



**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI GENOVA**

**SCUOLA DI SCIENZE UMANISTICHE**

**DIPARTIMENTO DI ANTICHITÀ, FILOSOFIA E STORIA**

Corso di Laurea Magistrale in Metodologie Filosofiche

Tesi di Laurea

Realismo e mercificazione:

un'analisi critica del blockbuster contemporaneo

Relatore: Alberto Giordano

Correlatore: Guido Levi

Candidato: Niccolò Setzu

Anno Accademico 2023/2024



## Indice

<b><i>Introduzione: determinare un punto di partenza</i></b> .....	<b>5</b>
<b><i>1 Cinema politico</i></b> .....	<b>10</b>
1.1 La macchina dei desideri.....	10
1.2 Passività e persuasività.....	12
1.3 Capitalismo e intrattenimento .....	22
<b><i>2 Joker: la politicità dello spazio privato</i></b> .....	<b>31</b>
2.1 La genesi di un simbolo .....	31
2.2 Up patriots to arms.....	44
2.3 Folie à deux: chi è Arthur Fleck? .....	57
2.4 La distruzione di un falso mito.....	67
<b><i>3 Barbie, the movie – strumenti per un’analisi critica</i></b> .....	<b>78</b>
3.1 Le origini di un’icona .....	78
3.2 Dalla plastica alla carne: il primo action movie su Barbie .....	86
3.3 Wokismo, Pinkwashing e capitalismo autocosciente .....	93
3.4 Nelle contraddizioni della società delle merci .....	105
3.5 Le problematiche politiche del wokismo .....	115
<b><i>4 Dare una prospettiva al percorso</i></b> .....	<b>121</b>
4.1 La diagnosi .....	121
4.2 La risposta necessita un approccio politico .....	122
<b><i>Bibliografia</i></b> .....	<b>127</b>
Monografie .....	127
Saggi e articoli .....	128
Webgrafia .....	128
Sitografia .....	132
Filmografia.....	133
<b><i>Ringraziamenti</i></b> .....	<b>136</b>



## INTRODUZIONE: DETERMINARE UN PUNTO DI PARTENZA

La crisi della modernità sembra astruseria da filosofi. Ma è il più trito del quotidiano<sup>1</sup>.

S. Consigliere, *Antropo-logiche*, 2014.

Siamo esseri contingenti, situati, come questo stesso scritto. La cornice in cui agiamo è sempre determinata, particolare, ma soprattutto relazionale. Il cinema, nel suo manifestarsi, si situa all'interno di questo spazio, partecipa nel determinare l'evolversi inesorabile dei valori culturali. Tale capacità, va però questionata: come tutti gli strumenti, anche il cinema non è neutrale, ed il suo enorme potenziale coercitivo è sempre direzionato, determinando necessariamente una responsabilità etica. In tale responsabilità però, di riflesso, ricade anche chi sta dall'altra parte, chi si posiziona davanti allo schermo.

In che modo il cinema influenza le nostre coscienze? In che modo il cinema veicola valori che si riflettono sulle nostre forme relazionali, sul nostro modo di agire, sulle nostre idee e stereotipi? Quando è definibile come coercitivo l'utilizzo del cinema? E che ruolo, che responsabilità ha il pubblico, il quale è bersaglio di un tal susseguirsi di immagini in movimento, ma anche consumatore che ne richiede determinate forme e rappresentazioni?

Queste e tante altre sono le domande da cui nasce questo scritto. Si tratta di un interesse profondo, che prende le mosse da un rapporto personalmente conflittuale, problematico, con la *settima arte*.

Sin dalla sua nascita il cinema ha smosso coscienze, modificato immaginari, indotto, sedotto e respinto generazioni su generazioni. È stato oggetto da fiera, strumento di propaganda, mezzo d'espressione e di contro potere, d'autore, di genere, autoriflessivo e molto ancora.

Da molti anni ormai il cinema si declina anche nell'accezione di Blockbuster, un prodotto che nasce con l'intento di essere il più diffondibile possibile tramite storie dalle

---

<sup>1</sup> S. Consigliere, *Antropo-logiche, modi e mondi dell'umano*, Edizioni Colibri, Milano, 2014, p. 13. La citazione continua con «[...] e direttamente sulla nostra pelle, che ne viviamo le conseguenze: dalla diffusione dei supplementi psicoattivi al dominio dell'*impianto spettacolare*, dall'*incapacità di immaginare altri modi di vita* all'espandersi del controllo tecnico». Corsivo mio.

tematiche trasversali e budget enormi. Tali film saranno oggetto di riflessione di questo scritto. Il motivo nasce dalle precedenti domande, alle quali mi sono reso conto fosse necessario un lungo lavoro di approfondimento per riuscire quantomeno a fornire degli elementi di risposta, necessariamente parziali e conseguentemente rifezionati in una nuova primavera di domande. Si tratta di un percorso spiraliforme, di un flusso che ha nella sua via, nel suo approccio il vero aspetto decisivo.

Se il cinema in passate stagioni politiche, come ormai è abbastanza risaputo, ha svolto un ruolo decisivo nella propaganda di stati democratici e non, oggi, ai giorni nostri, in un panorama occidentale dove regna la disillusione, il realismo, la mercificazione, quali valori propaga al suo interno? La domanda riguarda un certo tipo specifico di prodotto cinematografico, quello ad alti budget, destinato ad intrattenere trasversalmente il grande pubblico - adulti e bambini, tutti compresi. Ci si domanda, quindi, come andare al cinema oggi possa cambiarci, influenzarci, ridirezionarci, senza che nemmeno ce ne accorgiamo.

Questo scritto cercherà di affrontare proprio tali questioni, passando attraverso due casi di studio principali – *Joker* (2019) e *Barbie, the movie* (2023) tramite una strumentazione filosofica argomentata ed esposta principalmente nel primo capitolo. Sia la storia che alcuni elementi metaforici e simbolici di film del passato saranno fondamentali per sostenere l'idea che il cinema sia politico, dotato di enorme potere coercitivo, e che ancora oggi venga usato come negli anni della Guerra Fredda, o ancor prima, al fine di influire sull'opinione pubblica. Gli esempi presi sono limitati e non si tratta di un'analisi con pretese universaliste, ovviamente. Il focus sarà incentrato su tutta una serie di questioni e di prodotti cinematografici occidentali.

Ciò, inoltre, mi torna utile per ricordare – e ricordarmi - come ogni tentativo di stabilire una sentenza, una nuova verità, è destinato a fallire, o a trasformarsi in un'ideologia autoreferenziale come molte altre. Scopo di questo scritto è quindi alimentare una riflessione critica intorno specifici aspetti del mondo che ci circonda facendo “parlare” alcuni prodotti cinematografici. Si tratta, conseguentemente, di un approccio che di per sé vuole essere aperto, al fine di stimolare dialogo, riflessioni e maggiore consapevolezza, una consapevolezza in primis metodologica.

Dall'impalcatura filosofica del primo capitolo, prenderanno poi forma i due successivi. I due film che verranno trattati hanno in sé un ruolo radicalmente differente nel rapportarsi con la realtà in cui si situano: da una parte *Joker* ci fornisce una miriade

di spunti riflessivi la cui relazione con innumerevoli fenomeni sociali contemporanei sarà resa il più limpida possibile. *Barbie* invece, si pone su un livello diverso: si tratta di un film che di per sé, ancora più di *Joker*, va preso per quello che cerca di fare *nel* contesto in cui è situato. Per spiegare meglio, si tratta di un film che cerca di imporre *direttamente* la sua influenza sugli schemi sociali e le gerarchie valoriali. Se *Joker* ci parla di dinamiche presenti nella realtà, *Barbie* cerca di modificarla con un influsso diretto.

Nel secondo capitolo, di conseguenza, si tratterà dei due film di Todd Philips aventi come protagonista il Joker, lo storico nemico di Batman. Ad una breve disamina storica sulla genesi del personaggio e le sue diverse interpretazioni in film precedenti, affronterò una decostruzione critica di entrambi i film – *Joker* (2019) e *Joker: folie à deux* (2024) - mettendoli in dialogo con il pensiero di Mark Fisher, Slavoj Žižek, Carl Rhodes, Jennifer Guerra e altri. Il film sarà fondamentale per mettere in risalto temi come la crisi delle nuove generazioni, il cortocircuito mercificatorio generatosi all'interno del capitalismo maturo, la radicale difficoltà nel trovare un nuovo slancio creativo, alternativo ad una realtà troppo spesso desiderata in fiamme. Verrà anche proposta un'interpretazione del ruolo del personaggio interpretato da Joaquin Phoenix, Arthur Fleck, sia all'interno del film che in relazione a ciò che ha ispirato al di fuori delle sale: tutto questo sarà sempre inerente al piano contenutistico e mai concernente regia o fotografia (se non con qualche piccola eccezione).

Nel terzo capitolo si parlerà invece di *Barbie, the movie*, blockbuster del 2023 diretto dalla regista e attrice Greta Gerwig. Femminismo, sprazzi di meta cinema, la pretesa di essere un film “impegnato”, si svolgono qui nella cornice di una enorme *commercial ad* firmata Mattel. Il tentativo è evidente: sfruttare tendenze socio-culturali contemporanee – si veda la critica all'estetica, la lotta al patriarcato, l'inclusivismo – al fine di rilanciare e riabilitare l'immagine della bambola Barbie nel mercato globale. Il Pink washing non si pone limiti, dalla falsa inclusività che vede bambole di diversa corporatura ed etnia ma sempre truccate e agghindate secondo i canoni vigenti – l'*american way of life (and thinking)*, la narrazione femminista che si trasforma in una banale opposizione tra patriarcato e matriarcato – con un finale woke dove la vera svolta che fa dimenticare i precedenti 114 minuti di *advertising* è Barbie che nega il bacio a Ken e si proclama soggetto autonomo, in carne ed ossa. Si prosegue con gli inserti nel “*real world*”, perfetta leva per attivare la catarsi nel pubblico – il mondo estremizzato dove gli

stessi uomini di affari si auto-disvelano dicendo di «nascondere il patriarcato tramite un po' d'inclusione»<sup>2</sup>, per non parlare di come sia rappresentato il consiglio di amministrazione Mattel: tutti uomini – anche perché sarebbe stata troppo grossa mentire perfino sul sesso di chi detiene le redini del gruppo – che mano a mano nel film vengono mostrati sì tutti uguali e irregimentati, ma sempre più teneri, ingenui, diretti da un CEO (e qui sta lo *sugar coating* più evidente) – interpretato non a caso da Will Ferrell, personaggio notoriamente comico, dall'aria ingenua, che non risulta credibile quando parodizza il suo alter ego reale Ynon Kreiz, mostrandosi buffo e goffo, fino ad arrivare a mostrare la sua profonda umanità esprimendo il desiderio di farsi il solletico con i suoi collaboratori. Una enorme pubblicità per il prodotto Barbie ma anche una enorme operazione per modificare l'immaginario collettivo riguardo la percezione della compagnia che la produce. *Pink washing* che si dimostra *pink coating* di tutto, senza limiti, né etici o materiali.

«Il fenomeno «Barbie» ha riaccessato l'interesse dei consumatori per la bambola nata nel 1959, dando una forte spinta ai conti del colosso statunitense dei giocattoli Mattel. Il film, uscito nelle sale la scorsa estate, ha incassato più di 1 miliardo di dollari in tutto il mondo e ha dato nuovo slancio alle vendite dei prodotti Barbie, che in precedenza erano diminuite. Il fatturato lordo con le bambole Barbie è aumentato del 27% superando i 473 milioni di dollari nel quarto trimestre rispetto all'anno precedente. Nel mercato interno del Nord America, l'aumento è stato del 43% a 252,8 milioni di dollari»<sup>3</sup>

si legge in un breve articolo del Corriere della Sera, a dimostrazione di come l'operazione di marketing stia riuscendo. Nella società capitalista che ha raggiunto un cosiddetto stato maturo, come sostengono Fisher, Zizek e altri, Barbie è il perfetto esempio di come la controcultura, l'alternativismo, il femminismo stesso, siano carne da macello di primissima qualità per un sistema dove gli unici valori – sempre impliciti – sono il consumo e l'innovazione. Fa sorridere in questo senso il breve monologo di Sasha, la quale seduta al tavolo con le amiche critica attraverso il film *Barbie* la cornice dentro la quale essa stessa agisce, con la semplice funzione di avvicinare emotivamente il pubblico

---

<sup>2</sup> G. Gerwig, N. Baumbach, *Barbie*, Original Screenplay, 2023. Traduzione mia.

<sup>3</sup> [https://www.corriere.it/economia/finanza/24\\_febbraio\\_08/il-fenomeno-barbie-spinge-i-conti-mattel-15-7-di-ricavi-nel-quarto-trimestre-2023-1f453f13-ace6-4b1f-adee-18d7afaf1x1k.shtml?refresh\\_ce](https://www.corriere.it/economia/finanza/24_febbraio_08/il-fenomeno-barbie-spinge-i-conti-mattel-15-7-di-ricavi-nel-quarto-trimestre-2023-1f453f13-ace6-4b1f-adee-18d7afaf1x1k.shtml?refresh_ce) . Ultima consultazione 18 novembre 2024.



alla storia – “*she knows too!!*” avranno pensato molte persone in sala. Mattel con in suo agire, è il perfetto esempio di come tutto sia merce, tutto sia potenziale un prodotto da inscatolare e vendere.

Nella conclusione, infine, si cercherà di mantenere un approccio propositivo e in ultima istanza volto ad una costruttività creativa, alternativa e propositiva. Troppo spesso ci si intrattiene con decostruzioni ultra-critiche, a volte spietate, che però non delineano nuovi orizzonti. Mi prometto qui di non ricadere in questa stessa critica mossa. “Che cosa fare?” è la domanda più trasversale e più impellente dei nostri giorni. Nella cornice del capitalismo definito “maturo”, anche la sua critica ha raggiunto un promettente stato di maturazione. È ora arrivato il momento di coglierne i frutti.

# 1 CINEMA POLITICO

## 1.1 LA MACCHINA DEI DESIDERI

«Non c'è nulla di spontaneo, di naturale, nei desideri umani. I nostri desideri sono artificiali, bisogna che qualcuno *ci insegni a desiderare*. Il cinema è l'arte perversa per eccellenza, *non ti offre quello che desideri, ti dice come desiderare*»<sup>4</sup>. In queste parole pronunciate da Slavoj Žižek come introduzione del suo *A pervert's guide to cinema* è contenuta l'essenza problematica del medium cinematografico (che ci si approcci ad esso tramite una prospettiva psicanalitica – come fa il filosofo sloveno – o no – come faremo noi). Le parole di Žižek inquadrano perfettamente il problema e sembrano accostarsi ad alcune fondamentali intuizioni che Edward Bernays formulò nel suo *Propaganda*, un vero e proprio manuale di istruzioni per l'uso della propaganda nelle moderne democrazie occidentali:

«gli strumenti per organizzare e focalizzare l'opinione pubblica possono essere soggetti ad abusi. Ma questa organizzazione e focalizzazione sono *assolutamente necessarie alla vita quotidiana ordinata*»; «qualsiasi propaganda ha i suoi fautori e i suoi detrattori, *tutti altrettanto smaniosi di convincere la maggioranza delle persone*».<sup>5</sup>

La visione fatalista di Bernays ci avvicina a quello che sarà un forte assunto presente tra le righe di questo lavoro: il cinema con la sua enorme potenza persuasiva, svolge un ruolo decisivo nel dare forma all'immaginario degli spettatori. Le immagini proiettate sullo schermo - nelle sale, nei televisori, tablet, PC o smartphone - hanno un effetto persuasivo che può essere direzionato - eticamente e politicamente - ma mai evitato<sup>6</sup>: l'influenza riguarda qualsiasi sfera della vita, determinando radicalmente il nostro rapporto con lo spazio relazionale in cui siamo sempre immersi.

La questione etica va quindi affrontata necessariamente, in quanto scrivere, girare, produrre un film non può essere mai fatto in una posizione neutrale. Tale affermazione si collega alla più ampia riflessione che Guy Debord fece a fine anni Sessanta riguardo la

---

<sup>4</sup> S. Žižek, *A pervert's guide to cinema*, diretto da S. Fiennes, 2006. Corsivo mio

<sup>5</sup> E. L. Bernays, *Propaganda, come manipolare l'opinione pubblica*, Shake edizioni, Milano, pp. 25,40. Corsivo mio.

<sup>6</sup> L'essenza del paradosso in breve è che non si può scegliere di non scegliere, o meglio ancora, non scegliendo, si sceglie.

società contemporanea nella sua dimensione di «immenso accumulato di spettacoli<sup>7</sup>». In tal senso

lo spettacolo non è un prodotto necessario dello sviluppo tecnico visto come sviluppo naturale. La società dello spettacolo è al contrario la forma che sceglie il proprio contenuto tecnico. Se lo spettacolo, esaminato sotto l'aspetto ristretto dei "mezzi di comunicazione di massa", che sono la sua manifestazione superficiale più soggiogante, può sembrare invadere la società come una semplice strumentazione, *questa non è concretamente nulla di neutro, ma la strumentazione stessa è funzionale al suo auto-movimento totale*<sup>8</sup>.

