

etteva in risalto il doppio  
 one diverse per etnia o  
 ideologicamente negata,  
 scorso, tollerato o stimo-  
 problemi, quando venne  
 itazione e dell'identifica-  
 colo.

ubito un problema, né la  
 nterpretando il ruolo del  
 ram (*I quattro cavalieri*  
 roe continentale, lo stra-  
 miliari: «un altro divo la-  
 avano la sua recitazione,  
 zzo che presto sarebbero

iato, fu solo con il quar-  
 y, 30 ottobre 1921), che  
 nento dell'omonimo ro-  
 ne parla apertamente del  
 esto best-seller soft-core  
 io esotico-aristocratico  
 n fu pubblicizzato come  
 la prende»), questa en-  
 «lo sceicco è stato sna-  
 di Valentino come ter-  
 tive e difensive. Mentre  
 ura con l'ambientazione  
 e Blasco-Ibáñez, la pro-  
 otismo esotico. Mentre  
 ywoodiano del casting,  
 scino era rinnegato sul  
 essere il figlio di un no-  
 natica, riproposta come  
 te permise la creazione

ancanza di limitazioni  
 iche e xenofobe di una  
 gli afroamericani, cosa  
 alle dimensioni senza  
 o mitico, che sembrava  
 esto modo gli attacchi  
 americani di bellezza

le qualità "naturali" dello  
 Hull era sfrontato, spie-  
 o meno rispettoso della  
 o di cavalcare da sola nel  
*Tappers*, cit., pp. 114-116,  
 ibire la linea del colore in  
*azine*, 20, 1921.

maschile ne sminuivano il successo, attribuendolo a una particolare inclinazione del pubblico femminile, a una visione miope specificamente femminile. Uno di questi attacchi, intitolato *A Song of Hate*, apertamente rivendicato da uno scrittore maschio, è illustrato da due disegni del profilo di Valentino, uno di fronte all'altro (Fig. 11. 2). A sinistra, una caricatura razzistica gli attribuisce un aspetto sgradevole, con denti e labbra sporgenti, e un orecchino; la didascalia recita: «Come lo vedono gli uomini». A destra è raffigurato con tratti sorridenti, moderatamente belli ed etnicamente neutri; la didascalia recita: «Come lo vedono le donne»<sup>27</sup>. L'inflessione razzistica del pregiudizio nativistico caratterizza anche l'accusa di una famosa giornalista, Adela Rogers St. Johns: «Valentino, con gli occhi piccoli, il naso piatto e la bocca larga, non può misurarsi con gli standard di bellezza maschile normalmente riconosciuti in questo paese». Con una logica simile a quella della caricatura appena descritta, St. Johns inquadra questa osservazione, presumibilmente neutra, in una considerazione che svaluta il giudizio delle fan di Valentino, poiché oppone all'«intensità e follia della "mania di Valentino"» le «qualità di straordinaria tenacia e lealtà dell'amore e dell'affetto tributati a Wally Reid»<sup>28</sup>.

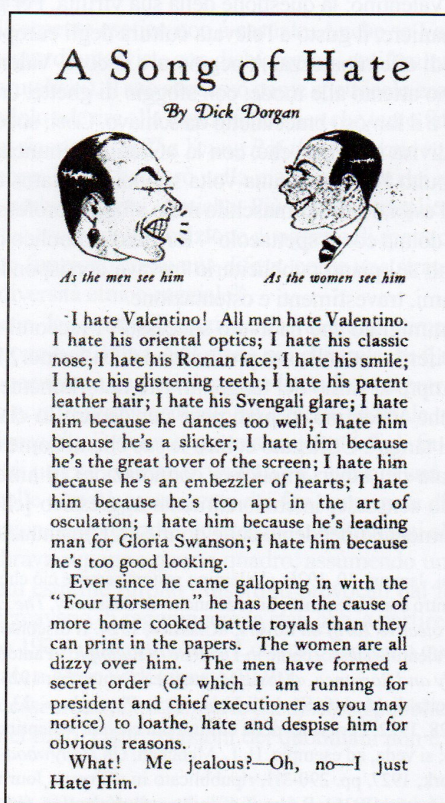


Fig. 11. 2 «Photoplay» (22, 1, 1922)

<sup>27</sup> D. Dorgan, *A Song of Hate*, «Photoplay», 22, 1, 1922, p. 26. La litania che segue, inizia con un'ecclettica raffica di stereotipi etnico-razziali: «Odio Valentino! Tutti gli uomini odiano Valentino. Odio i suoi occhi dal taglio orientale; odio il suo naso classico; odio la sua faccia romana; [...] odio i suoi denti brillanti; [...] odio i suoi capelli corvini; [...] odio il suo sguardo da Svengali». Si veda anche, dello stesso autore, *Giving "The Sheik" the Once Over from the Ringside*, «Photoplay», 21, 5, 1922, pp. 90-92.

