandom*². L'intensa identificazione che i fan svilupparono con i propri idoli rappresentò una fortuna per le società di produzione cinematografica, ma anche per gli editori, i fotografi, i parrucchieri e i produttori di beni che in qualche maniera venivano associati o approvati dalle stelle. L'industria dello spettacolo si inserì nei processi di individualizzazione e di aspirazione al miglioramento materiale, che erano caratteristiche peculiari della società borghese del XX secolo, fondata sulla convinzione che la fama e la ricchezza potessero essere raggiunte da chiunque³. Questa mitologia era fortemente associata al cinema, con le sue modalità di reclutamento ampiamente pubblicizzate: competizioni basate sulla fotogenia, gare di sosia, concorsi di bellezza. Assomigliare a una stella – o all'idea di una stella – era, nella mente di molte e di molti, essere già sulla buona strada per raggiungere l'obiettivo tanto desiderato: il successo.

Scrivendo diversi anni dopo Morin e Alberoni, Richard Dyer, il principale studioso delle celebrità del grande schermo nel mondo anglofono, ha sviluppato la nozione di «*star text*», che nell'ambito dei *film studies* ha spostato l'attenzione dal testo del film al paratesto⁴. Dyer ha pienamente integrato il flusso di informazioni e di immagini relative alle star – prodotte dalle pubblicità, dalle *performance* o dalle polemiche – nella comprensione di come funziona lo *stardom*. Ha anche richiamato l'attenzione sul ruolo del pubblico, non solo nel determinare quali personalità diventano o no una star – un ruolo che anche Morin ha esplorato – ma anche nell'attribuire significati alle stelle e talvolta nel trasformarle in significanti di opinioni laterali o di identità marginali. Nonostante il riconosciuto ruolo delle celebrità nei meccanismi di mercificazione della cultura consumistica, Dyer ha sostenuto che le star possono veicolare anche significati contro-culturali, trascendendo e persino sovvertendo l'ideologia dominante⁵.

Questa idea polisemica di celebrità suggerisce che coloro che studiano il fenomeno devono prestare molta attenzione al modo in cui le star si costruiscono e alle loro varie sfaccettature. È necessario assegnare alle immagini e alle *performance* delle celebrità la stessa considerazione che

¹ E. Morin, *Les stars*, Seuil, Paris 1957; F. Alberoni, *L'élite senza potere*, Vita e Pensiero, Milano 1963.

² Morin, *Les stars*, cit., p. 84.

³ *Ibidem*, p. 24.

⁴ R. Dyer, *Stars*, Bfi, London 1979.

⁵ *Ibidem*, pp. 25 e 52.

a esse attribuiscono i fan. Dyer si è preoccupato di chiarire che il termine «image» non deve ridursi a «visual sign» ma deve piuttosto intendersi come «a complex configuration of visual, verbal an aural signs»⁶. Tuttavia, gli aspetti specificamente visivi non devono essere minimizzati. Ogni gesto, espressione, posa o oggetto di scena è un possibile portatore di significato. Non importa quanto artefatta, abbellita o ritoccata sia un'immagine rimane sempre una base di realtà indicale. È il senso di questa essenza il cuore della connessione che si stabilisce tra il soggetto e lo spettatore, anche se la specificità dei soggetti è controbilanciata da stili fotografici riconoscibili e replicabili⁷. Per John Berger, le immagini delle star erano e sono immagini pubblicitarie: mostrano persone che sono state trasformate e rese invidiabili, per questo ha sostenuto che «the state of being envied is what constitutes glamour»⁸. Tuttavia, mentre può rendere i soggetti ispiranti, questo processo intensifica anche il desiderio dei fan di stabilire uno stretto rapporto personale con i propri beniamini. Morin ha sostenuto che le star sono considerate come amici, come confidenti e consiglieri dai loro fan che, allo stesso tempo, desiderano controllare e consumare i loro idoli⁹. Dyer ha approfondito questa analisi mostrando come i significati delle star siano sociali e travalichino le percezioni dei singoli fan.

Molte star sono state considerate icone della loro epoca, sono state cioè indicate come figure esemplari che hanno raggiunto un'ampia riconoscibilità. Talvolta sono diventate parte dell'iconografia di un preciso genere cinematografico, in virtù delle loro *performance* strettamente identificate, per esempio, con il musical o con il western¹⁰. Seguendo il poeta latino Orazio, Barthes ha ipotizzato che il segreto del loro *appeal* risieda probabilmente nella ripetizione, poiché le cose che si replicano immancabilmente piacciono¹¹. Ma c'è di più della familiarità in un'icona culturale. Nella sociologia culturale, che ha dedicato molta attenzione a quella che è stata definita «a broad tendency towards visibility»¹² della cultura contemporanea, l'icona è un'immagine o una rappresentazione che trascende i periodi storici e i contesti sociali e culturali. Essa è capa-

⁶ *Ibidem*, p. 34.