Parallelamente, l'idea che non sia possibile assumere una posizione neutrale nasce anche dalla convinzione, su un piano ontologico-esistenziale, che tutti noi siamo sempre *situati*, immersi, partecipi di un contesto sociale, per sua natura relazionale, che ci porta conseguentemente a dover fare i conti con la *responsabilità*<sup>9</sup> delle nostre azioni.

Ogni azione che svolgiamo è perciò politica, nel senso più ampio del termine, e da ciò ne deriva una responsabilità, che si può accettare o meno, con necessarie conseguenze etiche.

Come vediamo la realtà oggi, forse, è radicalmente influenzato anche da come negli ultimi cento anni essa ci è stata *narrata* nelle sale, dove la sottile linea che separa finzione e realtà sembra essersi via via sempre più dissolta. Un aspetto propriamente legato al mondo della propaganda, «pratica della creazione di circostanze, mentre intanto si fanno nascere certe immagini nella testa di milioni di persone<sup>10</sup>» che ha sempre intersecato la produzione cinematografica.

Volendoci soffermare in questo scritto sui contenuti ideologici veicolati dal cinema contemporaneo di intrattenimento, quello distribuito su larga scala e dai grandi budget – i cosiddetti *blockbuster*<sup>11</sup> – è necessario puntualizzare alcuni presupposti filosofici e le domande che hanno mosso tale interesse di studio.

---

<sup>7</sup> G. Debord, *La società dello spettacolo*, tesi 1

<sup>8</sup> *Ivi*, tesi 24, corsivo mio.

<sup>9</sup> Il corsivo sarà utilizzato, quando non per una citazione o un termine in un'altra lingua, con lo scopo di rimarcare l'importanza, il peso di una determinata parola.

<sup>10</sup> E. L. Bernays, *Propaganda*, p. 35.

<sup>11</sup> «Termine utilizzato per definire opere cinematografiche di grande successo per incassi e apprezzate da larghe fasce di pubblico. Questa espressione ha la sua origine nel 1975, anno in cui esce nelle nordamericane il film *Jaws* (Lo squalo) di Steven Spielberg, che supera il tetto dei cento milioni di dollari, quota minima stabilita per poter definire in tal modo un film. Tale tetto minimo di ricavi si è rapidamente trasformato, in

## 1.2 PASSIVITÀ E PERSUASIVITÀ

Ciò che fonda questa analisi critica e ne influenza la direzione è la presa di coscienza, innanzitutto personale e situata<sup>12</sup>, dell'immenso potere persuasivo del cinema, della sua potenzialità narrativa e immaginativa - *inaggirabile*, la quale determina radicalmente il rapporto con il reale da parte del pubblico – al tal punto che di fronte ad eventi straordinari la prima reazione oggi è quella di dire «*era proprio come in un film*<sup>13</sup>».

Eventi straordinari, ma non solo. Si tratta anche delle piccole cose. Della vita di tutti i giorni. Pensiamo per esempio a Salinger, quando tramite il suo esuberante Giovane Holden, mostrato in un momento di estrema auto-riflessività, metteva a nudo proprio tale aspetto cardine. In seguito alla combutta con Maurice, portiere della bettola dove doveva passare la notte, ecco le parole del celebre personaggio, steso sul pavimento con lo stomaco dolorante:

quando finalmente mi sono alzato, ho dovuto andare verso il bagno piegato in due, tenendomi la pancia e via dicendo. [...] Quando ero a metà strada, in pratica ho cominciato a fingere che avevo una pallottola nella pancia. Il vecchio Maurice mi aveva sparato. Ora stavo andando in bagno a farmi un bicchierino di whisky o simili per calmare i nervi e poter entrare *davvero* in azione. Mi sono immaginato che uscivo da quell'accidenti di bagno vestito di tutto punto, con la pistola in tasca, e per un po' barcollavo in giro per la stanza. Poi andavo al piano di sotto per le scale, invece di prendere l'ascensore. Mi reggevo al corrimano e via dicendo, con un rivoletto di sangue che a poco a poco mi scendeva da un angolo della bocca. Poi cosa facevo, scendevo qualche altro piano – stringendomi la pancia, perdendo sangue dappertutto – e a quel punto premevo il pulsante dell'ascensore. Appena il vecchio Maurice apriva le porte, mi vedeva con la pistola in mano e attaccava a urlare, con una vocetta acuta da cacasotto, di lasciarlo stare. Mai io gli sparavo lo stesso. Sei colpi dritti in quel panzone peloso. Dopodiché buttavo la pistola nella tromba dell'ascensore, dopo averla pulita dalle impronte digitali e tutto quanto. Poi a quattro zampe mi trascinavo nella mia stanza e chiamavo Jane, le dicevo di venire a bendarmi le budella. La immaginavo

---

particolar modo nel cinema hollywoodiano, in una vera e propria attitudine produttiva volta a *massimizzare il profitto con determinati prodotti cinematografici ad alto budget*. Cfr. Treccani online – vocabolario del XXI secolo. <https://www.treccani.it/enciclopedia/blockbuster>, ultima consultazione 12 giugno 2024. Corsivo mio.

<sup>12</sup> Il termine “situato” qui utilizzato si rifà alla filosofia heideggeriana e ha lo scopo di rimarcare la parzialità del mio punto di vista conseguente *gettatezza* dell'essere storico di ognuno di noi.

<sup>13</sup> R. Rich *After the Fall: Cinema studies post-9/11*, in “*Cinema Journal*”, 2004, 43,2 pp. 109-115.

che reggeva una sigaretta per farmela fumare, mentre io sanguinavo e via dicendo. Maledetti film. Sono quelli che ti rovinano. Non scherzo<sup>14</sup>.

Parentesi immaginativa che ricorda lo stesso Arthur Fleck, il Joker di Todd Philips, alle prese con la sua pistola davanti allo specchio gesticolando con un chiaro richiamo all'iconica scena di *Taxi Driver*.

Il cinema, in questo senso si presenta come uno dei media che veicolano le immagini in quella che Guy Debord definiva *società dello spettacolo*: «un rapporto sociale tra le persone, mediato dalle immagini<sup>15</sup>» il quale determina il rapporto stesso con la realtà – ed in primis con sé stessi. Se il cinema che inizialmente mise insieme immagini per generare l'illusione di movimento tramite il loro repentino susseguirsi aveva come soggetto scene di vita quotidiana in quella che si può definire una riproposizione di un punto di vista sulla realtà, non neutrale ma sicuramente più tendente al descrittivo – si pensi ai classici cortometraggi come *L'arrivo di un treno alla stazione di La Ciotat* dei fratelli Lumière (1896) – tale medium si è sempre più dimostrato una macchina generatrice di idee, cliché, stereotipi<sup>16</sup>.

In tal senso, il cinema a partire almeno dalla Hollywood classica ha sempre più determinato la rappresentazione iconica di ruoli sociali, luoghi e strutture relazionali determinando la percezione stessa del mondo da parte delle generazioni successive in maniera inaggirabile.

Il punto è che oggi nel bagaglio culturale che ci portiamo dietro – di cui fa parte il cosiddetto senso comune - sono presenti stereotipi immaginativi che derivano dalla storia più che centenaria di tale medium – medium tra i vari che forse ha avuto l'impatto più radicale sull'essere umano contemporaneo.

Vale la pena di ricordare cosa diceva Fellini, parlando dei critici dell'epoca che guardavano un numero esorbitante di pellicole ogni giorno:

Chissà se un critico cinematografico è ancora in grado di sognare la notte. Il suo inconscio come può reagire a questa dilagante, inesauribile concorrenza? In che modo viene smaltita

---

<sup>14</sup> J.D. Salinger, *Il Giovane Holden*, Einaudi Editore, Torino, 2014, pp. 122-123.

<sup>15</sup> G. Debord, *La società dello spettacolo*, tesi 4.

<sup>16</sup> E la gente lo aveva capito: un esempio calzante può essere come l'opinione pubblica italiana del dopoguerra reagì al neorealismo, accusato di esportare nelle sale di tutto il mondo solamente gli aspetti di degrado culturale e materiale del bel paese.

questa *sconfinata invasione di immagini che quasi sempre riferibile a nulla*, né alla vita in generale, né a quella individuale, personale dello spettatore di quelle immagini che devono finire per snodarsi simili a un'interminabile vuota figurazione, vagamente avvertita come può essere un rumore, un colore perpetuo? Io sono del parere che un critico del cinema andrebbe seguito, studiato, analizzato come un prototipo di nuova creatura, di essere nuovo<sup>17</sup>.

L'essere nuovo di Fellini, oggi, è potenzialmente ognuno di noi. Il consumo di cinema, ma ancor di più quello di tutti gli altri medium dotati di immagine – si pensi solo ai social network sugli smartphone – ha invaso la vita quotidiana della maggior parte degli individui – occidentali, ma sempre di più di qualsiasi angolo remoto del mondo – al punto da generare un ambiente costantemente invaso da rappresentazioni, sempre connotate valorialmente.

In questo senso Debord aveva perfettamente ragione nel sostenere il carattere di mediazione della società dello spettacolo: nel pullulare di immagini che si susseguono e che investono il cittadino passivo si va a instaurare un filtro che determina la percezione della realtà stessa.

Oggi non è un film a sembrare reale, ma la realtà a sembrare un film, in un rapporto che si è invertito, dove la finzione ha preso il sopravvento. La conseguenza è una vita mediata dai tempi, dagli accostamenti musicali, dai cliché che Debord individua come prodotto del potere, dell'establishment capitalista il quale nell'era post-ideologica offre non più l'avere, già sostituitosi alla dimensione dell'essere, ma il rappresentare, in un consumo di immagini annichilente che ribadisce ciclicamente lo status quo.

Il potere persuasivo del cinema ha inoltre il vantaggio di attuarsi all'interno di un'esperienza che si connota come maggiormente *passiva* rispetto al rapporto dello spettatore con altri tipi di medium artistici – ad esempio la fotografia, la scultura, la pittura. In questo senso, già negli anni Trenta del Novecento, Walter Benjamin metteva perfettamente in luce tale aspetto:

Si confronti la tela su cui viene proiettato un film con la tela su cui si trova il dipinto. Quest'ultimo invita l'osservatore alla *contemplazione*; di fronte ad esso lo spettatore può

---

<sup>17</sup> F. Fellini, *fare un film*, Einaudi Editore, Torino, 1980, p. 174. Corsivo mio.

abbandonarsi al proprio flusso di associazioni. Di fronte all'immagine cinematografica *non può farlo*. Non appena la coglie visivamente, essa si è già modificata. Non può venir fissata. [...] «Non sono già più in grado di pensare quello che voglio pensare. Le immagini mobili si sono sistemate al posto del mio pensiero<sup>18</sup>»<sup>19</sup>.

Sicuramente quando a fine Ottocento i primi cinematografi hanno iniziato a proiettare immagini in movimento, l'estasi dello spettatore era data anche da una incapacità di comprendere ciò che accadeva davanti ai suoi occhi. Ciò è totalmente giustificabile in confronto al pubblico di un quarantennio dopo che sempre Benjamin descrive:

*«La fruizione nella distrazione [...] trova nel cinema il proprio autentico strumento di esercizio»*. Nel suo effetto choc il cinema viene incontro a questa forma di fruizione. [...] Il pubblico è un esaminatore, e però un esaminatore distratto<sup>20</sup>.

Di tale fruizione passiva e acritica, ricondotta spesso alle masse – analisi interna ad una visione da un lato eccessivamente aristocratica e giudicante, ma che in parte può trovare giustificazione nel rifiuto della mera generalizzazione<sup>21</sup> – spesso si è approfittato, sfruttando il cinema per orientare l'opinione pubblica o influenzare (e direzionare) il consumo. Questo aspetto è esposto in maniera chiara e puntuale nel volume *Oro e Piombo* di G. Ghigi, testo che mette in luce un'ulteriore dinamica che sarà trattata successivamente, soprattutto nel capitolo relativo al film *Barbie*: la mercificazione, che pervade ogni aspetto della realtà, fino ai valori stessi, utilizzati con lo scopo di generare profitto, in un connubio tra capitalismo e media artistici dove si riscontra una

*“crescente estetizzazione della politica”* [...] ma anche la più generale estetizzazione dei processi produttivi, del consumo, della guerra, della quotidianità: armare le braccia non

---

<sup>18</sup> G. Duhamel, *Scènes de la vie future*, Paris, 1930, pp. 52 in W. Benjamin, *L'Opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, Einaudi editore, Torino 2014, p. 33.

<sup>19</sup> W. Benjamin, *L'Opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, Einaudi editore, Torino 2014, pp. 32-33. Corsivo mio.

<sup>20</sup> *Ivi*, pp. 35-36.

<sup>21</sup> In breve, non riguarda tutti, ma si può riscontrare un grande numero di spettatori “passivi”.

basta più, bisogna armare l'intera società che deve combattere, consumare e approvare l'operato istituzionale e politico<sup>22</sup>.

Esempi non solo legati al cinema pullulano nel panorama del marketing strategico della Grande guerra dove la pubblicità mirava ad un consumo interno sfruttando l'iconografia del fronte: «ciò sembra provato dalla siderale lontananza tra la realtà della vita delle trincee e la tipologia delle merci che venivano promosse come indispensabili ai soldati<sup>23</sup>». In tal senso le scottanti pagine di Ghigi testimoniano con efficacia la mancanza di qualsiasi nesso in tale fase storica tra etica e marketing. Di conseguenza era

la comunicazione commerciale, il *corporate war advertising*, molto più che la propaganda a far affiorare con spudorata evidenza e con cinico candore il profondo meccanismo della contemporaneità dove tutto, morte compresa, è circolazione della merce<sup>24</sup>.

L'esempio più calzante che si può riportare riguarda l'uso strategico del cinema "dal vero", una cosiddetta forma documentaristica di riprese, il quale svolse un ruolo determinante nella creazione di un nuovo bisogno, quella dell'orologio da polso, secondo le parole di Ghigi dapprima considerato oggetto femminile, poi stabilizzatosi nell'immaginario comune grazie a

ricostruzioni e montaggio di inquadrature [che documentano] in dettaglio l'uscita dalle trincee con l'ufficiale che controlla l'orologio prima di decidere il segnale d'attacco. Il gesto diventa un elemento topico del conflitto e verrà stabilizzato in moltissimi film di fiction bellica successivi, a cominciare da *Les Croix de bois* per continuare fino a *Orizzonti di gloria* [...] <sup>25</sup>

In tal senso gli Stati Uniti d'America sono un esempio perfetto di come a seconda delle necessità generate da contingenze storiche si possa sfruttare la persuasività del cinema. L'esperienza del CPI (1917-1919), Committee on Public Information o Creel Committee, dal nome del suo presidente nominato direttamente da W. Wilson, al tempo

---

<sup>22</sup> G. Ghigi, *Oro e Piombo, Il mercato della Grande guerra. Pubblicità, cinema, propaganda. 1914 – 1918*, Rubbettino Editore, Soveria Mannelli 2017, p. 12.

<sup>23</sup> *Ivi.* p. 37.

<sup>24</sup> *Ivi.* p. 33.

<sup>25</sup> *Ivi.* p. 68.



inquilino della Casa Bianca, è il primo esempio interno ad uno stato democratico di massiccio utilizzo di propaganda al fine di influenzare l'opinione pubblica. Erano i tempi della Grande guerra ed il popolo americano andava educato a desiderare (e consumare) i giusti prodotti<sup>26</sup> ma soprattutto a supportare lo sforzo bellico nel vecchio continente. All'interno del comitato, a soli 26 anni vi era anche Edward Bernays, definito successivamente primo spin doctor della storia, il quale con le sue idee svolse un ruolo fondamentale nella costruzione della "macchina del consenso" americana. Oltre i celebri poster raffiguranti lo Zio Sam, le migliaia di reclute - i *Four minutes man*<sup>27</sup>, il CPI nella sua organizzazione vedeva presente anche la *Film Division*, sezione che contribuì alla propaganda pro-bellica ed antitedesca con pellicole come *Gli artigli dell'unno*, *Il delinquente prussiano*, *All'inferno con il Kaiser*, *Il Kaiser la belva di Berlino*.