<sup>28</sup> A. Rogers St. Johns, *What Kind of Men Attract Women Most?*, «Photoplay», 25, 5, 1924, p. 110.

«vissuto a spese delle donne » come ballerino, inoltre, divenne emblematica della sua carriera come attore, il cui divismo dipendeva da milioni di ammiratrici.

Come la sua diversità etnica, l'identità sessuale di Valentino non era ancora stata messa in dubbio nel suo primo grande successo, anche se ne *I quattro cavalieri dell'Apocalisse* era stato fotografato con una modalità di illuminazione normalmente riservata alle star femminili (flou e controluce). Di nuovo, fu *Lo sceicco* a chiuderlo in un'economia discorsiva che lo perseguitò per il resto della carriera – separando critici e spettatori in termini di genere e orientamento sessuale. Con lo schiacciante successo del film al box office, i critici iniziarono a notare la sua speciale attrazione presso il pubblico femminile – per il quale la semplice apparizione di «Rudy» sullo schermo era «semplicemente grandiosa» – e nello stesso tempo a sostenere di riscontrare un crescente rifiuto della star da parte dei «veri» uomini. Una caricatura della rivista per fan «Classic» presenta il pubblico che guarda *Lo sceicco*: gli occhi delle donne sono incollati allo schermo, mentre i loro compagni sono appoggiati allo schienale in segno di disprezzo; la didascalia recita: «Il nordico scherniva Valentino, mentre il pubblico femminile palpitava alla vista di questo amante-pitone della giungla»<sup>34</sup>.

La metafora fallica del serpente esotico non è casuale. Anche se Valentino, in un attacco preventivo, lanciò una campagna di interviste con dichiarazioni antifemministe e misogine («A tutte le donne piace un po' di brutalità»), il suo successo come spettacolo erotico-esotico effettivamente lo de-virilizzava, facendolo aderire alla logica feticistica che tanto faticosamente cercava di superare<sup>35</sup>. Questa tendenza, riassunta da *The Young Rajah* (*Il giovane rajah*, Philip Rosen, Famous Players-Lasky, 12 novembre, 1922), perdurò nella maggior parte dei suoi film, prevalentemente drammi in costume con ambientazioni esotiche. Più che un semplice effetto dell'economia di genere della visione, del suo essere nella posizione di oggetto di spettacolo, la femminilizzazione della *persona* di Valentino funzionò come una difesa, come una strategia di addomesticamento della minaccia della sua diversità etnico-razziale<sup>36</sup>.

Nel discorso pubblicitario, la femminilizzazione di Valentino comportò una complessa dinamica di ricezione, di reazione e di difesa. Sul piano più generale, fu il risultato della sua oggettivazione sessuale, del suo occupare una posizione che la tradizione patriarcale assegnava di solito alla donna. Ma Valentino non fu semplicemente un oggetto sessuale, né, come afferma Studlar, fu «mai considerato qualcosa di più di un oggetto sessuale»<sup>37</sup>. Egli fu, in modo significativo, un oggetto di culto, il fulcro di un rito collettivo. Questo rito aveva il suo quadro istituzionale nello star system, soprattutto nelle attività organizzate dei fan come gare di popolarità, campagne di sottoscrizione e la circolazione di fotografie, autografi e oggetti legati alla star. Ma, fin dall'inizio, il culto di Valentino sembrava superare questo quadro, assumendo un rilievo pubblico particolare. Le sue manifestazioni estreme furono i disordini provocati dai fan, presumibilmente tutti di sesso femminile, che cercavano di raggiungere la star, che, a partire da Philadelphia e Boston (dicembre 1922 e gennaio 1923), infiammarono Londra e Parigi, e culminarono nei gravissimi disordini durante il funerale a New York (agosto 1926).

