Ha appena chiuso i battenti a New York una rassegna dedicata alle copertine di *Time*

La storia occhieggia dalle prime pagine

F*aces of Time*: questo il titolo della mostra dedicata ai celebri ritratti di copertina del settimanale più famoso del mondo: *Time*. Un titolo volutamente giocato sulla doppia accezione, in questo contesto, della parola tempo.

Oggetto dell'esposizione sono state le opere originali (ritratti, foto, sculture), commissionate a vari artisti dal settimanale. «Con l'obiettivo di delineare l'evoluzione della ritrattistica nel contesto delle riviste, la mostra rende un'immagine speculare dei cambiamenti della nostra cultura attraverso gli strumenti utilizzati dall'artista, simbolo del suo tempo» commenta Cecilia Bonn, direttore delle comunicazioni alla National Academy di New York, che ha ospitato la mostra. «Così, se fino agli anni sessanta era concepibile, da parte di un giornale, commissionare un dipinto per ritrarre una celebrità, oggi con l'esplosione dei media e la mancanza di tempo, la fotografia resta quasi l'unico strumento ritrattistico».

Time uscì per la prima volta nel marzo del 1923, frutto dell'idea di due neolaureati di Yale: Briton Hadden e Henry Luce. Il settimanale voleva offrire un distillato facilmente digeribile dei più importanti eventi della settimana. Nessuno poteva prevedere, data l'iniziale scarsità di mezzi, il successo che avrebbe avuto. Eppure, il numero di copie si moltiplicò al punto da triplicare l'anno successivo.

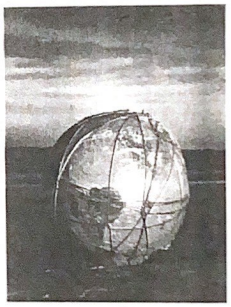
E oggi *Time* è una delle maggiori istituzioni giornalistiche statunitensi e una delle più influenti riviste mondiali.

Nel 1923, la sua prima copertina raffigurava il ritratto di Joseph Cannon e si riferiva al ritiro di questo personaggio politico dalla cerchia del Congresso dell'Illinois, dopo quarant'anni di attività. Questa immagine iniziò una tradizione destinata a durare negli anni, diventando una caratteristica peculiare del settimanale. Ancora oggi è tipico vedere emergere il volto di un rappresentante politico o di una celebrità dalla cornice rossa della rivista. Il risultato è efficace, tanto che i ritratti di copertina di *Time* sono subito divenuti simbolo di fama e successo. Un esempio classico è quello del generale tedesco Nikolas von Falkenhorst che, quando si arrese agli alleati alla fine della seconda guerra mondiale, volle far capire il significato della sua cattura raccontando di essere stato ritratto una volta sulla prima pagina di *Time*.

Il cambiamento dei tempi e della cultura rispecchiato dalle famose copertine si può dividere in quattro periodi. Fino agli anni quaranta, gli esempi dei ritratti sono immagini in bianco e nero, spesso insignificanti se confrontate con gli standard moderni utilizzati dai media per catturare l'attenzione del lettore. Ma famosi restano il ritratto di Charles Lindbergh, eseguito da Samuel Woolf, per cui il famoso aviatore, primo a sorvolare l'Atlantico da New York a Parigi, posò pochi giorni dopo l'impresa nel 1927.

Dello stesso periodo è la foto austera in bianco e nero di Gertrude Stein, ripresa da George Platt Lynes nel 1933.

La fine della seconda guerra mondiale inaugura un nuovo periodo, in cui il progresso della tecnologia rende abituali le copertine colorate. Protagonisti assoluti sono tre artisti, Boris Artzybasheff, Ernest Hamlin Baker e Boris Chaliapin, destinati a diventare i più prolifici autori di copertine, conosciuti come il «trio ABC». Pur manifestando diverse espressioni artistiche, la loro comune caratteristica è il realismo, tipico della cultura del secondo quarto di secolo. E' di questo periodo il celebre ritratto di Albert Einstein eseguito da Baker, dove lo scienziato è raffigurato con la sua celebre formula riguardante l'equivalenza di massa ed energia, e che spiccava sul numero del primo luglio 1946 a commento di un articolo sull'inizio dell'era atomica, inaugurata dall'esplosione delle prime bombe nucleari.



Robert Kennedy secondo Roy Lichtenstein (*Time*, 1968). A fianco, il *Pianeta dell'anno 1989*.

E' negli anni sessanta che si assiste a una completa rivoluzione, quando il settimanale adotta un avventuroso approccio sperimentale. Un esempio per tutti è il ritratto astratto del ballerino russo Rudolf Nureyev, rappresentato dal pittore inglese Sidney Nolan come una sorta di spettro. Pubblicata nell'aprile del 1965, questa copertina non incontrò il favore del pubblico.

Con il passare del tempo e il moltiplicarsi degli stili, l'eclettismo diventa una delle maggiori caratteristiche di alcune memorabili copertine. Come quella dell'artista pop Roy Lichtenstein, che nel 1968 raffigurò Robert Kennedy nelle spoglie di un supereroe fumettistico. L'idea fu apprezzata e interpretata come un tributo al potere del presidente. Dello stesso artista, è pubblicata nello stesso anno, è *La pistola in America*, copertina ispirata dall'assassinio di Martin Luter King.

Di tutte le copertine prodotte durante l'anno, quella della prima settimana è la più significativa e, nella tradizione di *Time*, rappresenta l'uomo dell'anno, il personaggio più significativo, nel bene o nel male. Per queste la rivista non bada a spese e le opere sono commissionate ai maggiori artisti. Un esempio è l'artigiano russo Nikolai Solininkin che ha dipinto una scatola di legno in una miniatura raffigurante Mikhail Gorbaciov, uomo dell'anno 1988. Ma non sempre le opere d'arte sono ben accolte dai protagonisti o dal pubblico. Il ritratto di John Kennedy, dipinto in una posa ombrosa e pensierosa nel 1962 dall'artista italiano Pietro Annigoni, non riscosse alcun successo: è rimasta una delle copertine meno apprezzate.

Poche le donne raffigurate tra i protagonisti di un secolo di storia. Tra queste, Indira Gandhi in un ritratto di Mario Donizzetti, diventato copertina quando il leader indiano venne assassinato nel 1984. Il ritratto di Kate Millet, simbolo del femminismo, spicca nel numero dell'agosto 1970, per il suo libro *Sexual politics* e la sua teoria mirata a sradicare il sistema patriarcale.

Ma la prima pagina di *Time* non ha ospitato solo volti. E' il caso della copertina dedicata al *Pianeta dell'anno 1989*, opera di Christo, dove un mappamondo appare avvolto in un telo di plastica. Il messaggio era chiaro: «Prima di pensare a noi stessi, pensiamo a salvare la nostra casa minacciata».

Marta Cerù