L'approccio anche qui era in linea con le rivoluzionarie idee di Bernays il quale sosteneva come «la propaganda può far capire alla gente che cosa è o non è bello, e l'impresa in questo modo contribuirà ad elevare il livello culturale degli americani<sup>28</sup>». Non solo mera propaganda al fine di allineare l'opinione pubblica con l'agenda di guerra della Casa Bianca, bensì anche una giustificazione etica fortemente paternalista che spesso Bernays ribadì tra le pagine del suo celebre *Propaganda*. Così quest'ultimo suggellava il capitolo dedicato alla leadership politica:

Per concludere, sto proponendo di governare con la propaganda? Se preferite, potete chiamarla *governo tramite l'educazione*. [...] Deve essere una propaganda specializzata e di larghe vedute, che crea circostanze, esalta gli eventi significativi e drammatizza gli eventi rilevanti. In questo modo lo statista del futuro sarà in grado di concentrare l'attenzione dell'opinione pubblica sui punti cruciali della sua politica e mobilitare l'enorme massa eterogenea di elettori per arrivare a una chiara comprensione del da farsi<sup>29</sup>.

Ciò che contesto a Bernays qui è la sua ingenua fiducia verso chi fa utilizzo delle tecniche da lui proposte: come non accorgersi di quanto sia vicino il pericolo di un utilizzo

---

<sup>26</sup> Cfr. G. Ghigi, Oro e Piombo.

<sup>27</sup> Si trattava di «gruppi di volontari, mobilitati sulla base di preesistenti reti associative quali il Rotary e i Lyons, che si esponevano in occasioni pubbliche [...] per tenere discorsi patriottici e antitedeschi di circa quattro minuti». Cfr. E. L. Bernays, *Propaganda*, p. 143

<sup>28</sup> *Ivi*, p. 127.

<sup>29</sup> *Ivi*, p. 103. Corsivo mio.

totalitario delle tecniche da lui ideate? Per dirla tutta, viene il dubbio che siano tecniche *di per sé totalitarie*, anche se usate da (o in) una democrazia, in questo caso il proclamato faro di tutte quante, gli States.

Stesse dinamiche si osservarono poi nel secondo conflitto mondiale, dove l'industria cinematografica, maturata e più consapevole del proprio potenziale, diede un apporto decisivo. Si pensi soltanto al ruolo che svolsero i cortometraggi animati, i cosiddetti *cartoons* della MGM, Disney, Fox, Warner Brothers, nel ribaltare l'orientamento dell'opinione pubblica statunitense, inizialmente isolazionista e pacifista. Vendita di Bond, costruzione del nemico, educazione al consumo, erano a seconda del target messaggi impliciti nelle brevi storie tra i 5 e i 10 minuti di visione dove le avventure di Bugs Bunny o Duffy Duck – per citare due dei protagonisti più celebri – erano al centro di trame attinenti al periodo storico. All'interno di questi prodotti di intrattenimento si celava infatti una forte stratificazione di messaggi diretti a diverse fasce di età nel pubblico. Di conseguenza, bambini, adulti e anziani erano ugualmente colpiti da tale connubio di humor e propaganda – spesso molto esplicita. A seconda del periodo e delle necessità l'equilibrio di questi due aspetti mutava, si pensi all'esilarante *Blitz Wolf* del 1942 o al corto “libretto delle istruzioni” *The New Spirit*, commissionato dal presidente Roosevelt alla Disney al fine di educare nuove fasce della popolazione al versamento di tasse sul reddito. Nel primo, capolavoro diretto da Tex Avery, troviamo una rivisitazione in chiave comica della favola dei tre porcellini: in questo caso il Lupo di cui si devono preoccupare è Adolf Wolf, invasore tedesco. È chiaramente Hitler quello rappresentato, come d'altronde ribadisce a inizio film il disclaimer «The wolf in this photoplay is NOT fictitious. Any similarity between this Wolf and that (\*!!@#%) jerk Hitler is purely intentional!»<sup>30</sup>. Nei seguenti nove minuti si susseguono gag nel classico stile da *slapstick comedy* e messaggi di propaganda. Uno su tutti quello riguardante i “Defense Bond”: verso la fine del cartone animato nel pieno della battaglia tra i porcellini americani e il “*colossal stinker*” Adolf Wolf, un'arma segreta risolve il conflitto. Si tratta di un enorme cannone multiplo, le cui bombe, seguite nel loro percorso in volo, sono mostrate per un istante al loro interno: si legge distintamente Defense Bond.

Il messaggio è chiaro: l'arma segreta americana è l'acquisto di Bond da parte dei civili per finanziare l'industria bellica nella lotta contro l'Asse. L'edulcorazione comica

---

<sup>30</sup> T. Avery, *Blitz Wolf*, 1942.

– ad esempio la scritta *der Fewer (der better)* sul carro armato di Hitler, il riferimento meta cinematografico alla battuta su *Gone with the wind* o ancora come il lupo è spesso colpito in varie gag ma non muore mai – addolcisce la narrazione patriottica che fa sempre da sfondo. Non a caso, dei tre porcellini, l'unico che scava una trincea ed è armato fino ai denti viene definito «the smart little pig<sup>31</sup>».

In *The New Spirit* invece il registro è totalmente diverso. La necessità è quella di educare in breve tempo nuove fasce della popolazione americana al pagamento di tasse approvate dal congresso – cosa mai benvista né dagli esercenti né dal presidente americano. «Fu così che Disney venne interpellato per aiutare nell'impresa; andavano istruiti i cittadini sulle motivazioni per cui dovevano pagare i tributi e, a livello pratico, su come andava fatto<sup>32</sup>». Il cartone animato diretto da Wilfred Jackson ebbe un successo istantaneo anche grazie alla pubblicità che gli venne dedicata – 80 mila dollari circa che generarono anche uno scandalo mediatico. Nonostante la storia un po' fiacca, giudizio che condivido con Cecchet, l'operazione funzionò perché il protagonista, Donald Duck ha una postura perfetta per generare il meccanismo di immedesimazione da parte del pubblico: inizialmente si mostra reticente, perplesso, sentendo le parole della radio – personaggio fondamentale nella trama, sempre inquadrata dal basso verso l'alto e dotata di un'aura di benevola autorità. Con il proseguire delle argomentazioni e degli esempi però, ecco che avviene la trasformazione, fino a ritrovarci sullo schermo un Donald entusiasta alle prese con la compilazione dei documenti per il pagamento delle nuove tasse, meticolosamente esplicita. È chiaro come il pubblico sia prima catturato facendo leva sul comune sentimento *notax* per poi essere ricondotto alla nuova postura richiesta dalla *wartime* agenda. Cecchet inoltre riporta come «*The New Spirit*» fu visto da oltre trentadue milioni di persone e un sondaggio Gallup riportò che il 37% delle persone che avevano visto il film ritenevano che la visione avesse aumentato in loro la volontà di pagare le tasse<sup>33</sup>. Insomma, vi era «la necessità, in tempo di guerra, di servire la *wartime* agenda mobilitando la popolazione attraverso dei racconti in grado di «*livellare il sentire dei cittadini*»<sup>34</sup>. Prima del 1941, la narrazione era per lo più pacifista, dopo l'entrata in

---

<sup>31</sup> *Ivi*.

<sup>32</sup> A. Cecchet, *Salvate il soldato Donald*, Edizioni Arcoiris, Salerno, 2017, p.89.

<sup>33</sup> R. Shale, *Donald Duck joins up: The Walt Disney studios during World War II*, Ann Arbor MI, UMI Research Press, 1982, pp. 32, in A. Cecchet, *Salvate il soldato Donald*, Edizioni Arcoiris, Salerno, 2017, p. 90.

<sup>34</sup> A. Cecchet, *Salvate il soldato Donald*, p. 52.

guerra conseguente a Pearl Harbour, ecco che la vediamo ribaltarsi, in una dinamica propagandistica di fatto coercitiva che accomunava regimi democratici a quelli totalitari, come lo stesso G. Orwell testimoniò in quel periodo<sup>35</sup>. La narrazione propagandata tramite il cinema era di conseguenza indispensabile per ottenere l'approvazione pubblica dell'agenda politica.

Tali dinamiche continuarono anche nel periodo della guerra fredda, «guerra combattuta soprattutto su basi sociali e morali, in cui Reagan aveva definito L'unione Sovietica “l'impero del male” e la stessa guerra fredda una “lotta tra ciò che è giusto e ciò che è sbagliato, tra il bene e il male”»<sup>36</sup>, assumendo però tratti meno espliciti e di conseguenza più subdoli. Si pensi agli strascichi maccartisti nel cinema d'azione (su tutti i celebri film della saga hollywoodiana 007) dove il nemico veniva spesso rappresentato come l'uomo caucasico, dall'accento slavo se non dichiaratamente russo – per poi passare al più moderno antagonista cinese. Sicuramente da ricordare anche il più evidente spot propagandistico per l'aviazione americana, l'edulcorata vicenda di Tom Cruise in *Top Gun* (1986) dove la storia del giovane pilota di aerei da combattimento Maverick è raccontata mostrando l'accattivante ed adrenalinica vita di chi si arruola tra le fila dell'esercito. Anche qui, ovviamente, il nemico è russo, dal volto sempre coperto dietro il casco da aviatore per evitare qualsiasi pericolo di immedesimazione empatica.

In quest'ottica è necessario sottolineare come il cinema, oltre che orientare l'opinione pubblica riguardo questioni dirette<sup>37</sup>, abbia svolto un ruolo fondamentale nella manipolazione dell'immaginario comune – «fare nascere certe immagini nella testa di milioni di persone<sup>38</sup>» grazie alla sua facilità di circolazione e al suo consumo passivo – come già rimarcato, il quale vede lo spettatore travolto da una valanga di stimoli troppo ravvicinati per essere elaborati accuratamente. In questo senso il cinema svolgeva e svolge un «inestimabile funzione di convincimento [in quanto] “i film circondano il globo

---

<sup>35</sup> «[...] vidi che la storia veniva scritta non sulla base di ciò che era accaduto, ma di ciò che sarebbe dovuto accadere, secondo la propaganda dei vari partiti. [...] Questo tipo di cose mi spaventa, perché sovente mi fa nascere il sospetto che l'idea della verità obbiettiva stia scomparendo dal mondo» scrisse Orwell riaffrontando le esperienze vissute durante la guerra civile spagnola, momento decisivo per la formulazione di alcune sue idee che andranno anche a formare tratti decisivi del romanzo distopico “1984”. Cfr. G. Orwell, *Sguardo retrospettivo sulla guerra spagnola*, In Id., *Un'autobiografia involontaria*, cit. p. 251.

<sup>36</sup> C. Rhodes, *Capitalismo Woke*, Fazi Editore, Roma, 2023, p. 92.

<sup>37</sup> Interventismo, pacifismo, acquisto di Liberty bonds, attenzione allo spreco del grasso, per fare alcuni esempi.

<sup>38</sup> E. L. Bernays, *Propaganda*, p. 35.

*e raggiungono i più piccoli paesini, e grazie al loro basso prezzo tutti possono vederli”»<sup>39</sup>.*

Sono parole pronunciate nel 1918 riguardo la proliferazione di film propagandistici americani ma quanto mai attuali vista la capillarità raggiunta dalla distribuzione dell’industria dell’intrattenimento contemporanea. Andare nelle sale è sempre più costoso, ma parallelamente il mercato pullula di dispositivi dai quali è possibile usufruire – sempre più distrattamente – di prodotti cinematografici. In tal senso un approccio che cerca di essere il più approfondito possibile non può non soffermarsi su entrambi “i lati dello schermo”, ma soprattutto sulla loro relazione, spesso implicita: quella tra pubblico e industria cinematografica.

La problematica del pubblico “distratto” si è sicuramente intensificata con l’avvento prima della televisione, la quale ha contribuito enormemente nella seconda metà del Novecento al consolidamento della cosiddetta *società dello spettacolo*, permeata da una netta «estetizzazione della vita politica»<sup>40</sup> nonché della politica stessa, e poi dalla cosiddetta rivoluzione post mediale, connotata da una nuova forma di consumo sempre più accelerato e rilocato<sup>41</sup>.

In questo panorama storico, passato sicuramente anche da una critica interna di tali dinamiche – si pensi a come Nanni Moretti criticò aspramente l’industria cinematografica e la società a lui contemporanea, in questo caso italiana, uscendo nel 1981 nelle sale con *Sogni d’oro*, commedia d’autore culminante con un «pubblico di merda!»<sup>42</sup> in riferimento al tifo da stadio che pervadeva la sfera pubblica – si rivela necessario tenere legati insieme tutta una serie di aspetti politici, economici, sociali, storici, che si riverberano anche nei valori veicolati dai contemporanei Blockbuster.

---

<sup>39</sup> L.O. Parsons, *Propaganda!*, in «Photoplay», vol XIV, n. 4, settembre 1918, in G. Ghigi, *Oro e Piombo*, p. 19.

<sup>40</sup> *Ibidem*.

<sup>41</sup> Cfr. L. Malavasi, *Dopo il postmoderno: il cinema contemporaneo*, In *Il cinema, percorsi storici e questioni teoriche*, Carocci editore, Roma 2022, pp. 184-185.

<sup>42</sup> Nel film l’attore e regista che interpreta sé stesso con lo pseudonimo di Michele Apicella grida tale frase al pubblico, il quale, dopo un attimo di esitazione, comincia ad intonare la stessa frase. Moretti qui confeziona una *gag* la quale critica aspramente l’acriticità del pubblico-*pappagallo*.

### 1.3 CAPITALISMO E INTRATTENIMENTO

Date le precedenti premesse, la scelta dei film, *Joker* (2019) e *Barbie* (2023), nasce dall'interesse di comprendere il rapporto di alcuni Blockbuster con la situazione politico-sociale contemporanea, precisamente situata nel panorama storico successivo alla fine della guerra fredda e collocata nel cosiddetto occidente democratico - il quale comprende il continente europeo e quello Nordamericano. In un tale contesto politico-sociale, che si definisce libero, democratico, *civilizzato*<sup>43</sup>, avendo bene presente l'utilizzo propagandistico del cinema nelle stagioni politiche passate, l'obiettivo è chiedersi quali valori veicolino i contemporanei Blockbuster, e quali siano di conseguenza i rapporti – nonché gli effetti – che intrattengono con la società. In questo senso quella che si proporrà nei prossimi capitoli sarà un'interpretazione dei film – che avrà principalmente un approccio critico-interpretativo – al fine di far “parlare” tali pellicole in relazione a vicissitudini della contemporaneità.

In *They Live* (1988), di John Carpenter, film amatissimo dai cinefili, è contenuto metaforicamente parte di questo approccio. Nel film, prodotto della sinistra hollywoodiana – così definita da Žižek<sup>44</sup> - il protagonista, John Nada, lavoratore senz'atetto di Los Angeles, trova in una chiesa abbandonata uno scatolone chiuso contenente occhiali da sole neri. Poco dopo, mentre cammina per la città, ecco che indossandoli distrattamente si accorge che qualcosa non va, che nell'indossarli, la sua percezione sembra distorta:

quegli occhiali funzionano da occhiali di critica all'ideologia. Ti permettono di vedere il messaggio reale che c'è dietro alla propaganda, alla pubblicità, allo sfarzo dei cartelli e così via. Vedi un cartellone pubblicitario che ti invita a fare la vacanza della vita e quando indossi gli occhiali vedi sullo sfondo bianco solamente una scritta grigia<sup>45</sup>.

Gli occhiali di *They Live* in questo caso rappresentano l'approccio della critica all'ideologia: si tratta di *fermare il mondo*, di guardare la realtà con occhi diversi, che permettono di estrapolare messaggi, simboli e narrazioni, le quali solitamente, immersi nell'ideologia, non vediamo. «Quando indossi gli occhiali vedi la dittatura nella

---

<sup>43</sup> In tal caso ho utilizzato il corsivo in quanto non condivido tale attribuzione fortemente ideologica che la società occidentale si autoconferisce.

<sup>44</sup> S. Fiennes, *A pervert's guide to Ideology*, with S. Žižek, 2012.

<sup>45</sup> *Ibidem*.

democrazia. È l'ordine invisibile che sostiene la tua libertà apparente»<sup>46</sup>. Sono parole di Žižek ma sembrano riecheggiare il nuovo fascismo che già Pasolini nei primi anni Settanta del secolo scorso aveva individuato nella società dei consumi.

Quello della critica all'ideologia è di per sé un movimento che implica un *cambio di postura* – per richiamare la *periagoge* del mito della caverna tanto caro anche a Debord – e che si fa carico dell'esperienza dolorosa che ne deriva. In tal senso, come sottolinea sempre Žižek, la scena in cui John Nada lotta con il suo amico John Armitage, restio ad indossare gli occhiali, rappresenta perfettamente come

venir fuori dall'ideologia fa male. è un'esperienza dolorosa. Bisogna costringersi a farlo [in quanto] l'ideologia non è semplicemente imposta su di noi. l'ideologia è la nostra spontanea relazione con il mondo sociale, come percepiamo ogni significato Noi, in un certo senso, ci godiamo la nostra ideologia<sup>47</sup>.

Da ciò si può dedurre come i capitoli a seguire non conterranno solamente una disamina descrittiva di cosa è presente nelle pellicole: al contrario si cercherà di trattare i temi suddetti con un approccio critico che tenderà a trascendere le intenzioni di chi ha scritto e/o diretto i film stessi<sup>48</sup>, mettendoli in dialogo con altre pellicole. Non ci si chiederà in tal senso se tali film siano *belli* o *riusciti*<sup>49</sup>, li si utilizzerà in funzione della critica di temi contemporanei, in quello che vuole essere un percorso interpretativo *spiraliforme*.