Senza dubbio questi eccessi entrarono a far parte del discorso pubblicitario, e sul lungo periodo la minaccia fu assorbita nel mito. Dalle relazioni dei quotidiani non è chiaro in quale misura le

<sup>34</sup> *The Sheik*, «Globe», November 1921; recensione di *The Young Raja*, «Elmir», November 15, 1922; recensione di *A Sainted Devil*, «Sun», November 24, 1924. L'articolo che presenta la caricatura è di D. Ryan, *Has the Great Lover Become Just a Celebrity*, «Classic», May 1926, pp. 20-21, 69, 78.

<sup>35</sup> *Do Women Like Masterful Men?*, «New Orleans Item», October 9, 1921. Si veda anche «Baltimore News», October 22, 1922: «Non importa se sono femministe, suffragette o le cosiddette nuove donne, esse amano avere un uomo autoritario che le faccia fare delle cose», egli afferma; e «Examiner-New Era», September 29, 1921: «Le piace essere dominata – forse in segreto, ma le piace lo stesso».

<sup>36</sup> R. Dyer osserva una simile dinamica di differenza razziale, feticizzazione e femminilizzazione nella rappresentazione di Paul Robeson, cfr. *Heavenly Bodies*, cit., pp. 115 ss.

<sup>37</sup> G. Studlar, *Discourses of Gender and Ethnicity*, cit., p. 21.

...; fotografie e filmati mo-  
licità – e la fonte dell'ansia  
cena da donne, con l'esclu-  
pressione pubblica a un po-  
gnetta citata di «Classic»  
«Allora, il nordico scher-  
a vedere Valentino, o con  
per Valentino come attore

...nali come concorsi di bel-  
eta” speranza di ogni am-  
suo sguardo, il culto sem-  
versazioni, confidenze e  
ntasie e di scontentezza<sup>40</sup>.  
ntino, suggerisce che egli  
le altrettanto forte del cul-  
istinta da esso.

...ò che Valentino non fosse  
alla sua scoperta da parte  
cavalieri dell'Apocalisse,  
ue relazioni con le donne  
re in seguito all'accusa di  
Jean Acker, fosse legale.  
ona pubblica in più di un  
i moda, figliastra del ma-  
la stampa, su chi portava  
i si occupava degli affari  
ggiato, creando problemi  
e legali contro gli studi<sup>41</sup>.  
evianti di sessualità, con  
e, soprattutto, con la sua  
a classica domanda se la

...ta della visita di Valentino a  
o”: [...] Al City Hall battaglia  
Boston Post» (che sponsoriz-  
svolti nella calca intorno alla  
i della sicurezza.

...19 (uno scrittore ascolta per  
to *Dance With*, by Rudolph  
Discover Who Discovered  
aspetto collettivo della rice-  
ovani avevano partecipato al  
ths *Gemeinsame Tagträume*,  
Die *Geheimnisse einer Seele*

...6, 1925, pp. 36-37, 117. Al di  
donne partecipò alla produ-  
produzione cinematografica  
nne, in particolare da June  
*Sangue e arena* fu montato

moglie di una star provi sentimenti di gelosia nel vedere il marito amoreggiare con un'altra donna sullo schermo, rispose con uno sferzante doppio senso: «Una donna», disse Natacha Rambova, sorridendo con le labbra scarlatte e gli occhi bistrati, «sa meglio cosa vuole un'altra donna». <sup>42</sup> Infine, l'ambiguo messaggio sulla particolare relazione di Valentino con le donne si combinò con la diceria che egli non fosse in grado di soddisfarne nessuna <sup>43</sup>.

Le infinite ipotesi sulla natura del “sex appeal” di Valentino (misurata con “esperimenti scientifici” quali rilevamenti grafici delle pulsazioni delle spettatrici alla visione di un bacio) in linea di massima riproducevano cliché di supremazia e virilità, dagli occhi ipnotici a tutto il suo corpo. Ma molte di queste ipotesi mostravano la consapevolezza che questo appeal eludeva la polarità eterosessuale uomo-donna, suggerendo ambiguità sessuale, incesto e perversione. La stessa evocazione dell'amore romantico produceva metafore sessualmente (ed etnicamente) sovraderminate, come “l'orchidea maschile”, “Theda Bara in calzonni”, “l'Elena di Troia al maschile” – l'equivalente maschile di Saffo, Laide, Frine e Aspasia <sup>44</sup>. Le ammiratrici, in presunte interviste o lettere d'ammirazione per la star esotica, tendevano a nominare sia alcuni elementi del suo aspetto (le gambe, il modo di muoversi, il sorriso), sia la particolare combinazione di qualità tradizionalmente maschili e femminili (forza e grazia, volontà e cortesia). Ma c'era anche un altro elemento:

Perché le ragazze amano tanto Rodolfo? Per quale ragione – (non lo sanno!). Alcune PENSANO di saperlo. [...] PERÒ, per nessuna di queste ragioni egli ha fatto palpitare il cuore delle donne e ne ha accelerato le pulsazioni. Niente affatto. La fredda, cruda verità del segreto del suo fascino è che Rodolfo Valentino suscita l'istinto materno di OGNI DONNA. [...] Ciò che una donna vuole davvero fare a Rodolfo è fasciargli le ferite; confortarlo, accarezzargli i capelli così ben pettinati; sculacciarlo; esibirlo con orgoglio <sup>45</sup>.

Questo tipo di cure materne non è esattamente il modello ottocentesco di sacrificio materno; a soffrire in questo caso è il figlio incestuoso. Infatti, fino alla morte e anche in seguito, Valentino fu perseguitato da un'aura masochistica che rappresentò uno dei principali caratteri del fascino dei suoi film, sperimentato in scenari diversi di identificazione.

Gli attacchi maschilistici contro Valentino trasformavano la complessità del suo fascino nel segno dell'effeminatezza, un semplice difetto in un universo simbolico maschile. Come si può vedere dalle accuse nativistico-razzistiche, l'opposizione maschile/femminile fu collegata ad un'altrettanto rigida opposizione americano/non americano, che a sua volta fu associata a termini polari come naturale vs. artificiale, sé autentico vs. mascheramento (si osservi il confronto con Will Rogers nell'esergo di questo capitolo). Questa campagna raggiunse l'apice con il vergognoso attacco del “Piumino Rosa”, un editoriale sul «Chicago Tribune» del 18 luglio 1926, cinque settimane prima della morte di Valentino:

<sup>42</sup> *Are Wives of Screen Lovers Jealous?*, «Motion Picture Stories», 25, 268, January 6, 1925.

<sup>43</sup> Tra le numerose biografie popolari, *Valentino* di Steiger e Mank è specializzata in pettegolezzi di questa natura, come il film di Ken Russell, *Valentino*. Si veda anche K. Anger, *Hollywood Babilonia*, cit., pp. 107-115.

<sup>44</sup> Recensione di *Cobra*, «Graphic», December 8, 1925; *Eyes of Valentino*, senza riferimento, rassegna stampa, New York Public Library, Lincoln Center; “psicologo” anonimo, *The Vogue of Valentino*, «Motion Picture Magazine», January 1923, pp. 27-28. Sul diffuso confronto tra Valentino e Theda Bara, cfr. R. C. Toll, *The Entertainment Machine: American Show Business in the Twentieth Century*, Oxford University Press, New York, 1982, pp. 190-191.

<sup>45</sup> M. Tinnée, *Come to Mother!* Ritaglio (senza riferimento). Si veda anche «Screenland», January 1923: «A volte sembra proprio un ragazzino che è stato picchiato cosicché ogni donna, istintivamente, vuole carezzargli la lucida testa nera e confortarlo. Eppure sa perfettamente che non è un bambino e che sarebbe piuttosto come carezzare la dinamite. Il che, naturalmente, lo rende molto interessante». E W. Van Duzer, *The Battle of the Male Beauties: Choose Your Favorites!*, «Pittsburgh Times Gazette», March 4, 1923: «Rodolfo è stato cattivo, Rodolfo deve essere sculacciato».

sione causale tra lo standard di virilità imposto dal capitalismo americano e le carenze sessuali, erotiche, emotive degli uomini americani – una connessione spiegata in modo più chiaro con i protagonisti problematici dei romanzi tardo ottocenteschi (come quelli di Norris e Dreiser), che incarnano cosa «succede in America all'uomo, quando il buon esito della ricerca del proprio ruolo, in conformità con l'etica degli affari, lo priva della sua virilità»<sup>51</sup>.

Se Valentino scatenò le paure degli uomini americani sul significato di “virilità”, il marchio di effeminatezza a cui si espose può non essere stato solo un meccanismo difensivo di proiezione (l'esteriorizzazione di una parte del sé che minaccia di destabilizzare l'io). La peculiare configurazione delle relazioni di Valentino con le donne – la dimensione omo-sociale del culto, così come l'associazione del divo con lesbiche – suggerisce che l'ostilità maschile registrava una profonda confusione sull'altro sesso, eredità storica della distanza, dell'alienazione tra uomini e donne, provocata dalla teoria ottocentesca delle sfere separate. Il grido di guerra dell'effeminatezza di Valentino può aver tradito la consapevolezza che egli poteva capire qualcosa che essi non potevano – o forse perfino una paura più profonda, che richiama *Intolerance*: che le donne non hanno affatto bisogno degli uomini.