⁷ P. Keating, *Artifice and Atmosphere. The Visual Culture of Hollywood Glamour Photography. 1930-1935*, in «Film History», 2017, n. 3, p. 112.

⁸ J. Berger, *Ways of Seeing*, Bbc and Penguin, London 1972, p. 131.

⁹ Morin, *Les stars*, cit., pp. 89-92.

¹⁰ B. Grant, *Film Genre. From Iconography to Ideology*, Wallflower, London 2007, p. 20.

¹¹ R. Barthes, *Mythologies*, Granada, London 1973, p. 12.

¹² Si rimanda a E. van Boven, M. Winkler (eds), *The Construction and Dynamics of Cultural Icons*, Amsterdam University Press, Amsterdam 2021, p. 13.

ce di acquisire nuovi significati quando si distacca dalla persona reale a cui inizialmente si riferisce. Ma così come è interessante esplorare come e perché certe figure trascendono le loro epoche, vale la pena riflettere anche sul perché altre non raggiungono questo traguardo. Molte delle personalità esaminate in questo numero hanno goduto di uno *status* iconico nella loro vita, ma oggi tutte possono dirsi dimenticate. Solo Cléo de Mérode (1875-1966) continua a essere una figura di interesse il cui “marchio di fabbrica”, una volta ampiamente noto, potrebbe ancora essere riconosciuto¹³.

Se de Mérode sopravvive in qualche modo come icona, è perché era il simbolo di un periodo – la *Belle Époque* – in cui la Francia, e in particolare Parigi, era ancora la principale artefice di figure dal prestigio internazionale. Questa epoca, che si concluse con la Grande guerra, venne poi avvolta da un’intensa nostalgia¹⁴ e per diversi decenni diede origine, come sostiene Dominique Kalifa, a «multiple social imaginaries»¹⁵. La fama di de Mérode, persistente anche molti anni dopo il suo ritiro, era dovuta alla potenza e alla vitalità di quegli immaginari. Tale era stata la sua centralità che quando morì, nel 1966, si diceva ancora che «a whole era is disappearing»¹⁶. Nessuna delle altre stelle analizzate in questo numero ha beneficiato di una mitologia così potente e duratura. Nel suo saggio Federica Muzzarelli analizza la figura della ballerina francese quale prima icona di massa della contemporaneità nell’era fotografica e allo stesso tempo riflette sul contributo che la fotografia diede al processo di costruzione di uno dei fenomeni più caratterizzanti la cultura visuale e popolare contemporanea, quello, appunto, della nascita di una star.

In termini generali, si può dire che la maggior parte delle star hanno uno scopo in un contesto specifico, poiché soddisfano determinati requisiti e aspettative e forniscono immaginari che vengono poi soppiantati da altri. Come prodotti dell’età dei consumi, le celebrità hanno un’obsolescenza intrinseca. Wolfgang Fritz Haug ha osservato che «in commodity aesthetics there functions a most immediate feed-back; the commodity producer must, under the threat of ruin, constantly develop the effectiveness of the aesthetic value-promise». «The instability of the commodity aesthetic super-sign», ha indicato lo studioso, risiede «[in the] use-value deteriora-

¹³ Il costante interesse è testimoniato dalla pubblicazione di una recente biografia: Y. Ripa, *Cléo de Mérode. Icône de la Belle Époque*, Tallandier, Paris 2022.

¹⁴ D. Kalifa, *The Belle Époque. A Cultural History, Paris and Beyond*, Columbia University Press, New York 2017, p. 124.

¹⁵ *Ibidem*, p. 6.

¹⁶ *Ibidem*, p. 136.

tion», determinata, a sua volta, dal fatto che «the effect of imaginary wish-fulfillment wears out on the side of the purchaser or use»¹⁷. Le star che possono sconfiggere questa dinamica sono più uniche che rare.