La contestualizzazione del nostro percorso nella cornice del sistema capitalista oggi definito maturo è sicuramente uno di quegli aspetti non trascurabili che inoltre accomuna l'approccio di diversi riferimenti intellettuali citati. L'industria dell'intrattenimento va perciò analizzata nel ruolo che funge in un sistema più ampio dove le parole d'ordine sono consumo, profitto, sviluppo. Si intravede in tal modo l'era che Mark Fisher nel suo *Realismo Capitalista* definisce post-ideologica, per cui «il capitalismo è quel che resta quando ogni ideale è collassato allo stato di elaborazione

---

<sup>46</sup> *Ibidem*.

<sup>47</sup> *Ibidem*.

<sup>48</sup> L'idea dietro a questo approccio è che una volta che l'opera d'arte, il libro o in questo caso il film diventi un generatore di senso autonomo, il quale scaturisce dalla relazione che esso intrattiene con chi vi si approccia e con il contesto storico, variabile, in cui via via è immerso, in quella che è una parziale separazione dall'intenzione originaria dell'autore.

<sup>49</sup> Cfr. M. De Caro, E. Terrone *I valori al cinema, una prospettiva etico-estetica*, Mondadori, Milano, 2023.

simbolica o rituale: il risultato è un consumatore spettatore che arranca tra ruderi e rovine»<sup>50</sup>. La crisi che potenzialmente ne scaturisce viene costantemente allontanata dal consumo, oggi di immagini, in un circolo tautologico di desideri indotti, soddisfatti e nuovamente indotti ciclicamente<sup>51</sup>.

Qui si nasconde la fonte del profondo disagio esistenziale delle nuove generazioni. In questo senso la percezione più diffusa è quella di vivere nell'orizzonte della "fine della storia" di cui parla Fukuyama ma nel senso dell'impossibilità di generare un futuro, un "nuovo" anche solo a livello immaginativo dove ogni aspetto del reale è pervaso da dinamiche mercificatorie. Come testimonia lucidamente Fisher, Kurt Cobain può essere visto come un personaggio emblematico di una generazione in cortocircuito, vicina a personaggi tragici come Arthur di *Joker*, uomo emblematico di un sentimento di disillusione che accomuna i molti.

Nessuno ha incarnato (e sofferto) questo stallo più di Kurt Cobain: con la sua straziante inedia, con la sua rabbia senza scopo, il leader dei Nirvana sembrò l'esausta voce dell'avvilimento che attanagliava la generazione venuta dopo la fine della storia, la stessa generazione cui *ogni singola mossa era stata anticipata, tracciata, comprata e svenduta* prima ancora di compiersi. Cobain sapeva di essere soltanto *un altro ingranaggio dello spettacolo*, che su MTV niente funziona meglio che la protesta contro MTV; sapeva che ogni suo gesto era un cliché già scritto, e che perfino questa consapevolezza era essa stessa un cliché. [...] Qui perfino il successo equivale al fallimento, perché avere successo significa soltanto che sei la carne di cui si nutre il sistema.

Un tale cortocircuito è stato rappresentato perfettamente a livello metaforico in un episodio di una delle serie TV più influenti sul pubblico occidentale degli ultimi anni: *Black Mirror. Hang the DJ*, quarto episodio della quarta stagione, pubblicato per la prima volta su Netflix nel 2017, racconta di un mondo distopico dove un algoritmo regola gli incontri amorosi tra individui in base quanto essi siano compatibili. Il "sistema" non si limita a scegliere il partner: luogo, orario e lo stesso cibo che il ristorante servirà loro

---

<sup>50</sup> M. Fisher, *Realismo Capitalista*, Nero, Roma 2018, p. 31.

<sup>51</sup> «Il carattere fondamentalmente tautologico dello spettacolo, deriva dal semplice fatto che i suoi mezzi sono nel contempo anche i suoi scopi. E' il sole che non tramonta mai sull'impero della passività moderna. Esso ricopre tutta la superficie del mondo e si bagna indefinitamente nella propria gloria». In G. Debord, *La società dello spettacolo*, tesi 13.



sono imposti dai dispositivi che ognuno ha in dotazione. L'atmosfera è mostrata sin da subito tesa, come se tutto fosse irregimentato - con un retrogusto totalitario che non ci abbandonerà mai per tutta la durata di questo episodio. Al culmine dell'incontro, viene rivelato ai due quale sarà il tempo loro concesso: il sistema, infatti, dopo il primo appuntamento mostra sullo schermo del dispositivo la cosiddetta "data di scadenza" della relazione artificiale.

Quello che ci interessa qui è il rapporto tra i due protagonisti e il sistema: Frank (Joe Cole) ed Amy (Georgina Campbell) dopo un primo appuntamento dove si manifesta una forte intesa ottengono solo 12 ore, una notte, e a malincuore se ne fanno una ragione: il sistema ha deciso che non è matematicamente un *perfect match*. Passa poco, pochissimo tempo tra l'incontro e la nuova relazione che il sistema assegna loro, un anno per Frank e nove mesi per Amy. I partner scelti dal sistema non sono però affatto persone con cui vanno d'accordo: il tempo rimanente diventa un'attesa, attesa in cui matura la convinzione che Frank sia l'uomo perfetto per Amy e Amy sia la donna perfetta per Frank.

Matura però anche qualcos'altro, di più sottile, un sentimento antisistema: l'algoritmo potrebbe sbagliarsi; la cieca fiducia richiesta non è più accettabile. Essi sentono che il loro amore va oltre il mero calcolo matematico. Succede così l'inaspettato: dopo diverse relazioni i due vengono riassegnati. Questa volta però, scelgono di non guardare il tempo rimanente: si manifesta sempre più forte il desiderio di uscire, scappare dalle grinfie di un mondo regolamentato da un algoritmo che nell'ottimizzare ogni scelta, disumanizza lo spazio relazionale. Il momento decisivo avviene quando Frank, di nascosto, decide di leggere la data di scadenza, una sentenza autoritaria che pende sulle loro teste, che separerà i due innamorati senza se e senza ma. «Tutto succede per un motivo»<sup>52</sup> dice il dispositivo del sistema a Frank. Ma il Senso, il motivo, non può più essere calato dall'alto, la fede cieca richiesta è svanita, e all'orizzonte si delinea una sola possibilità: la fuga.

Quando ad Amy viene assegnato l'uomo perfetto, con cui dovrà sposarsi e passare il resto della sua vita, prima di scoprire chi è, le viene concesso di dire addio ad un'ultima persona. La scelta è ovvia, e l'intento è chiaro fin da subito: evadere dal sistema con Frank, ribellarsi, insieme.

---

<sup>52</sup> T. Van Patten, *Hang the DJ - Black Mirror*, quarta stagione, 2017.

Nella fuga però, qualcosa di strano accade.

I due realizzano come entrambi non si ricordino dov'erano prima di trovarsi all'interno del sistema. I dubbi aumentano e la via da loro scelta per rivendicare il loro amore li alimenta. Al culmine della storia, mentre Amy e Frank scalano le mura per fuggire dal mondo in cui sono intrappolati, ecco che accade un evento inaspettato: la realtà inizia a dissolversi. Scopriamo così che la loro fuga era solo una simulazione, la 998esima, che il sistema aveva messo in scena per verificare statisticamente il loro amore. Le ribellioni sono il risultato positivo al test a cui l'algoritmo li ha sottoposti per centinaia di volte.

Il sistema di *Hang the DJ* in tal senso inscena metaforicamente la duttilità del sistema capitalista, oltre che la sua capacità di nascondersi, celarsi, mediando le relazioni umane senza che ne siamo consapevoli. Il messaggio, pessimista, è che non c'è via d'uscita, perché il sistema si nutre di quella stessa ribellione, di quel sentimento contrario che alcuni sviluppano all'interno di esso. E' come se non ci fosse un al di fuori, perché ogni spinta evasiva ai suoi confini in realtà li allarga, ma forse anche di più: la stessa fuga dal sistema è indotta da esso per mantenere la presa su tutti noi, per conoscerci meglio, nella scia di dati preziosi che ogni nostra azione rivela.

In questo senso sarà fondamentale tenere ben presente il ruolo *catartico* del cinema di intrattenimento – inserito in un panorama mediatico più ampio - di cui parla Fisher, testimonianza di una potenziale assenza di via d'uscita, in quanto

il realismo capitalista riesce perfino a contemplare una certa dose di anticapitalismo. Dopo tutto come Žižek ha provocatoriamente fatto notare, l'anticapitalismo è ampiamente diffuso tra le pieghe del capitalismo stesso: quante volte nei film di Hollywood il cattivo di turno altro non è che qualche cattivissima corporation?<sup>53</sup>

Che si cerchi di evadere o combattere dall'interno, sembra che non ci sia mossa che il sistema non sia capace di assimilare, situazione incorniciata perfettamente sempre da Žižek quando proferì che “oggi è più facile immaginare la fine del mondo che la fine del capitalismo<sup>54</sup>”.

---

<sup>53</sup> *Ivi*, pp. 43.

<sup>54</sup> Frase che lo stesso Fisher testimonia come sia probabilmente stata da lui proferita. Cfr. M. Fisher, *Realismo Capitalista*, 2018.

Aspetti di questo tipo di anticapitalismo conformista sono chiaramente presenti in *Wall•E* (2008), film prodotto da Pixar e Walt Disney, due giganti americani dell'intrattenimento, che mette in scena una storia dove il cattivo è la Buy n Large, corporation che ha preso in mano il governo del mondo. Siamo nel 2105 e la terra è un luogo ormai disabitato, privo di vegetazione, totalmente ricoperto da rovine architettoniche e immondizia. Wall•E – “Waste Allocation Load Lifter • Earth-Class” (un robot in grado di recuperare rifiuti, pressarli in blocchi cubici e sistemarli in pile ordinate) protagonista del film è l'unico esemplare di robot rimasto in un mondo da decine di anni abbandonato dagli esseri umani, in viaggio su un'astronave in attesa di poter ripopolare il pianeta. Quest'ultima viene rappresentata come il paradiso del consumo, un luogo dove tutto è funzionale al piacere, dove i suoi passeggeri non hanno nemmeno più bisogno di camminare. Il film si dimostra molto critico nei confronti della società contemporanea, specialmente quella americana (dove la piaga dell'obesità non è un problema da poco), dipingendo gli esseri umani come individui obesi, inetti, che negli anni hanno addirittura perso parte della loro struttura scheletrica. *Wall•E* parrebbe di conseguenza un prodotto critico del sistema: si tratta di un tentativo di sensibilizzare, di stimolare un'azione attiva e pratica nella realtà al di fuori della sala? Se si accetta la posizione di Fisher, ne risulta che tale «tipo di ironia non mette in crisi il realismo capitalista: al contrario, lo alimenta»<sup>55</sup>. In tal senso la catarsi, che si svolge in sala e seda la presa di posizione attiva nel contesto politico-sociale è quindi data dal fatto che «il film inscena il nostro anticapitalismo per noi stessi, dandoci al contempo la possibilità di continuare a consumare impunemente»<sup>56</sup>. C'è però un limite in questa interpretazione: il cinema è da sempre stato individuato come un media dall'enorme potere mimetico: uscire dalle sale dopo aver visto film come *Spiderman* sentendo il bisogno di saltare qua e là, o di imparare immediatamente a suonare uno strumento dopo aver visto la storia di un chitarrista rock, sembrano essere elementi che accomunano l'esperienza di un vasto pubblico. Io stesso sono certo che il mio desiderio di imparare a ballare il *tiptap* nasca dalla visione del meraviglioso *Singing in the rain* (1952) diretto da Gene Kelly e Stanley Doen. Ma allora perché il sentimento antisistema non dovrebbe attecchire sul pubblico, manifestandosi fuori dalle sale? Forse lo fa, ma come vedremo più tardi, se non ispiratore di una vera e

---

<sup>55</sup> *Ivi.* p. 44.

<sup>56</sup> *Ibidem.*

propria idea, di un'organizzazione direzionata, al massimo può generare simboli riproponibili in scontri violenti e disorganizzati con le forze dell'ordine (lo vedremo approfonditamente analizzando *Joker*). Quello che è certo è che quel potere mimetico stimola anche il consumo, proprio come il film della Warner Bros. Entertainment *Barbie* punta a fare.

La questione della catarsi sarà quindi approfondita soprattutto in *Joker*, film che come suoi predecessori, su tutti *Fight Club* (1999), inscena una vicenda di profondo malessere sociopolitico, terribilmente reale, definito dalla rivista "Time Out" una «versione veramente angosciosa del tardo capitalismo»<sup>57</sup> che può ispirare rivolte violente e distruttive ma che non è mai davvero in grado di farsi carico di una proposta creativa e costruttiva in alternativa.

Va inoltre sottolineato un altro aspetto, qui maggiormente legato alle grandi imprese capitaliste: si tratta di come la scelta dei temi e la loro formulazione, soprattutto nell'esempio di *Barbie* – tendenzialmente sempre progressisti e mai di carattere socioeconomico - sia largamente diffusa tra le grandi aziende, fautrici di quello che Carl Rhodes definisce capitalismo *woke*. Si tratta di un'etichetta riferita alla tendenza – e la Mattel tramite il film-commercial *Barbie* ne è un esempio perfetto – di un

numero sempre maggiore di aziende, soprattutto multinazionali, che si pongono a favore dei movimenti sociali e che utilizzano questo loro schierarsi nelle proprie campagne di informazione e pubblicitarie. Queste mega aziende vengono per tanto accusate di *wokewashing*: una pratica di marketing e pubbliche relazioni con cui le grandi imprese sperano che, associandosi a cause politiche più che giuste [ma soprattutto mainstream] otterranno il favore dei clienti e, in ultima analisi, un guadagno commerciale<sup>58</sup>.

Tale pratica, svolta su più piani – dalla filantropia alla Bezos al tradizionale orientamento progressista di Nike, passando dalla svolta anti machista di Gillette<sup>59</sup> – manifesta secondo Rhodes non solo un tentativo di sfruttare temi socialmente caldi al fine di aumentare le vendite di un certo brand, ma anche il tentativo di ritagliarsi un ruolo politico in senso stretto all'interno delle società in relazione alle questioni che le "democrazie malate" non

---

<sup>57</sup> Cfr. S. Žižek, *Una lettura perversa del film d'autore*, Mimesis Editore, Milano – Udine 2020, p. 25.

<sup>58</sup> C. Rhodes, *Capitalismo Woke*, p. 13.

<sup>59</sup> Tutti esempi riportati da Rhodes nel suo saggio. Cfr. C. Rhodes, *Capitalismo woke*.

riescono a risolvere. La tendenza è in tal senso autoritaria e antidemocratica in quanto le aziende, soggetti privati e non-eletti, si ritagliano un ruolo sempre più decisivo nel dibattito pubblico e nell'intervento diretto tramite ingenti cifre – su tematiche scelte arbitrariamente - dove lo stato è impossibilitato ad arrivare. Si tratta di una strategia rivelatoria dell'appendice plutocratica del capitalismo, un governo dei ricchi che porta all'estremo la tendenza già in corso che vede "l'economia fare la politica", e non viceversa.

In tal senso non vi è solo una falsa moralità di facciata, ma anche un interesse a diventare punto di riferimento a tutto tondo del cittadino consumatore. Tali scelte strategiche, come Tiffany & Co che nel 2020 si schierò contro il governo australiano in seguito ai roghi che devastarono il paese, o Nike che scelse il quarterback Colin Kaepernick, icona sportiva del movimento di sensibilizzazione contro le violenze della polizia perpetuate ai danni degli afro-americani, come testimonial per la campagna *Dream Crazy*, sono manifestazioni del «tentativo di avvolgere le imprese di una patina etica, dimodoché gli eccessi di disuguaglianza che produce [il capitalismo stesso] non generino un'orda inferocita decisa a distruggerlo»<sup>60</sup>. Il capitalismo si evolve mantenendo lo status quo invariato. In tal senso ha ragione Harinam quando sostiene che per le multinazionali

diventare *woke* è una decisione strategica per placare quelli che, altrimenti, le distruggerebbero con tasse e boicottaggi. Come tale, il capitalismo woke è una sorta di conservazionismo aziendale. A livello fiscale è una sospensione dell'esecuzione capitale per fermare la scure della sinistra attivista che uccide i profitti. [...] La sinistra attivista viene così placata e i clienti rassicurati circa l'impegno dell'azienda nei confronti della responsabilità sociale d'impresa<sup>61</sup>.

Si tratta quindi di un posizionamento strategico non solo nel mercato ma anche a livello sociale e ideologico – a patto che la distinzione sia ancora sostenibile in un mondo dove *tutto è merce* – che riformula la classica tesi neoliberista di Milton Friedman secondo cui «l'imprenditore ha una sola responsabilità sociale: quella di usare le risorse a sua

---

<sup>60</sup> *Ivi*, p. 128.