La pubblicità che difendeva Valentino da tali attacchi, inclusi i suoi stessi sforzi controproducenti, faceva ricorso a tre diverse strategie, ognuna delle quali ebbe un effetto contrario, sia accentuando la confusione sessuale attribuitagli, sia attirando l'attenzione sulla sua diversità etnica. Una linea di difesa, comune ai tentativi di altre star di evitare la reificazione sessuale del *matinée idol*, enfatizzò lo statuto di Valentino come artista. Oltre a innumerevoli articoli e recensioni che vantavano le capacità attoriali del Grande Amatore, Valentino stesso appoggiò la causa dell'Arte vs. l'Industria in una polemica diretta contro lo studio system, unendosi ai prestigiosi nomi di Fairbanks, Pickford, Chaplin e Griffith<sup>52</sup>. Pubblicò anche un libro di poesie (*Day Dreams*, 1923) e si atteggiò a esperto di letteratura, musica, arte e antiquariato. Ma oltre la generale connotazione dell'Arte come interesse femminile e per effeminati, le ambizioni artistiche di Valentino divennero presto sinonimo del potere di Natacha, della sua costante interferenza nei suoi affari, che gli procurò la reputazione di marito tiranneggiato. Inoltre, i suoi scontri con le case di produzione, nel nome dell'Arte, furono percepiti come ipocriti e non professionali, come un'incapacità di adeguamento ai modelli americani. Una vignetta per un articolo del direttore di «Photoplay», James R. Quirk, mostra una folla di spettatori cinematografici – che indossano cappelli ugualmente divisi in maschili e femminili – accalcarsi davanti a una sala con poster di Ramon Novarro e Tony Moreno, i suoi due concorrenti di maggior successo nel genere del latin lover. Sulla destra, Valentino e Rambova, disegnati su un piedistallo, urlano rispettivamente: «Sono per l'Arte» e «Abbasso i produttori», in una piazza in acciottolato, popolata da un solo vagabondo<sup>53</sup>.

Una linea di difesa più aggressiva fu la partecipazione di Valentino al culto della forma fisica a colpi di fotografie pubblicitarie che lo mostrano esercitarsi seminudo, tirare di box, di scherma o sollevare pesi. Articoli che lo presentano come un atleta apparvero in riviste come «Muscle Builder» e «Physical Culture» («Presentiamo Valentino sotto una nuova luce, riveliamo la sua

<sup>51</sup> L. Ziff, *The American 1890s*, University of Nebraska Press, Lincoln, 1979, p. 273 citato da L. Kriegel, *On Man and Manhood*, Hawthorn Books, New York, 1979, p. 78. Cfr. Anche P. G. Filene, *Him/Her/Self: Sex Roles in Modern America*, Harcourt Brace Jovanovich, New York, 1974, pp. 77-104.

<sup>52</sup> Rodolph Valentino *Blames Trust for Our Poor Movies: Champion Lover of the Screen Bemoans Triumph of Art over Industry*, «Boston Telegram», January 26, 1923: «Il 75% dei film mostrati oggi è uno sfrontato insulto all'intelligenza umana. Questo perché le compagnie producono film come prodotto industriale – non artistico – e usano metodi industriali». La versione più dettagliata di questa accusa sembra essere *What's the Matter with the Movies?*, «Illustrated World», May 1923, pp. 342-344, 422, 426 ss. Invariabilmente, questa linea di difesa cerca di allontanare Valentino dalla sua mercificazione erotica ne *Lo sceicco*: «Arte, non profitti è la rivendicazione di Valentino nella battaglia legale. L'attore dice di odiarsi per ciò che ha fatto ne *Lo sceicco*. Vuole una possibilità per mostrare al pubblico che sa fare cose migliori», «Tribune», September 2, 1922; J. K. Winkler, *I'm Tired of Being a Sheik*, intervista, «Colliers», January 1926, p. 28.

