

A lato:
Charlie Chaplin
in una scena del film
Il monello, 1921.

A destra:
Rodolfo Valentino
in una foto del 1926.

Sotto a sinistra:
Greta Garbo
in una foto del 1930.

Sotto al centro:
Marlene Dietrich
in una foto del 1930.

Sotto a destra:
Locandina del film
a cartoni animati
Mickey Mouse, del 1932.



L'icona del tempo: la nascita delle star

Negli anni Venti il cinema muto raggiunse il suo massimo sviluppo commerciale e nacque quello sonoro, con il film *The Jazz Singer* del 1928, nonché il primo film sonoro di cartoni animati grazie al geniale imprenditore-disegnatore **Walt Disney** (1901-1966). Vennero prodotti film come *Il Monello* (1921) di **Charlie Chaplin** (1889-1977), *La corazzata Potëmkin* (1925) di **Sergej Ejzenštejn** (1898-1948), *La passione di Giovanna d'Arco* (1928) di **Carl Theodor Dreyer** (1889-1968).

Le sale cinematografiche si moltiplicarono bruscamente e **Hollywood** divenne il centro in cui si costruivano le nuove icone: da sempre la massa si era identificata in personaggi domestici, ma irraggiungibili come le statue e le figure dei Santi. Queste stesse caratteristiche di familiarità mitica iniziarono a venire incarnate dalle grandi star che il cinema aveva la forza economica e tecnica per imporre. Giganti della produzione come la *Paramount*, la *Warner Bros*, la *Metro-Goldwyn-Meyer*, la *Twentieth Century Fox*, la *Columbia*, tutte creazioni di imprenditori ebrei, inventarono volti destinati a entrare nell'immaginario collettivo: non più figure religiose e regionali, ma laiche e internazionali.

I produttori iniziarono allora a manipolare gli attori attraverso il trucco e le luci, accogliendo lezioni fondamentali dalle tipologie dei personaggi elaborate nella storia della pittura. Per "fare" il viso androgino di Marlene Dietrich fu necessario toglierle alcuni molari; il viso di Greta Garbo fu raffinato dal trucco e dallo studio di espressioni sofisticate; per costruire il *sex appeal* latino di Rodolfo Valentino, alla cui morte precoce (1926) molte ragazze si suicidarono, ci volevano abiti esotici e bistro per gli occhi; per creare *Charlot*, Charlie Chaplin studiò attentamente un viso impallidito dal rossetto scuro, un costume da povero dignitoso e movimenti danzanti solo apparentemente goffi; lo stesso *Mickey Mouse* (*Topolino*) cambiò d'abito proprio per poter agevolare quei processi di identificazione su cui si basa il successo di un'immagine, ovvero la sua capacità di fare sì che il pubblico si proietti nel personaggio. Non è un caso che riguardo agli effetti di cinema e fotografia sulle masse abbia iniziato ad affermarsi il pensiero dei filosofi, primo fra tutti il tedesco **Walter Benjamin** con il famoso saggio *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica* (1936).