<sup>61</sup> V. Harinam, "Is woke capitalism profitable?" in «Quillette», 21 luglio 2020, <https://quillette.com/2020/07/21/is-woke-capitalism-profitable> Icit. in C. Rhodes, *Capitalismo Woke*, cit., p. 261.

disposizione e di impegnarsi in attività dirette ad accrescere profitti [...]»<sup>62</sup>: questo continua ad essere vero, ma l'obiettivo viene perseguito tramite un nuovo atteggiamento strategico di facciata che permette di mantenere le disuguaglianze e controllarle attraverso l'influenza politica e la moralizzazione delle imprese stesse, come sostiene lucidamente Piketty.

Inquadrare ed interpretare i film scelti nella contemporaneità delineata in questo capitolo sarà quindi un esercizio - mi auspico - fecondo, sia nell'esplicitazione di valori e messaggi veicolati nella narrazione stratificata di questi ultimi, sia nell'utilizzo del potenziale simbolico-metaforico per decostruire quegli stessi temi attuali che più o meno direttamente essi affrontano. Si delinea quindi un cammino dialogante che metterà in relazione analisi critiche su diversi piani e differenti punti di vista.

---

<sup>62</sup> *Ivi*, p. 76.

## 2 JOKER: LA POLITICITÀ DELLO SPAZIO PRIVATO

### 2.1 LA GENESI DI UN SIMBOLO

*Joker* (2019), co-scritto, diretto e co-prodotto da Todd Philips, tra diverse polemiche si è aggiudicato il Leone d'oro alla 76<sup>a</sup> Mostra internazionale d'arte cinematografica di Venezia, vincendo inoltre due Golden Globe e due Premi Oscar su undici candidature grazie a un inedito sguardo sulla genesi di uno dei celebri antagonisti del super eroe Batman. Si tratta di un originale e creativo focus su un personaggio che è apparso in contrapposizione al paladino della giustizia mascherato di Gotham City sin dal primo numero della serie a fumetti *Batman* del 1940. Il film in questione, uscito nelle sale americane il 4 ottobre 2019 in concomitanza con molti paesi europei (e non), racconta la vicenda esistenziale, la genesi – ampiamente rivisitata da Philips – dell'agente del caos per eccellenza, antagonista fuori da qualsiasi schema e dalle scelte imprevedibili, Il Joker.

La storia di questo personaggio, come dicevamo, ha inizio nel 1940, quando tre fumettisti di nome Bob Kane, Bill Finger e Jerry Robinson inserirono tra le pagine del primo mensile di *Batman* un antagonista imprevedibile, un malefico pagliaccio, sopravvissuto alla “morte” voluta dai suoi creatori solo grazie ad un'imposizione editoriale. Nel 1951 venne definitivamente svelata la sua identità all'interno del numero 168 di *Detective comix*, a firma di Bill Finger<sup>63</sup>: nel passato di Joker vi era un'attività da criminale sotto il nome di Red Hood: smoking rosso, mantello del medesimo colore e un elmo per coprire il viso furono il suo abbigliamento fino alla tragica fuga che lo costrinse a tuffarsi in una vasca piena di sostanze chimiche. Red Hood non morì, ma rimase permanentemente sfigurato: capelli di un innaturale verde acceso, pelle bianca e labbra rossissime sempre tese in un sorriso angosciante. L'ispirazione di Robinson per lo storico antagonista dell'uomo pipistrello deve molto a *L'uomo che ride*, celebre romanzo di Victor Hugo poi riadattato nel 1928 Paul Leni con Gwinplaine (protagonista della storia) interpretato da Conrad Veidt.

La storia definitiva di Joker verrà però poi scritta – almeno fino alla riformulazione di Philips e Silver – da Alan Moore in *The killing joke*, romanzo grafico pubblicato nel 1988 da DC Comics ed illustrato da Brian Bolland. Moore, già celebre per racconti del

---

<sup>63</sup> Cfr. [https://movieplayer.it/articoli/joker-le-vere-origini-villain-fumetti-film\\_21624/](https://movieplayer.it/articoli/joker-le-vere-origini-villain-fumetti-film_21624/) . Ultima consultazione 19 novembre 2024.

calibro di *V per Vendetta*, pubblicato nel 1982, stabilì che Joker era un comico fallito, che si diede al crimine per sostenere la famiglia, e perciò fu costretto ad indossare il costume di Red Hood. Venne inoltre precisato come la caduta nella vasca - momento decisivo e per l'appunto riconfermato – fu causato dall'intervento di Batman. È interessante però sottolineare, come riporta curiosamente Max Borg nel suo approfondimento su Joker, che lo stesso personaggio

ci tiene a ribadire che il suo passato è destinato a rimanere un mistero, affermando che a volte ricorda il tutto in modo diverso e che gli piace la possibilità della "scelta multipla" per quanto riguarda la sua origine. L'unica certezza, in entrambe le varianti, è appunto la trasformazione fisica, adattata anche al cinema in *Batman* [Tim Burton, 1989] e, indirettamente, in *Suicide Squad* (dove il pagliaccio spinge Harley Quinn nella medesima sostanza per renderla uguale a lui)<sup>64</sup>.

Per un certo periodo, che va dal 1954 fino al 1973, Joker fu decisamente ridimensionato a causa del clima politico americano: inizialmente dipinto come un burlone invece che un pazzo omicida, apparve sempre meno a partire dal 1964 in quanto «l'editor delle testate di Batman era Julius Schwartz, che non amava particolarmente il perfido clown»<sup>65</sup>. A testimonianza di ciò, tra il 1966 ed il 1968 Joker fu interpretato nell'adattamento televisivo di Batman da Cesar Romero, attore dall'espressione innocua e ricordato perché si rifiutò di radersi i baffi – i quali si intravidero sotto il trucco in tutte le sue performance dandogli un accento ancora più buffo.

Uno sviluppo importante per la storia di Joker avvenne poi nel 1989, dove nel *Batman* di Tim Burton, ricevette per la prima volta un nome: si trattava di Jack Napier, gangster di livello medio-alto sfregiato da Batman con sostanze chimiche di vario tipo. Altro dettaglio non trascurabile è che nel film di Burton, come non era mai stato fatto prima, si menzionò il ruolo di Joker nell'omicidio dei genitori di Bruce Wayne: fu lui ad assassinarli in un vicolo di Gotham. Come fa notare un vigilante alla fine del film, Batman ed il suo antagonista si sono “creati a vicenda”.

---

<sup>64</sup> *Ibidem*.

<sup>65</sup> Cfr. <https://movieplayer.it/articoli/joker-tra-cinema-e-tv-i-nostri-voti-alle-diverse-incarnazioni-sullo-sc-16220/>. Ultima consultazione 16 novembre 2024.



Stessa storia personale ma omettendo l'omicidio dei coniugi Wayne fu poi quella del Joker animato che appare nel DC *Animated Universe*, con la voce del celebre Mark Hamill, serie andata in onda tra il 1992 ed il 1995<sup>66</sup>. Per quanto riguarda le animazioni, Hamill rimase la voce ufficiale di Joker fino al 2003, «apparendo anche in Batman - Cavaliere della notte, Static Shock, Justice League e il film Batman: La Maschera del Fantasma»<sup>67</sup> ed in vari videogiochi dell'uomo-pipistrello.

Dal 2004 in poi sono continuate le apparizioni di Joker in vari prodotti di animazione, ma il vero tassello fondamentale lo si può individuare nella ormai leggendaria interpretazione di Heath Ledger in *Batman, The Dark Knight*, diretto da Christopher Nolan, dove il Joker interpretato dall'attore australiano è una vera e propria mina vagante, un antagonista oltre qualsiasi morale e perciò imprevedibile. Questo Joker però, rimase più impresso per ciò che vediamo sullo schermo: per quanto riguarda l'origine e la psicologia del personaggio, nessuno ha mai stravolto il *villain* di Gotham City quanto Todd Philips.

In tal senso la vicenda narrata in *Joker* (2019) mette al centro della scena Arthur Fleck (Joaquin Phoenix), nome dell'uomo che si fonderà con il suo ruolo di anti-eroe dal viso truccato, privo di maschera, in una degradata New York City dei primi anni Ottanta. Quella che Philips ha deciso di inscenare è una vicenda di una profondità mai vista prima per questo personaggio, spesso centrale nella trama ma dalla psicologia bidimensionale.

Nel *Joker* di Philips ci viene mostrata una situazione drammatica, di profonda ingiustizia sociale, che sin da subito genera nel pubblico una scomoda empatia. Scomoda perché Arthur, è un uomo tragico, senza morale, carnefice ma anche vittima della società che sin da bambino gli ha voltato le spalle. Tali premesse rendono prevedibile come ad un'immensa diffusione del film sin da subito – al punto che oggi, cinque anni dopo l'uscita, esso è il secondo film più visto di sempre dagli utenti di Letterboxd<sup>68</sup> – vi siano precedute recensioni di tutti i tipi, spesso radicali, rendendo difficile una valutazione generale su come sia stato recepito dalla critica – come fa giustamente notare un articolo riassuntivo apparso sul Post nell'ottobre 2019:

---

<sup>66</sup> *Ibidem*.

<sup>67</sup> *Ibidem*.

<sup>68</sup> Letterboxd è il più importante social network / piattaforma per cinefili presente oggi. Di grandissima fama, è popolare anche negli ambienti dove si fa cinema. Celebri sono le interviste, spesso ai festival, dove ad attori e registi vengono chiesti i loro 4 film preferiti.

È difficile dire se Joker sia piaciuto o no ai critici. Qualcuno ne ha parlato come di un capolavoro e di un film potente e importante, che potrebbe dire la sua agli Oscar e cambiare in meglio l'approccio ai film di supereroi dei prossimi anni; ma c'è anche chi ne ha parlato come di un film molto piatto, pesante e monocorde, oltre che problematico se non per certi versi pericoloso. Joker, infatti, è anche uno di quei film con cui spesso si finisce a parlare del "messaggio" e del "significato" più che di cose come la regia, la fotografia o la recitazione<sup>69</sup>.

Ed è proprio quel messaggio, di natura estremamente politica e che trascende pesantemente le intenzioni di Phillips, che ha spaccato in due l'opinione pubblica e i critici riguardo al film. Chi lo elogia lo ha apprezzato molto sotto diversi aspetti, in quanto probabilmente l'affinità ideologica non ha impedito di godersi una meravigliosa regia e fotografia. Chi invece si trova dall'altra parte della barricata – barricata che ormai si vede spesso ogni qualvolta un tema controverso è di tendenza – non ha potuto non detestare l'intero prodotto spingendosi perfino ad un invito – a mio avviso inconcepibile – a *non guardare* il film, come fa Dana Stevens su Slate<sup>70</sup>. Qui vale la pena citare la conclusione del suo articolo:

Le possibilità di farsi del male in un cinema che proietta Joker probabilmente non sono maggiori delle probabilità di incontrare violenza armata casuale in qualsiasi spazio pubblico in America, vale a dire, ancora agghiacciantemente più alte che in qualsiasi altra parte del mondo. Ma la possibilità infinitamente esigua di un atto di violenza imitativa è solo una delle tante ragioni per trovare qualcos'altro da fare. Non saltare Joker perché sei offeso dal suo messaggio potenzialmente incendiario, o perché hai paura che qualche pazzo si presenti nel multiplex con una maschera da clown e una pistola. Saltalo<sup>71</sup> perché ci sono così tanti film migliori là fuori da vedere<sup>72</sup>.

Non si può non vedere come un invito così ingiustificato e banale a non vedere un film celi l'imbarazzo politico che esso crea, la necessità di confrontarsi con temi forti che

---

<sup>69</sup> Il Post, *Cosa si dice di 'Joker'*, 4 ottobre 2019, <https://www.ilpost.it/2019/10/04/joker-recensioni/>

<sup>70</sup> Slate è un quotidiano sul web e sulla rete di podcast fondato nel 1996. Il sito, che è di proprietà di Graham Holdings Company, è supportato da entrate pubblicitarie e da abbonamenti.

<sup>71</sup> Traduzione letterale del verbo To skip, spesso italianizzato con "skippare".

<sup>72</sup> Dana Stevens, *The real reason to skip Joker is that it's boring*, articolo pubblicato su Slate il 3 ottobre 2019, <https://slate.com/culture/2019/10/joker-movie-review-joaquin-phoenix-violence.html> . Ultima consultazione 19 novembre 2024. Traduzione mia.

spesso sono nascosti dai media con determinati orientamenti politici. In tal senso il commento di David Edelstein di *Vulture*, il quale ha scritto che *Joker* è «una sola nota fastidiosa suonata sempre più forte»<sup>73</sup> esplicita perfettamente quale sia il punto: *Joker* porta nelle sale, con una narrazione cruda e cinica, un disagio che pervade la società tardo-capitalista. Il personaggio di Arthur è al di là delle intenzioni del suo autore un soggetto empatico perfetto per raccontare la storia della dura quotidianità di intere fasce della popolazione.

Nella vicenda si narra di come egli sia un uomo dall'infanzia difficile, cresciuto con la madre, malata psichiatrica, e con il dubbio mai del tutto risolto di essere figlio di Thomas Wayne, uomo di potere qui narrato come crudele e corrotto<sup>74</sup>. Arthur soffre di una sindrome neurologica che gli causa un riso spastico. In una delle prime scene prendiamo atto di come, a causa dei tagli alla sanità pubblica, egli non potrà più ricevere gli psicofarmaci di cui ha bisogno. Si tratta di uno degli avvenimenti cardine che, come la scena del pestaggio subito per mano di un gruppo di ragazzini neri<sup>75</sup>, genereranno in lui un'insofferenza sempre maggiore, un senso di frustrazione che sfocerà in una violenza senza scopo.

Ed è proprio a partire dall'omicidio di tre *yuppies*<sup>76</sup> nella metro per mano di Arthur che un'ondata di violenza si riverserà nelle strade della New York City degli anni Ottanta (solo di sfuggita chiamata Gotham, forse per accentuare il realismo del film): civili con maschere da clown inizieranno a rivendicare le azioni del Joker, un vinto che mette in pratica il motto *kill the rich*. L'impersonificazione, la necessità di avere un leader a cui rifarsi, sono alcune delle dinamiche unidirezionali tra Il Joker e la folla di clown: da una parte, una fetta della popolazione lasciata a sé stessa, senza assistenza sanitaria, senza vie d'uscita, nella morsa della povertà, destinata a consumarsi e consumare le briciole che vi sono concesse, dall'altra – o in realtà all'interno di quella folla, ma isolato in una bolla esistenziale - un uomo nichilista e annichilito, il quale non crede in nulla, senza scopo,

---

<sup>73</sup> Il Post, *Cosa si dice di 'Joker'*, 4 ottobre 2019, <https://www.ilpost.it/2019/10/04/joker-recensioni/>. Ultima consultazione 20 novembre 2024.

<sup>74</sup> Differenziandosi dal tipo di personaggio che era stato narrato nei precedenti film e prodotti di animazione.

<sup>75</sup> Scena che ha causato diverse accuse di razzismo, soprattutto dalla critica, come Richard Brody sul *New Yorker*. Cfr. <https://www.newyorker.com/culture/the-front-row/joker-is-a-viewing-experience-of-rare-numbing-emptiness>. Ultima consultazione 17 novembre 2024.

<sup>76</sup> Gli *yuppies* sono i cosiddetti giovani capitalisti di Wall Street, caratterizzati dal loro look e da uno stile di vita costoso e dinamico. Il termine è spesso utilizzato con accezione dispregiativa.

senza un fine. Ciò diventa ancora più evidente quando Murray e Arthur si incontrano per la prima volta in camerino prima dello show dove quest'ultimo è stato invitato:

MURRAY FRANKLIN

So, what's with the face? Are you  
part of the protests?

JOKER

No, I don't believe in any of that.

*I don't believe in anything.* I just thought it would be good for my act<sup>77</sup>.

Così, Il Joker, ribadisce definitivamente ciò che era evidente fin da subito: egli è un personaggio tragico, schiacciato dal sistema e privo di qualsiasi slancio rivoluzionario. Non è interessato alle proteste che paradossalmente si ispirano a lui e alle sue azioni. In una scena sulla metro diversi passeggeri sono mostrati mentre leggono il giornale la cui testata proclama “Uccidere i ricchi” mentre un cartello dice anche: “Se pensi che L’AVIDITÀ sia cattiva, aspetta di sentire parlare di CAPITALISMO”. Ma questo, non ha nulla a che fare personalmente con Arthur: si tratta di un legame indiretto, contestuale.

In questo caso, per mettere ancora più in luce come Joker non sia un personaggio interessato ad un ritorno politico personale, nonostante abbia atteggiamenti potenzialmente definibili populistici, può tornare utile confrontarlo con un altro protagonista controverso, V di *V per Vendetta*.