Molte delle celebrità esaminate in questo numero si sono affermate in un contesto in cui la cultura di massa americana stava iniziando a stabilire la propria egemonia sui mercati mondiali o aveva già sancito la sua supremazia. Erano figure che soddisfacevano gusti ed esigenze settoriali e, come tali, erano lanciate anche in contrapposizione ad alternative americane più forti, più pubblicizzate e più iconiche. Per molte delle star prese in esame, possedere un “fascino locale” rappresentò una risorsa in grado di creare uno stretto legame con il pubblico: erano diverse dalle americane, sembravano meno commercializzate, più autentiche e familiari. Spesso furono costruite da soggetti impegnati nella difesa dei mercati nazionali per motivi commerciali, culturali o politici. George Beban (1873-1928) fu il prodotto di un'epoca in cui l'industria cinematografica americana era ancora rivolta a un selezionato pubblico nazionale, prima di acquisire quella capacità unica di trascendere le barriere etniche e linguistiche e di parlare a tutti¹⁸. La celebrità di Beban può quindi essere inserita in un processo più ampio che ebbe implicazioni di vasta portata, attraverso il quale la cinematografia hollywoodiana si sviluppò come lingua franca, come hanno dimostrato Stuart ed Elizabeth Ewen, in una fase in cui il consumismo divenne il mezzo principale per trasformare un vasto numero di immigrati in americani¹⁹. Nel suo saggio, Giorgio Bertellini evidenzia sia le novità del cinema di Beban, il primo a interpretare un protagonista italiano nei lungometraggi, sia i suoi legami con una tradizione estetica secolare, quella del pittoresco. L'autore mostra inoltre come le pellicole che videro Beban come protagonista anticiparono e prepararono il terreno alla popolarità del *latin lover* Rodolfo Valentino.

Nei primi decenni del XX secolo, e sicuramente in seguito, l'industria culturale americana si basò ampiamente sui talenti provenienti dagli altri paesi. L'universalità americana in parte si fondava sulla vocazione delle sue industrie culturali, specialmente di quella cinematografica, ad assorbire, rielaborare ed esportare. A partire dagli anni trenta, la rielaborazione divenne un processo particolarmente complesso che implicava una relazione

¹⁷ W.F. Haug, *Commodity Aesthetics, Ideology and Culture*, International General, New York 1987, p. 124.

¹⁸ F. Martel, *Mainstream. Enquête sur cette culture qui plaît a tout le monde*, Flammarion, Paris 2010, p. 16.

¹⁹ S. Ewen, E. Ewen, *Channels of Desire. Mass Images and the Shaping of American Consciousness*, University of Minnesota Press, Minneapolis 1992.

tra l'attore, la sua immagine stampata sulle riviste e quella proiettata sullo schermo²⁰. L'industria cinematografica francese, che era stata rimodellata per competere con gli Stati Uniti, produsse una serie di stelle popolari e potenziali, tra cui l'adolescente Annie Vernay (1921-1941). Era in viaggio per le Americhe ed era forse sul punto di avviare una carriera a Hollywood, quando morì prematuramente. L'attrice inglese e famosa bellezza Gladys Cooper (1888-1971) fu invece reclutata da Hollywood, anche se non prima della mezza età. L'elenco delle stelle europee che tentarono di diventare star globali andando a Hollywood è molto lungo. Se fosse vissuta, Vernay avrebbe potuto essere annoverata tra gli europei di successo emigrati a Hollywood, ma è probabile che, come molti altri, avrebbe dovuto lottare per adattarsi e avrebbe trovato ingaggi più soddisfacenti nel suo paese natale²¹. Attraverso la figura di Annie Vernay, Myriam Juan riflette in questo numero sull'importazione in Francia dello *star system* hollywoodiano e dei suoi metodi alla fine degli anni trenta; si interroga, inoltre, sul modello incarnato dalla giovane attrice francese, in bilico tra la "brava ragazza" e "Miss Séduction", ed esamina il modo in cui Vernay stessa visse ciò che la stampa presentò a suo tempo come "una vera favola". L'articolo di Stephen Gundle esamina invece il ruolo delle cartoline nel trasformare l'attrice teatrale Gladys Cooper in un idolo popolare e nell'incarnazione della donna inglese ideale all'inizio del XX secolo. L'autore esplora il fenomeno in termini di estetica, classe sociale, genere e cultura materiale, dimostrando come Cooper non divenne mai una merce passiva, ma fu invece una donna d'affari astuta che seppe supervisionare lo sfruttamento della propria bellezza.

La baby star italiana Maria Letizia Pascoli (1935-2018) non era un'artista a tutto tondo come Shirley Temple. Anche se probabilmente non sarebbe stata reclutata nel mondo del cinema senza l'esempio e la popolarità della bambina che fece sorridere e commuovere il mondo durante la Grande depressione, Pascoli dovette conformarsi anche a una varietà di imperativi politici, come altri bambini attori nell'Italia fascista. Le baby star italiane esemplificano la peculiare ambivalenza dell'Italia fascista verso la cultura di massa americana: ammirazione e imitazione da un lato e rifiuto e surroga dall'altro. Il saggio di Barbara Montesi avvia una riflessione sul rapporto tra infanzia, cinema e fascismo ed evidenzia come Mariù Pascoli incarnò anche un modello di infanzia indipendente, attiva e sorridente e un inedito protagonismo femminile.

²⁰ Keating, *Artifice and Atmosphere*, cit., p. 123.