<sup>53</sup> J. R. Quirk, *Presto Chango Valentino!*, cit., pp. 36-37.

pubblicò una serie di pretese le-  
 gregari di bellezza di Valentino”.  
 e delle quali ne mostrano solo il  
 condano di simboli fallici quali  
 sso suonano come un inventario  
 naio di muscoli particolarmente  
 una tendenza a de-erotizzare le  
 ità di Valentino ricadevano nella  
 o intero corpo assumeva la fun-  
 aso dell'esibizione del suo corpo  
 e arena, Fred Niblo, Famous  
 1924), (Figg. 11. 3-4) –, le imma-  
 e la proiezione maschilista come  
 u assumeva il ruolo di imitatore  
 dello schermo americano come



importante collegamento con  
 questa associazione per mezzo  
 della compagnia maschile (e di  
 suo successo presso il pubblico  
 nile», come afferma in un arti-  
 o. La promozione di Valentino  
 di vita con “solo uomini” al  
 ppure fu felice di trovarsi solo

een Star, «Muscle Builder», agosto  
 1923, pp. 27-29, 138-139; annunci  
 o sai che Rodolfo Valentino ha lo  
 anche *Who Said Lounge Lizard?*,  
 h Valentino's Big Confort, «Movie  
 corpo maschile, cfr. R. Dyer, *Don't*  
 morali a fisici dei concetti di per-  
 oul. *Changing Ideals of American*  
 p. 23-38.

con i suoi simili? [...] Era un uomo virile che moriva insieme ai suoi virili amici»<sup>55</sup>. Questo tipo di pubblicità produsse le risposte più caustiche dal campo maschilista: accuse di ipocrisia e saporite insinuazioni di omosessualità. Un resoconto di una conferenza stampa, indetta dagli agenti di Valentino, si compiace del seguente riassunto: «Si diceva che uno sciame di uomini, inzuppati di pioggia, aspettasse ore per vedere per un attimo l'eroe de *L'aquila nera* il giorno della prima del film. Apparentemente, secondo gli esperti della promozione, era un assembramento solo maschile». Poi, quando Valentino scendeva lungo Broadway, «erano uomini, fate attenzione, uomini che lo seguivano per isolati, lanciando occhiate, spintonando, innata virilità che attira uomini»<sup>56</sup>. Valentino s'imbatté nel doppio standard di una cultura ostinatamente omo-sociale e omofobica; più insisteva a essere “uno di loro”, meno gli riusciva.

Nella spirale discorsiva che intreccia strategie di promozione, rimozione e difesa, la carriera di Valentino divenne un campo di battaglia di conflitti tra le forze del consumismo e argomentazioni ideologicamente arroccate di etnicità e sessualità – forze che in realtà stavano per incorporarsi reciprocamente. Nella misura in cui il suo successo si costruì sull'incarnazione delle contraddizioni liberate da tale processo, egli ne divenne la vittima più illustre. La violenza pubblica che scatenò, nella forma di accuse malevole o di appassionate dimostrazioni di devozione e di difesa,



Fig. 11. 4 *Monsieur Beaucaire*

resero la sua persona sempre meno importante. Per usare un cliché, diventò un significante variabile di discorsi temporaneamente antagonisti – destino sintetizzato dalle false fotografie che lo ritraggono in cielo e in altre curiose manifestazioni della sua vita ultraterrena<sup>57</sup>.

Tuttavia, egli diede *corpo* a queste contraddizioni, offrendo loro un'espressione materiale nella forma di un'unica soggettività, senza la quale lo star system non funzionerebbe. In questo senso Valentino sembrava interpretare le contraddizioni del cambiamento sociale quando esse riguardavano la vita delle persone – e le riguardavano in modo diverso, a seconda del genere e dell'orientamento sessuale, della classe, della razza, dell'etnia e della generazione. In questo modo, come una sorta di supplemento vivente, egli fece la differenza nel quadro dell'espressione pubblica e della negoziazione di queste vicissitudini. Mentre il suo corpo diventava il luogo di

<sup>55</sup> W. Taylor, *Rodolf Wants to Be a Cowboy*, «Chicago Herald», September 8, 1922; anonimo, *No Woman Said Last Good-bye to Rudy – No Deathbed Kiss for Rudy*, «Mirror», August 23, 1925.

<sup>56</sup> *Rudolph Valentino to Change His Act? Advisers of the Film Star Would Make Him a Real He-Man*, «World», November 22, 1925.

<sup>57</sup> Cfr. I. Shulman, *Act V: Cuckooland in Valentino*, cit. L'aumentata dissociazione tra il significante Valentino e qualsiasi base empirica diventò essa stessa un argomento di discorso; cfr. *Valentino and Yellow Journalism*, «The Nation», September 8, 1926, p. 207.