*V per Vendetta*, uscito nelle sale nel 2005, diretto da James McTeigue e scritto dalle sorelle Wachowski, celebri soprattutto per *Matrix* (1999) racconta di una Londra del futuro, nel 2019 circa, dai tratti marcatamente distopici: essa è governata da un regime i cui echi orwelliani sono più che un semplice tributo tra luoghi, colori, grandi schermi e manipolazione della storia – il riferimento al regime del Grande Fratello passa anche da dettagli per i più attenti come la provocatoria scelta di dare la parte del dittatore (nel film chiamato Alto Cancelliere Adam Sutler) a John Hurt, guarda caso l'attore che recitò nei

---

<sup>77</sup> T. Philips, *Joker*, original screenplay, 2019. Corsivo mio. Ho deciso di mantenere questa citazione, come altre in seguito in lingua originale perché, rispetto a quelle tradotte nelle pagine successive, nessuna qui rendeva il ritmo e la gravità delle parole pronunciate.

panni di Winston Smith nel più celebre riadattamento di *1984* su pellicola, uscito proprio nel 1984 e diretto da Michael Radford.

Nel contesto oppressivo che ci viene narrato, dove i media sono controllati dal governo e la sera vige un severo coprifuoco – fatto rispettare da agenti spesso malintenzionati, come si vede amaramente ad inizio film – V vive nell’ombra. Egli è un misterioso intellettuale dal volto coperto. La maschera che indossa richiama volutamente i lineamenti del celebre Guy Fawkes, l’uomo che il 5 novembre 1605 tentò di far esplodere il parlamento inglese. Il riferimento alle idee rivoluzionarie e antiparlamentariste di Fawkes è chiaro e diretto: V fin da subito esplicita come egli sia solo un mezzo, un mezzo per mettere in atto un’idea che da secoli non è mai invecchiata.

Nonostante questo, però, lui si pone allo stesso tempo come punto di riferimento, guida del movimento di rivolta che vorrebbe ispirare. Ciò diventa chiaro quando entrando negli studi televisivi della BTN (British Television Network) con degli esplosivi fissati all’addome riesce con destrezza a mandare in onda a reti unificate il messaggio che egli stesso ha registrato per il popolo di Londra: si tratta di un’accusa, e allo stesso tempo del tentativo di far rialzare la testa ad un popolo oppresso. Ecco un estratto del suo discorso che vale la pena rileggere:

V

[...]

Crudeltà e ingiustizia... intolleranza e oppressione. E dove una volta avevi la libertà di obiettare, di pensare e parlare come meglio credevi, ora hai censori e sistemi di sorveglianza, che ti costringono al conformismo e sollecitano la tua sottomissione. Come è successo? Di chi è la colpa? Beh, certamente ci sono quelli che sono più responsabili di altri, e saranno ritenuti responsabili. Ma ancora una volta, a dire il vero... *Se stai cercando il colpevole, devi solo guardarti allo specchio*<sup>78</sup>.

So perché l'hai fatto. So che eri spaventato. Chi non lo sarebbe? Guerra. Terrore. Malattia. C'erano una miriade di problemi che cospiravano per corrompere la vostra ragione e derubarvi del vostro buon senso. La paura ha avuto la meglio su di te e, nel panico, ti sei rivolto all'attuale Alto Cancelliere Adam Sutler. Ti ha promesso ordine. Ti

---

<sup>78</sup> In tal senso ha ragione Fisher quando commentando il film dice «Naturalmente sarebbe grottesco *colpevolizzare* la classe subordinata per la sua subordinazione: ma ignorare il ruolo svolto dalla sua complicità con l’ordine esistente in un meccanismo che si autoavvera significherebbe ironicamente negare il suo potere». In M. Fisher, *Politica Dis-Identitaria*, In id M. Fisher, *Schermi, sogni e spettri, Cinema e televisione*, Minimum Fax, Roma 202, p 120.

ha promesso la pace. E tutto ciò che chiedeva in cambio era il tuo silenzioso e obbediente  
consenso.

Ieri sera ho cercato di porre fine a quel silenzio. Ieri sera ho distrutto l'Old Bailey per ricordare a questo paese ciò che ha dimenticato. Più di quattrocento anni fa, un grande cittadino volle imprimere per sempre il 5 novembre nella nostra memoria. La sua speranza era quella di ricordare al mondo che l'equità, la giustizia e la libertà sono più che parole, sono prospettive. Quindi, se non avete visto nulla, se i crimini di questo governo vi rimangono sconosciuti, allora vi suggerirei di lasciare che il 5 novembre passi senza essere segnalato. Ma se tu vedi quello che vedo io, se senti come mi sento, e se vuoi cercare come io cerco... allora vi chiedo di stare al mio fianco, tra un anno da stasera, fuori dai cancelli del Parlamento. E insieme, daremo loro un cinque novembre che non sarà mai e poi mai dimenticato<sup>79</sup>!

Il suo è un vero e proprio tentativo rivoluzionario di far aprire gli occhi ai londinesi, i quali da anni ingurgitano acriticamente le menzogne di un governo liberticida che si rivelerà esso stesso responsabile del rilascio di un virus che uccise più di cento mila persone anni addietro.

Già qui si può fare un confronto tra Joker e V, specificatamente riguardo l'uso del mezzo televisivo: la differenza è lampante. Il primo, nella sua scalata verso lo show di Murray Franklin, ha sempre sognato di ottenere la fama per un mero interesse personale e in un certo senso non politico – in senso stretto, ossia non legato ad una causa<sup>80</sup>.

Al contrario V è interessato al mezzo per trasmettere un'idea, che lui sposa, ma che a nessuno appartiene direttamente: in questo senso manca l'elemento personale; la maschera diventa solo una copertura facciale per rendere ancora meno personalizzabile un'idea che invece è radicalmente libera, a-temporale e autonoma, come lo stesso protagonista dice. «Sotto questa maschera c'è più che carne. Sotto questa maschera c'è

---

<sup>79</sup> L. and A. Wachowki, *V for Vendetta*, original shooting script based on the graphic novel by Alan Moore, 2004. Traduzione mia. Corsivo mio.

<sup>80</sup> Qui preciso in quanto con atto politico in senso largo io intendo ogni azione che un individuo compie, anche a casa sua non visto da nessuno in quanto esso è sempre calato in un contesto sociale compiendo azioni che da una parte derivano sempre dal suo ambiente di partenza e in secondo luogo contribuiscono a modificarlo. In tal senso ogni atto è politico in quanto e riguardante la *polis* qui intesa come ambiente generato dall'insieme dei suoi partecipanti.

un'idea, signor Creedy. E le idee sono a prova di proiettile»<sup>81</sup>. Inoltre, come fa notare giustamente Raffaele Alberto Ventura,

Se nel fumetto V è il solo personaggio anonimo, nel film viene sviluppata l'idea che la maschera sia il supporto di un'identità collettiva. Insomma, l'idea della *maschera come dispositivo anonimizzante e sineddoche della volontà popolare*, che è il cuore del recupero iconografico di *V per Vendetta*, è un'innovazione dell'adattamento Hollywoodiano<sup>82</sup>.

In Joker invece la maschera da Clown svolge una funzione simbolica totalmente diversa: accomuna il malcontento di una popolazione ma non porta con sé nessun elemento creativo, non ha nessuno slancio politico volto a mettere in atto un futuro alternativo.

Continuando poi ad analizzare il soggetto di riferimento del film, “il portatore della maschera” – che poi maschera nemmeno è sul volto di Arthur, si pensi anche a come Joker si comporta quando finalmente riesce ad approdare nello show che ha tanto bramato, obbiettivo che a volte sembra la sua unica ragione di vita: consapevole di essere di fronte ad un pubblico vastissimo ed in contemporanea alle rivolte che stanno avvenendo per le strade della città, Arthur, nei panni del Joker, come lui stesso chiede di essere chiamato, si limita solamente a mettere in scena il suo show, finalizzato a regolare personalissimi conti con Murray Franklin. Lo stesso Murray glielo chiede esplicitamente poco prima di essere assassinato:

MURRAY FRANKLIN

So, can you tell us about this look?

When we spoke earlier, you mentioned that you aren't political.

That this look isn't a political statement, is that right?

JOKER

That's right Murray I'm not political.

I'm just trying to make people laugh<sup>83</sup>.

---

<sup>81</sup> L. and A. Wachowki, *V for Vendetta*, original shooting script based on the graphic novel by Alan Moore, 2004.

<sup>82</sup> R. A. Ventura, *La guerra di tutti, populismo, terrore e crisi della società liberale*, Minimum Fax, Roma, 2019, p. 83.

<sup>83</sup> T. Philips, *Joker*, original screenplay, 2019, pp. 105,106.

Arthur vuole risolvere dei conti in sospeso personali, e prova piacere nel farlo. È evidente quindi come Joker sia separato dalle rivolte a lui ispirate, e di come il disperato bisogno di un simbolo intorno a cui raggrupparsi abbia portato gli emarginati di una metropoli come la New York del 1980 a identificarsi in lui.

Non è minimamente paragonabile al suo contraltare V, il quale ha un fine, il quale crede che l'esplosione di un edificio abbia un significato proprio perché è un gesto fatto all'interno di un orizzonte di senso più ampio, in cammino verso un ideale che si oppone radicalmente alla realtà vigente:

## V

[...] Un edificio è un simbolo, così come lo è l'atto di distruggerlo. Ai simboli viene dato potere dalle persone. Da solo, un simbolo non ha senso, ma con un numero sufficiente di persone, far saltare in aria un edificio può cambiare il mondo<sup>84</sup>.

L'odio del Joker invece è un sentimento profondo e radicato verso una società che egli non vuole distruggere in toto, ma dalla quale trae piacere vedendola in fiamme - senza alcun movimento creativo<sup>85</sup> conseguente. Si tratta di quel sentimento così comune e diffuso al giorno d'oggi, messo perfettamente in luce da Mattia Salvia nel suo *Interregno – Iconografie del XXI secolo* parlandoci dell'incidente della Ever Given avvenuto nel marzo del 2021 presso il canale di Suez:

Uno dei colli di bottiglia più nevralgici della rete logistica mondiale si era bloccato, rischiando di generare un effetto domino sull'economia globale: eppure la reazione generale non era di paura per le possibili conseguenze che questa dislocazione avrebbe avuto sulla disponibilità e i prezzi delle merci (e dunque del proprio stile di vita), quanto di farsi due risate «alla faccia del capitalismo»<sup>86</sup>.

Tale atteggiamento, così spavaldo e così tragicamente inconsapevole della sua sistematicità è definito da Salvia identico al sentimento di Schadenfreude<sup>87</sup>. Ed ecco, che

---

<sup>84</sup> L. and A. Wachowki, *V for Vendetta*, original shooting script based on the graphic novel by Alan Moore, 2004.

<sup>85</sup> In senso ampio, ossia volto alla creazione di una novità alternativa o radicalmente altra.

<sup>86</sup> M. Salvia, *Interregno, Iconografie del XXI secolo*, Nero, Roma 2022, p. 156.

<sup>87</sup> Si tratta di un sentimento per cui si prova piacere nella sfortuna altrui. Il termine significa letteralmente gioia maligna o soddisfazione cinica.



non a caso, ci si ricongiunge alla questione del realismo capitalista:

È una reazione (la *schadenfreude*) che sembra confermare per vie traverse l'attualità di quello che Mark Fisher ha ribattezzato «realismo capitalista»: il sistema non ci piace, ma non possiamo fare nulla per opporci ad esso – possiamo soltanto delegare la nostra opposizione al corso naturale delle cose, e sghignazzare quando a punire il capitalismo interviene il caso<sup>88</sup>.

Ecco che diventa evidente il ruolo catartico del cinema d'intrattenimento odierno, che ci sia l'intenzione o meno, e perché *Joker* abbia spaccato in due (ricalcando gli orientamenti politici) critica e pubblico: chi si orienta a sinistra gode nello sviluppo della trama di *Joker*; il film inscena quella rivolta di piazza violenta e rabbiosa che ad un primo acchito pare la reazione fisiologicamente più naturale contro un sistema che non soddisfa i bisogni dei più accentrando le ricchezze nelle mani di pochi. Questa potrebbe essere una lettura più superficiale, e forse la più diffusa, anche nella parte opposta dello schieramento, quello conservatore, che vede in *Joker* un film nichilista, violento e che istiga all'odio.

Ma è davvero così? *Joker* porta con sé un vero messaggio, una lezione, o è solo intrattenimento, un «horror sociale» come viene definito tra le pagine di *Time Out*?<sup>89</sup> Torniamo ad analizzare il suo personaggio per capire meglio questo aspetto.

Egli, *Il Joker*, gode nell'infrangere le regole, nel superare i limiti che le persone intorno a lui si impongono e gli impongono. In tal senso anche ne *Il Cavaliere Oscuro* (2008) di Christopher Nolan emerge questo aspetto che rende il *Joker* un personaggio imprevedibile: rispetto agli altri nemici che Batman affronta, i quali hanno sempre un obiettivo – denaro o potere – prevedere le mosse di *Joker* si rivela impossibile in quanto egli è spregiudicato, ma soprattutto *non aspira a nulla*. Al massimo a uccidere chi gli ha fatto un torto. Come la madre, per tornare al film su cui ci soffermiamo in questo capitolo (interpretata da Frances Hardman Conroy), ritenuta responsabile dei suoi traumi di infanzia, o Murray Franklin (Robert De Niro), presentatore televisivo dello show comico preferito di Arthur – il quale è un aspirante *stand-up comedian* – che lo mette in ridicolo in prima serata.

---

<sup>88</sup> M. Salvia, *Interregno*, p. 157.

<sup>89</sup> Riportato da S. Žižek in *Una lettura perversa del film d'autore*, p. 25.

In tal senso ha perfettamente ragione Nathaniel Flakin quando su *The Left Voice* sostiene che il Joker di Nolan non sia che uno strumento narrativo per giustificare e rafforzare la narrazione pesantemente reazionaria della trilogia di Batman mentre quello di Todd Philips abbia un approccio radicalmente opposto. Nel primo il buono, l'unico in grado di salvare la città dall'ingiustizia è l'uomo più ricco di tutti, ed il cattivo non fornisce alcun aggancio empatico:

il Joker di Heath Ledger in “The Dark Knight” (2008) è apparso come una forza della natura, negandoci qualsiasi visione della vita interiore del personaggio. Era un uomo che “vuole solo guardare il mondo che brucia”. Questo era solo un noioso riflesso dell'ideologia imperialista degli anni di Bush. I terroristi, ci è stato detto, non erano motivati dalla rabbia per i crimini imperialisti in Medio Oriente. No, erano semplicemente “malvagi”, “nemici della libertà”, ecc. Batman, per fermarli, aveva bisogno di usare la tortura e la sorveglianza di massa illegale, proprio come la CIA<sup>90</sup>.

Il film di Philips è invece proprio incentrato su quella vita interiore del personaggio: si tratta di un film realista, e forse in parte definibile di sinistra, volto a ribaltare la narrazione reazionaria e mostrare come Il Joker sia frutto dell'oppressione che le classi più basse condividono - e alimentano nel non esserne consapevoli<sup>91</sup>.

Nonostante le azioni del personaggio siano violente e spietate in entrambi i film, nel *Joker* di Philips conoscere, gettare un occhio su cosa ha generato quell'uomo spregiudicato ne modifica totalmente la percezione. C'è da chiedersi se non vi sia anche l'idea per cui l'unione delle forze degli oppressi sia la via per generare una reale forma di contropotere.

Il Joker si dimostra quindi un personaggio perfetto per svolgere la funzione catartica, sia come nemico, manifestandosi come radicale altro-da-se, da odiare, per cui provare paura in quanto incarnazione del caos degli anni post 11 settembre – nel *Batman* di Nolan – che come incarnazione di quel sentimento antisistema e insofferente nello spettatore – nel *Joker* di Philips – il quale ormai svuotato di ogni possibilità materiale e

---

<sup>90</sup> <https://www.lavoce dellelotte.it/2019/10/13/joker-la-disperazione-del-capitalismo-e-la-speranza-della-rivolta/> Ultima consultazione 17 novembre 2024.

<sup>91</sup> Ha ragione in questo senso Fisher quando sostiene che negare una parte di responsabilità da parte degli oppressi in un certo senso li priva anche della forza potenziale di ribaltare la situazione.

intellettuale non può far altro che godere nel vedere azioni violente proiettate sullo schermo di una sala cinematografica.

Quest'ultima messa in scena del celebre antagonista di Batman, mostrato per la prima volta nella sua interezza e nella sua indipendenza esistenziale dal paladino della giustizia di Gotham tratta di un connubio di disagio esistenziale e rabbia – come lo stesso Philips esplicita – con chiari riferimenti ai classici di Scorsese come *Taxi Driver* (1976) e *The king of comedy* (1983) i quali fanno di *Joker* un film ad alto contenuto citazionistico, e che si inserisce in un filone tragico-esistenziale più recente accostandosi a film come *La Haine* (1995) e *Fight Club* (1999).