²¹ Sulle star europee a Hollywood si veda G. Vincendeau, A. Phillips (eds), *Journeys of Desire. European Actors in Hollywood. A Critical Companion*, Bfi, London 2006.

Anche la rivista di breve durata «Sette», pubblicata in Italia alla fine della seconda guerra mondiale, testimonia il desiderio continuo, anche nel momento in cui gli Stati Uniti raggiungevano il loro apice come potenza mondiale e stavano occupando militarmente la penisola italiana, di rispondere alla cultura americana abbracciandone alcuni elementi, rielaborandone altri e rifiutandone ancora di più. Mariapaola Pierini mostra come la rivista, sulle cui pagine si fece un uso particolarmente sfrontato di immagini di corpi femminili, fosse espressione di «un movimento carsico e di ambiguo orientamento, perfettamente incarnato da una delle figure che si cela[va]no dietro [quelle] pagine, quella di Leo Longanesi»²², che investì l'immagine della donna nell'immediato dopoguerra. Negli anni successivi, gli Stati Uniti si sarebbero confermati in Italia e nell'Europa occidentale come un irresistibile modello socio-economico e culturale²³. La loro particolare visualità – che nel campo della celebrità era fortemente associata al *glamour* hollywoodiano – avrebbe trionfato su tutte le altre forme di seduzione visiva e sarebbe stata incorporata in una più ampia cultura visuale²⁴.

Tutti gli articoli presenti in questo numero sono basati sulla convinzione che gli archivi abbiano un ruolo cruciale nella storia della cultura e dei media. Se la storia del cinema era solo la storia dei film e spesso solo dei film a cui si riconosceva un valore artistico, da tempo non è più così²⁵. Lo slittamento a favore della storia della produzione, della ricezione e, più recentemente, della proiezione e della distribuzione, è stato essenziale per ripensare il ruolo del cinema – e dei singoli film – nella società. Come per tutti i campi di ricerca, anche gli archivi cinematografici sono spesso incompleti, di difficile accesso o inesistenti, ma questo è forse particolarmente vero quando si tratta di star, poiché poche hanno conservato i propri documenti personali e ancora meno sono quelle che li hanno depositati presso gli archivi pubblici. Anche per questo lo studio delle star rappresenta finora solo una piccola parte della più ampia riflessione storiografica sul cinema. Una serie di strumenti risulta quindi necessaria per interrogare le forme del passato divismo, per esplorarne l'*appeal* visuale e identificarne il significato. Nei saggi contenuti in questo numero un ruolo centrale viene

²² *Infra*.

²³ Cfr. D.W. Ellwood, *The Shock of America. Europe and the Challenge of the Century*, Oxford University Press, Oxford 2006; V. De Grazia, *Irresistible Empire. America's Advance Through Twentieth-Century Europe*, Harvard University Press, Cambridge 2006.

²⁴ Cfr. S. Gundle, *Glamour. A History*, Oxford University Press, Oxford 2008, in particolare i capitoli 7 e 8.

²⁵ J. Chapman, *Film and History*, Palgrave Macmillan, Basingstoke 2013, pp. 3-6.

assegnato alle immagini, sia in movimento che statiche, e ai materiali paratestuali la cui importanza non dovrebbe essere sottovalutata.

Se la maggior parte delle figure che vengono analizzate in questo numero monografico sono femminili, è perché la celebrità ha storicamente avuto una chiara declinazione di genere. Morin ha osservato che «la preponderance feminine donne au *star system* un caractère féminin. La “mythification” s’effectue avant tout sur les stars féminines: ce sont les plus fabriquées, les plus idéalisées, les moins réelles, les plus adorées»²⁶. La riflessione di genere ha avuto un ruolo chiave nello studio delle celebrità cinematografiche e lo ha anche nei diversi contributi di questo numero²⁷. Il *glamour* hollywoodiano è stato interpretato come sminuente e subordinante per le donne, ma anche come una chiave di accesso per «a more assertive and powerful form of female identity»²⁸, sebbene anche quest’ultima potrebbe portare a nuove forme di oggettivazione. Alcune delle star esaminate in questo numero fiorirono in un contesto in cui il *glamour* in stile americano non era ancora emerso o non era ancora dominante. Il loro studio ci permette di osservare se modelli di *allure* alternativi e culturalmente specifici offrirono più varietà e libertà di quanto Hollywood offrisse alle sue star e ai suoi fan.

²⁶ Morin, *Les stars*, cit., p. 93.

²⁷ A questo proposito L.R. Berlanstein, *Historicizing and Gendering Celebrity Culture: Famous Women in Nineteenth-Century France*, in «Journal of Women’s History», 2004, n. 4, pp. 65-91.

²⁸ C. Dyhouse, *Glamour. Women, History, Feminism*, Zed Books, London 2010, p. 3.