C'è qualcosa che però manca nelle proteste che vediamo nel film. *Joker* ribadisce la crisi di una generazione a cui manca lo slancio creativo. Stiamo effettivamente vivendo «un più profondo e pervasivo senso di esaurimento, di sterilità culturale e politica<sup>92</sup>» come sostiene Fisher, ma l'ansia dei millennial e della Generazione Z di non essere in grado di dire nulla di nuovo, che tutto sia già stato detto, non deve scadere in quella che è la competitività individualista, moralità dei valori neoliberalisti, dove la novità è sempre merce fruttuosa e dire qualcosa di non ancora detto (se possibile) è finalizzato al porsi al disopra degli altri, nella fuorviante scalata verso il successo. Si tratta di un'ascesi destinata a fallire simile a quella a cui è destinato Sisifo – se non fosse che lui almeno ne è consapevole.

Ha perfettamente colto questo punto Raffaele Alberto Ventura quando cripticamente dice: «in fondo se ci combattiamo non è perché siamo radicalmente diversi, ma perché siamo tragicamente uguali. È la nostra somiglianza che ci condanna a cercare di distinguerci con mille artifici»<sup>93</sup>.

Il punto è che *Joker* mostra la lacuna costruttiva che spesso manca nelle rivolte interne alle nostre società. Si tratta di costruire un orizzonte di senso collettivo radicalmente altro, *movimento* che manca nei manifestanti che si travestono da clown e alimentano l'ondata di violenze nelle strade di Gotham City. Si tratta di quella tensione polarizzata tra l'individualismo estremo dell'individuo-azienda e la dispersione della propria autonomia intellettuale nei movimenti di piazza violenti, sfoghi catartici e perciò sempre interni e fisiologici nelle dinamiche del sistema capitalista. In tal senso è

---

<sup>92</sup> M. Fisher, *Realismo Capitalista*, p. 35.

<sup>93</sup> R. A. Ventura, *La guerra di tutti*, p. 11.

fondamentale riflettere intorno alla natura delle rivolte che vediamo nel film, e sul rapporto che lega il Joker a queste ultime.

## 2.2 UP PATRIOTS TO ARMS

«Le barricate in piazza le fai per conto della borghesia, che crea falsi miti di progresso».

F. Battiato, *Up Patriots to Arms*.

Proseguendo l'analisi critica iniziata nello scorso paragrafo, è ora il momento di affrontare la questione delle proteste di piazza, elemento importante all'interno della trama del film. Esse, poi degenerate in rivolte e rapine, sono il sottotesto della storia narrata in *Joker* a partire da quando il protagonista uccide i tre *yuppies* molestatori nella metro di New York<sup>94</sup>. È questo l'evento che lacera definitivamente il tessuto sociale di una città già in crisi, dove i ricchi sono sempre più ricchi e i poveri sempre più alla canna del gas. L'uccisione di quei tre uomini ha un valore simbolico, ed è subito rivendicata da molti individui della lower class. Si pensi a cosa dice Sophie Dumond (Zazie Beetz) quando camminando per le strade insieme ad Arthur – qui è indifferente che sia tutto frutto dell'immaginazione di quest'ultimo, in quanto lo scopriremo solo dopo – vede sulla prima pagina di un giornale la notizia dell'omicidio: «credo che l'uomo che lo ha fatto sia un eroe»<sup>95</sup>.

La frase pronunciata da Sophie, donna, nera e madre single la quale abita in un quartiere popolare, è l'indicatore di un sentire sempre più diffuso che non trova altra via di sfogo che nella violenza. E che gode nel vedere il ricco steso a terra senza vita con due proiettili in pancia. Sophie, come confessa ad Arthur, è stufa di essere sfruttata, molestata e licenziata da ogni posto di lavoro, impossibilitata a costruire un futuro per sé e per sua

---

<sup>94</sup> Chiamo la città a volte New York a volte Gotham per mantenere quel realismo e quella contraddittorietà che si ritrova anche nel film dove la città è sempre appellata in modo ambiguo, o è esattamente come la vera New York degli anni Ottanta sotto diverso nome.

<sup>95</sup> T. Philips, *Joker*, original screenplay, 2019. Traduzione mia.

figlia. È come se Arthur, con le sue azioni compiute vestito ancora con gli abiti da clown – era appena stato licenziato – e le frasi classiste pronunciate da Thomas Wayne in quei giorni commentando il triplice omicidio in tv, avessero catalizzato tutto il disagio sociale donandogli un unico simbolo dietro cui compattarsi, per sentirsi parte di una moltitudine che vive lo stesso naufragio esistenziale:

THOMAS WAYNE (IN TV)

Ha perfettamente senso per me. Che tipo di vigliacco farebbe qualcosa così, a sangue freddo? Qualcuno che si nasconde dietro una maschera. Qualcuno che è *invidioso* di chi è più fortunato di lui, ma troppo spaventato per mostrare la propria faccia. E fino a quando questa gelosia non finirà, *quelli di noi che si sono fatti una buona vita guarderanno sempre quelli che non l'hanno fatto come nient'altro che clowns*<sup>96</sup>

La gente che protesta per le strade di Gotham è anche una netta risposta alle avance di Wayne, candidato per la carica di Sindaco, autoproclamatosi unica salvezza di una città in declino con un atteggiamento paternalista da una parte e accusatorio dall'altra seguendo la classica retorica neoliberista per cui se sei povero, è colpa tua, e di conseguenza devi darti più da fare. Egli segue quello schema già individuava B. Morvaridi nel suo scritto *Capitalist philanthropy and hegemonic partnerships*:

I ricchi filantropi sono disposti a occuparsi della povertà fintanto che questa distoglie l'attenzione dai loro beni e dalle loro entrate e non minaccia la struttura egemonica da cui traggono guadagno<sup>97</sup>.

Così il ricchissimo imprenditore John Wayne si appella alle telecamere di vari media televisivi di fronte alla folla di clowns che protesta alla Wayne Hall, teatro della città:

THOMAS WAYNE

c'è qualcosa di sbagliato in quelle persone. Sono qui per aiutarli. Voglio farli uscire dalla

---

<sup>96</sup> *Ibidem*. Traduzione e corsivo miei.

<sup>97</sup> B. Morvaridi, "Capitalist philanthropy and hegemonic partnerships" in «Third World Quarterly», vol. 33, 2012, n. 7, pp. 1191-1210. In. Id C. Rhodes, *Capitalismo Woke*, Fazi Editore, Roma, 2023.

povertà, aiutarli a migliorare la loro vita. Ecco perché sto correndo. Forse non se ne rendono conto, ma *io sono la loro unica speranza*<sup>98</sup>.

I manifestanti però – li si vede per la prima volta nel film – sventolano cartelli su cui si legge “resist” o “kill the rich”. Uno di loro intervistato grida di fronte ad una telecamera: «fanculo i ricchi, fanculo i politici, fanculo i bianchi, fanculo i neri, fanculo Thomas Wayne, fanculo l'intero sistema»<sup>99</sup>. *Fuck the system* è quel sentimento radicale che vorrebbe vedere bruciare tutto, esplodere – come evoca simbolicamente la scena finale di *Fight Club* (1999) senza però domandarsi cosa ne sarà di quelle macerie, del dopo.

Da qui in poi i disordini diventano sempre più intensi fino a culminare in una delle sequenze finali, dove il Joker, arrestato in seguito alla confessione dell'omicidio dei tre *yuppies* nonché all'assassinio in diretta TV del celebre presentatore Murray Franklin – interpretato da Robert De Niro e definitivo tributo al classico *The King of Comedy* di Scorsese – scortato in una camionetta blindata della polizia, osserva quello che succede per le strade della città. Lo scenario è simile a quello che si è visto in alcuni eventi accaduti nel passato recente e su cui vale la pena di soffermarsi.

Si pensi ai celebri *riots* avvenuti in Inghilterra: dal 6 al 10 agosto 2011, una folla rivoltosa invase le strade periferiche di Londra, principalmente nel quartiere di Tottenham, per poi espandersi nelle zone di Brixton, Chelsea e Oxford Circus. I disordini ebbero come origine la morte di un uomo britannico nero, Mark Duggan, padre di quattro figli ucciso dalla polizia in una sparatoria. Le rivolte violente, inizialmente a Londra e poi sviluppatasi nei giorni successivi anche in altre città – Manchester, Liverpool, Birmingham come riporta *Vice* – hanno visto una folla di manifestanti bruciare mezzi della polizia, bus, intere palazzine, nonché scontrarsi con la polizia, rompere e derubare numerose vetrine di negozi.

Tali disordini, considerati i peggiori in UK dalle rivolte di Brixton del 1995, si incanalano in quella tendenza violenta che nasce da casi emblematici – spesso l'uccisione di membri delle comunità discriminate da parte della polizia – per poi sfociare in movimenti di piazza che esplicitano un malcontento politico, sociale, e soprattutto esistenziale molto più profondo.

---

<sup>98</sup> *Ibidem*. Traduzione mia.

<sup>99</sup> *Ibidem*. Traduzione mia.

Tale movimento (in senso letterale, l'atto degli scontenti, emarginati, discriminati di scendere in piazza) però, che a prima occhiata potrebbe sembrare rivoluzionario, antisistema o perfino anti-ideologico, si dimostra ancora una volta cieco, privo di prospettive, proprio come in *Joker*, risolvendosi nel catartico furto della merce normalmente fuori budget.

Ma in che senso? Žižek in *Guida perversa all'ideologia* mette perfettamente in luce questo aspetto che accomuna i *lootings* che caratterizzano le rivolte più violente viste da più di un decennio a questa parte, come dopo l'uccisione di Duggan in Inghilterra, Floyd in America o del più recente Nahel M., minorenni ucciso a Parigi con un colpo di pistola al petto da un agente. Si tratta di rivolte violente che trascendono sia la parte pacifica della protesta, sia il motivo stesso della protesta – come è importante sottolineare e come ben dimostrano i numerosi *sit-in* pacifici del movimento Black Lives Matter.

Quello che solitamente vediamo nei movimenti violenti sono civili dal volto incappucciato che armati di oggetti vari – o armi da fuoco, ma questo soprattutto in America – che sfondano vetrine e si appropriano avidamente di merci di tutti i tipi, soprattutto elettronica. Žižek commenta così tali eventi, in questo caso riferendosi ai *riots* inglesi:

La classica spiegazione liberale [è che] non possiamo solo condannare questa rivolta come del vandalismo delinquenziale. Bisogna capire che queste persone vivono praticamente in ghetti, in comunità isolate, senza una vita familiare adeguata, senza un'educazione adeguata. Non hanno neanche le prospettive di un impiego regolare, ma non basta, perché un uomo non è solo un prodotto di circostanze oggettive. Abbiamo tutti questo margine di libertà di decidere come noi soggettiviamo queste circostanze oggettive che certamente ci determinano. Come reagiamo ad esse costruendo il nostro universo personale. La soluzione conservatrice è 'abbiamo bisogno di più polizia'. Abbiamo bisogno di tribunali che emettano giudizi severi. Se ascolto attentamente alcune delle affermazioni di David Cameron<sup>100</sup>, sembravano tipo: 'okay, picchiano la gente, bruciano le case, ma la cosa veramente orribile è che si portano via oggetti senza pagarli.' Il sommo peccato che si possa immaginare. In modo molto limitato, Cameron aveva ragione, non c'era una giustificazione ideologica. È la reazione della gente che è completamente bloccata nell'ideologia predominante ma non ha modi per capire cosa gli richiede questa ideologia, quindi, è una

---

<sup>100</sup> Ai tempi primo ministro inglese.

sorta di agire selvaggio all'interno di questo spazio ideologico di consumismo. Anche se stiamo parlando di brutalità apparentemente anti-ideologica, Voglio solo bruciare le case per prendermi gli oggetti. È il risultato di una costellazione ideologica e sociale molto specifica dove la grande ideologia, tesa alla giustizia, l'uguaglianza, eccetera, si disintegra. L'unica funzione dell'ideologia è il puro consumismo e non c'è da meravigliarsi delle forme di protesta che ci sono. Ogni azione violenta è il segno che c'è qualcosa che non si è in grado di esprimere a parole. Anche la violenza più brutale è la rappresentazione di una certa difficoltà simbolica<sup>101</sup>.

A suggellare questa lucidissima analisi va inoltre aggiunto come proprio quegli atti di violenza apparentemente antisistema – e qui l'idea nasce da riflessioni pasoliniane che incontrano l'approccio del filosofo sloveno - sono totalmente funzionali al sistema capitalista stesso: laddove esso non riesce a fornire abbastanza benessere convertibile in consumo, le fasce scontente di popolazione sublimano quel desiderio nel più selvaggio dei modi: rubando dai negozi, sfondando le vetrine che vedono tutti i giorni colme di oggetti che non possono permettersi, nel bel mezzo di scontri armati e camionette in fiamme.

Si tratta di scene che collimano perfettamente con quello che *Joker* in diversi momenti ci mostra. In un certo senso si tratta di una violenza fisiologica, mai esterna al sistema, valvola di sfogo che permette di riconfermare ogni volta lo status quo – da una parte con la scusa di un maggior numero di agenti di polizia e leggi restrittive, dall'altra soddisfacendo i desideri consumisti irrealizzabili di larghe fasce della popolazione.

Ci si dovrebbe chiedere se essi vadano colpevolizzati per la mancanza di organizzazione, per l'incapacità di rendersi conto che quello che stanno facendo rafforza il sistema stesso che causa loro tanta sofferenza.

Ma come si può chiedere o pretendere da persone in contesti di grande difficoltà economico-esistenziale di distruggere una vetrina di una catena di orologi di lusso o di un negozio di elettronica in nome di un ideale? Nella narrazione per cui non c'è alternativa di cui parla Fisher, il realismo capitalista in cui tutti siamo immersi, non c'è da stupirsi di tali reazioni e fino ad un certo punto non c'è da condannarle: se nulla mai cambia, sfrutto

---

<sup>101</sup> R. Fiennes, *A pervert's guide to Ideology*, with S. Žižek, 2012.



il buco di sorveglianza e mi approprio di quei beni che oggi hanno valore, per vivere un po' meglio nel breve periodo.

Aveva quindi ragione Aristotele quando diceva – con altre parole – che prima di fare politica, ci vuole la pancia piena? Gli ambienti reazionari hanno accusato i manifestanti di non appartenere al sottoproletariato, di possedere smartphone e di avere un lavoro. Fisher sostiene che si potrebbe trattare anche di povertà estetica:

mentre i ricchi possiedono le risorse culturali e materiali per «staccare la spina» dalla squallida banalità di questi spazi clonati, i poveri vi si ritrovano molto più intrappolati. Questa prigionia degli individui all'interno di ambienti fisici, sociali e mediatici è in effetti un importante sintomo di povertà estetica<sup>102</sup>.

Ma non solo:

Non sarà invece possibile che i rivoltosi fossero là non come membri di una «comunità», soggetto sempre più raro nell'era tardocapitalista, ma in nome di una silenziosa disperazione e dell'infelice rassegnazione che caratterizza oggi la vita lavorativa di tante persone? Il fatto che alcuni rivoltosi avessero un lavoro è stato citato a prova del fatto che i disordini non erano una rivolta del sottoproletariato. Ma molti dei lavori che i media britannici continuavano a menzionare non bastavano a indicare che i rivoltosi avessero di fronte a sé prospettive concrete<sup>103</sup>.

È evidente come per molti il limite sia che con gli ideali non ci si sfama e che per questo anche qui manchi una effettiva prospettiva politica. Oggi un cambiamento radicale sembra così lontano da portare tanti a lasciar perdere. La causa è però individuabile nel realismo capitalista («qui realismo non connota uno stil realistico quanto piuttosto l'incapacità di vedere, pensare o immaginare oltre le categorie capitalistiche<sup>104</sup>»), non nella mancanza di capacità delle persone: se si è capaci di mantenersi produttivi per otto ore al giorno facendo un lavoro alienante, credo fortemente che quell'energia sia ridirezionabile a fini politici.

---

<sup>102</sup> M. Fisher, *Povertà estetica*, in id. *Il nostro desiderio è senza nome / scritti politici*, Minimum Fax, Roma 2020, pp. 148.

<sup>103</sup> *Ivi*, pp. 148, 149.

<sup>104</sup> M. Fisher, *La morte e il capitale sono l'unica cosa certa*, in Id. *Il nostro desiderio è senza nome / scritti politici*, Minimum Fax, Roma 2020, p. 153.

È inoltre complicato stabilire di chi sia la responsabilità. È sicuro che si tratti di una forma di *freeriding*<sup>105</sup>, disperato e spesso compulsivo – aggiungerei amaramente - e con molta criticità “indotto”. Sarebbe inoltre da chiedersi se oggi fare i rivoluzionari, gli antisistema, spaccare le vetrine delle grandi catene con beni di lusso senza rubare nulla, gesto radicalmente anticonsumista, non sia un privilegio di chi gode di un certo benessere economico, di chi non deve preoccuparsi di avere la pancia piena.

Va detto poi che ci sono altri tipi di proteste, e che quello discusso non è l'unico modo di sistematizzare il sentimento antisistema, o più comunemente di anestetizzare il malcontento: non va infatti dimenticata l'altra faccia della medaglia, legata al più vasto pubblico pacifico partecipante alle proteste.

Si tratta del cosiddetto *wokewashing*, una forma di brandizzazione delle cause, ossia del posizionamento strategico di molte aziende in seguito a eventi di grande interesse socio-politico come Rhodes mette in luce in *Capitalismo Woke*.

Prima però, va introdotta una distinzione che ci aiuterà a classificare meglio i fenomeni che vediamo accadere intorno a noi nei periodi di maggiore tensione. In tal senso individuo tre categorie di proteste e conseguenti protestanti:

- Le proteste violente sfocianti nel furto e vandalismo, simbolo di una rabbia sociale spesso disorganizzata (come negli esempi riportati prima<sup>106</sup>)
- Le proteste violente organizzate, le quali spesso culminano in pesanti scontri con le forze dell'ordine (si tratta delle frange più radicali, in questo caso con una forte connotazione ideologica e con un conseguente obiettivo politico da ottenere<sup>107</sup>)
- Le proteste pacifiche organizzate, le più partecipate e tollerate (generate da motivazioni che spesso vengono rilanciate o usate come pretesto dai due movimenti violenti elencati in precedenza).

---

<sup>105</sup> «Agente economico che attua un comportamento opportunistico finalizzato a fruire pienamente di un bene (o servizio) prodotto collettivamente, senza contribuire in maniera efficiente alla sua costituzione». Cfr Enciclopedia Treccani Online alla voce Free Rider. [https://www.treccani.it/enciclopedia/free-rider\\_\(Dizionario-di-Economia-e-Finanza\)/](https://www.treccani.it/enciclopedia/free-rider_(Dizionario-di-Economia-e-Finanza)/). Ultima consultazione 17 novembre 2024.

<sup>106</sup> In tal senso considero disorganizzato anche il vandalismo e il furto di massa avvenuto in seguito alle proteste del movimento Black Lives Matter in alcune città americane in quanto non legate direttamente alla causa e indice di uno sfruttamento pragmatico e individualista della possibilità di appropriarsi di beni gratuitamente in una situazione di disordine pubblico.

<sup>107</sup> Esempi chiari possono essere la maggior parte delle proteste che abbiamo visto in Francia, come quello contro l'aumento dell'età pensionabile o il movimento dei Gilet Jaunes. Anche le Primavere Arabe rientrano in questo tipo di proteste.

Di queste tre tipologie, la prima è già stata in parte analizzata. Delle due rimanenti ci si concentrerà ora su quella di forma pacifica mentre verrà lasciata da parte la protesta violenta organizzata, probabilmente unica vera forma di protesta antisistema e opposta all'ideologia dominante.

In tal senso c'è da chiedersi come il sistema valoriale capitalista assorba le cause per cui lottano anche i movimenti pacifisti (questa analisi ci sarà utile, inoltre, per avvicinarci ai temi del prossimo capitolo).

Gli esempi negli ultimi anni sono tantissimi, sia nella produzione di oggetti di consumo, si pensi alle tazze di Black Lives Matter o ai capi di abbigliamento filo-ucraini – come mostra Matteo Salvia nella pagina *iconografixxi* sul social network Instagram – che nel posizionamento politico di grandi aziende. Quello che si è visto di più clamoroso è stata la rivendicazione di certe cause da parte di colossi come Tiffany, Gillette, Nike e tanti altri. Quest'ultima ha scelto sin dagli anni Settanta di esporsi riguardo Cause sociali attraverso la scelta di vari testimonial come l'ex quarterback della NFL (National Football League) Colin Kaepernick, afroamericano attivista, Craig Blanchette a sostegno delle persone con disabilità, come lo stesso Matt Scott, giocatore di Basket in sedia a rotelle per passare dal corridore sieropositivo Ric Muñoz a metà anni Novanta.

La Nike in tal senso è una delle prime aziende ad aver messo in atto le strategie del capitalismo woke, atteggiamento di facciata utile sul mercato e funzionale all'occultamento dell'altra faccia della medaglia. Infatti,

sempre in quegli stessi anni, il documentario di Jim Keady *Beyond The Swoosh* ('Al di là dello Swoosh') aveva mostrato le condizioni di vita disumane a cui erano costretti gli operai delle fabbriche di Nike per via dei salari da fame che ricevevano. Ci fu uno scandalo internazionale, che mise seriamente a rischio le attività della Nike. Questa promise di rimediare alle condizioni di lavoro nelle proprie fabbriche, ma, a dispetto della grande pubblicità fatta, le cose sono cambiate ben poco<sup>108</sup>.

Si tratta di una strategia di marketing estremamente subdola la quale sfrutta sia i trend a livello di comunicazione – ciò di cui si parla di più in un certo periodo – che l'universo valoriale a cui si associa la causa. Secondo Haipong, come riporta Rhodes, «proprio l'aver

---

<sup>108</sup> C. Rhodes, *Capitalismo Woke*, p. 181.

reso il wokismo un fenomeno di moda è stato il mezzo attraverso il quale l'establishment della politica ha tentato di neutralizzare l'attivismo politico<sup>109</sup>».

In tale meccanismo le proteste si svuotano ancora di più di qualsiasi potenziale antisistema: da una parte si appellano a delle istituzioni governative che ormai non possono fare più niente se non propaganda pro o contro certi diritti, dall'altra vedono mercificate le loro idee da brand che in tutti i modi possibili – si pensi anche alla scelta di passare attraverso le sale cinematografiche della Mattel – cercano di porsi come nuovi punti di riferimento non-democratici e autolegittimati grazie al capitale, come sostiene giustamente (almeno per me) Rhodes.

In tal senso John Wayne in *Joker* è solo uno dei tanti grandi capitalisti che cerca legittimazione democratica attraverso una narrazione che democratica non è: quel «io sono la loro unica speranza» citato prima esplicita un esercizio retorico dove di fatto si cerca di indurre nel pubblico una ben precisa scelta in quanto si fa leva sulla classica storiella per cui non vi è nessuna reale alternativa.

Da una parte o dall'altra la sfera politica si ritrova svuotata non dall'interno, perché il movimento e l'interesse a fare politica dal basso è sempre molto attivo, ma dall'alto, dall'esterno. Le istituzioni in tal senso, macchine burocratiche dai tempi di azione lunghi per gli standard iper-veloci di oggi, hanno perso appeal rispetto alle grandi imprese che con le loro incredibili disponibilità economiche possono elargire fondi in tempi brevissimi:

Le multinazionali sono diventate talmente potenti da essere descritte come capaci di raggiungere livelli di sovranità tradizionalmente riservati agli Stati nazionali. Se si confronta il prodotto interno lordo di questi ultimi con i ricavi delle vendite delle imprese globali, alla fine del secolo scorso 51 delle maggiori economie mondiali erano costituite da società<sup>110</sup>.

Questo aspetto è inoltre interessante perché ci dimostra una volta di più come l'economia, ormai padrona della politica, non abbia bisogno di limitarsi a nessun tipo di valore etico: ci si gioca tutto in una battaglia tra trend in salita ed altri in discesa, dove il Giusto è ormai diventato un elemento liquido della società, comprabile assecondando i

---

<sup>109</sup> *Ivi.* p. 12

<sup>110</sup> *Ivi.* p. 104.

movimenti di piazza o inducibile tramite la propaganda attraverso i capillari mezzi di comunicazione.

Il campo dei diritti diventa terreno di scontro e allo stesso tempo teatro di distrazione di massa: i più sfortunati, appartenenti alle minoranze, categorie spesso discriminate, si vedono concedere e togliere diritti di continuo, mentre la politica economica, che ci siano governi di destra o di sinistra rimane pressoché invariata.

In tal senso diventa ancora più comprensibile perché si verificano oggi quei fenomeni chiamati *greenwashing*, *pinkwashing* ecc. Alle grandi aziende conviene assecondare le battaglie di grandi fasce della popolazione, mostrandosi più “umane” nella consapevolezza che ciò non intaccherà minimamente il sistema che permette loro enormi profitti con tassazioni ridicole.

Tornando a *Joker*, c'è da quindi chiedersi: perché produrre un film del genere? Cosa può spingere studios di Hollywood come la Warner Bros. ad accettare un film come quello scritto da Todd Philips e Scott Silver? *Joker* aveva un forte impatto potenziale sul pubblico e di conseguenza sulla società. Si sapeva, lo sapeva chi lo ha proposto e lo sapeva chi lo ha prodotto. Lo testimonia come per esempio, poco prima dell'uscita nelle sale nell'ottobre 2019,

i media avevano già avvertito il pubblico che avrebbe potuto incitare alla violenza. La stessa FBI aveva specificatamente avvisato che il film avrebbe potuto incitare la violenza dei Clowncels, un sottogruppo razzista ossessionato dai clown come Pennywise di *It* (1990) ed *Il Joker*<sup>111</sup>.

Lo stesso Žižek però riporta subito dopo come «non sono stati denunciati atti di violenza ispirata dal film»<sup>112</sup>. Sembra che l'unica spiegazione plausibile sia davvero che, in un'epoca post-ideologica, il capitalismo odierno accetti al suo interno anche la produzione di messaggi che ne smascherano alcuni lati tragici.

Cos'è questa se non la spettacolarizzazione del degrado di una classe sociale? Vale perciò come per *V per Vendetta* anche per *Joker* quello che Ventura sostiene acutamente allineandosi alle posizioni già viste di Fisher e Žižek:

---

<sup>111</sup> S. Žižek, *Una lettura perversa del film d'autore*, p. 26.

<sup>112</sup> *Ibidem*.

il film *V per Vendetta*, sovversivo, radicale [aggettivi avvicinabili anche a *Joker* di Philips] non sarebbe altro che un prodotto di consumo, in un'epoca in cui anche le rivoluzioni si consumano. Il filosofo Jean Baudrillard già scriveva che *Matrix* è un film sulla matrice come avrebbe potuto essere prodotto dalla matrice stessa.

*V per Vendetta* ha portato il paradosso in tutte le piazze del mondo, dove sui muri e sui manifesti si poteva leggere, come fosse la citazione di qualche grande filosofo, una frase che non era altro che la baseline del materiale promozionale del film: «people should not be afraid of their government. Governments should be afraid of their people» («I popoli non dovrebbero avere paura del proprio governo. I governi dovrebbero avere paura del loro popolo»)<sup>113</sup>.

Philips aveva spinto molto per farsi accettare il copione, cosa non facile anche solo a livello comunicativo visto come veniva mostrato il Joker nella sua re-interpretazione in chiave tragico-realistica (lontana dai riferimenti presenti nei fumetti), personaggio di cui la Warner vendeva perfino pigiami per bambini. «All'epoca, li maledicevo quotidianamente dentro di me. Ma, col senno di poi [...] sono stati parecchio coraggiosi a lasciarmelo fare»<sup>114</sup>, ha commentato poi Philips successivamente. Quella di *Joker* è stata definita dal suo stesso co-scrittore una storia realista, dove «non c'è un utilizzo della CGI scintillante. Niente inseguimenti ad alta velocità in veicoli high-tech. Niente mantelli. Nessuna battuta. Passano circa 45 minuti prima che qualcuno spari con una pistola»<sup>115</sup>. Philips ha voluto fare un film da lui stesso definito *slow burning* con uno sguardo realista su un personaggio che non vola, dove non ci sono edifici enormi che collassano, per inscenare un discorso coi piedi per terra sul dramma sociale di un uomo, Arthur Fleck, emblema di una fetta di società abbandonata dalle politiche neoliberaliste.

Va però anche sottolineato come il regista di *Joker*, chissà se sincero o no, abbia poi esplicitato le sue originarie intenzioni, le quali mi hanno personalmente colpito: era il 20 aprile 2020 quando la Warner Bros. Entertainment pubblicava sul suo canale YouTube '*Joker | Behind The Scenes with Joaquin Phoenix and Todd Phillips*<sup>116</sup>', video di 22 minuti dove Philips, Phoenix, il produttore Bradley Cooper e vari altri membri del cast o

---

<sup>113</sup> R. A. Ventura, *La guerra di tutti*, p. 85.

<sup>114</sup> Josh Rottenberg, In '*Joker*' the stakes are life and death, and comic book movies may never be the same, in Los Angeles Times, 28 agosto 2019. URL consultato il 27 giugno 2024. Devi mettere il link

<sup>115</sup> *Ibidem*.

<sup>116</sup> <https://youtu.be/cLVNJ50vCDI>. Ultima consultazione 14 novembre 2024.

della troupe parlano del dietro le quinte di *Joker* a distanza di sei mesi dall'uscita nelle sale di tutto il mondo. Ed è proprio nell'introduzione del video che sarà poi riprodotto più di sette milioni di volte che Philips, rivelando cosa lo abbia spinto a fare il film dice:

Amo i cattivi, è divertente dire 'ma perché è così?' 'Che cosa lo ha reso così?' E questo è in definitiva l'obiettivo del film. Questa non è una gigantesca dichiarazione sul mondo di oggi, ci sono cose tematiche lì dentro, ma il punto è ciò che rende qualcuno così.

[...] Per me era più l'idea di fare uno studio del personaggio su qualcuno che le persone non hanno idea di chi, come, cosa lo abbia reso così e da dove venga, o qualcosa del genere<sup>117</sup>.

Ciò che Philips qui trascura – od omette – è che in questo caso la vicenda di Arthur Fleck è così legata a dinamiche socio-economiche che la sua genesi *non può non essere politica* e riguardante la società contemporanea.

Il film *Joker* è una dichiarazione sul mondo di oggi e lo dimostrano le tematiche toccate, dalla precarietà data dalla mancanza di tutele sul posto di lavoro ai tagli alla pubblica assistenza, due elementi decisivi vissuti da un'intera fetta di società, non solo dal futuro Joker. In tal senso è fondamentale parlare del concetto che introdusse Mark Fisher in uno dei suoi articoli su K-Punk: la privatizzazione dello stress.

Si tratta di un fenomeno sempre più diffuso sotto quello che quest'ultimo definisce il regime neoliberista e che accomuna nel film sia la vicenda di Arthur che quella di Sophie: una forma di precariato senza tutele che rende l'individuo totalmente assoggettato e intercambiabile all'interno di una catena di montaggio post-fordista che pervade ogni aspetto della vita. Di conseguenza si entra in un loop disumanizzante:

la privatizzazione dello stress è un perfetto sistema di adescamento, elegante nella sua brutale efficacia. Il capitale fa ammalare i lavoratori, poi le multinazionali farmaceutiche vendono le loro sostanze per farli sentire meglio. Nel momento stesso in cui il malcontento è individualizzato e interiorizzato, la causa sociale e politica della sofferenza viene garbatamente elusa<sup>118</sup>.

---

<sup>117</sup> *Ivi*, traduzione mia.

<sup>118</sup> M. Fisher, *La privatizzazione dello stress*, in Id. *Il nostro desiderio è senza nome / scritti politici*, cit, pp. 87, 88.

In tal senso le giustificazioni di Philips sono totalmente figlie di questo pensiero, di eco thatcheriano, dove non esiste società e gli individui sono analizzabili, scomponibili e responsabili singolarmente. Anche la stessa malattia mentale del protagonista di *Joker* non può essere considerata che un elemento privato da chi la pensa così:

La malattia mentale è stata depoliticizzata, al punto che ormai accettiamo senza problemi una situazione in cui la depressione costituisce oggi la malattia più curata dal sistema sanitario nazionale (NHS). [...] Sotto il regime neoliberista, i lavoratori hanno visto ristagnare i loro salari e farsi sempre più precarie le condizioni di lavoro e la certezza di un impiego<sup>119</sup>.

Tale approccio sistematico non solo solleva l'ordinamento sociale dalle sue responsabilità: si macchia anche di una arbitraria accusa di follia (a-razionalità) qualsiasi atteggiamento non considerato normale – ossia funzionale alla produttività. Come giustamente fa notare sempre Fisher, secondo il pensiero ufficiale «il suicidio non è un gesto razionale, perciò non può avere valore politico»<sup>120</sup> sollevando da qualsiasi responsabilità le modifiche al welfare.

Proprio per questo va affermato con convinzione come qui si tratti di una vicenda politica in tutti i sensi possibili.

E non a caso la maschera del Joker diventa un simbolo, anche se Arthur ne è completamente disinteressato, almeno fino alle ultime sequenze del film. Essa è un simbolo che catalizza un'esperienza comune di ingiustizia. È vero che molti aspetti sociali sono abbozzati, ma non si può negare come si stia raccontando un qualcosa di familiare agli occhi di una buona fetta della popolazione: degrado urbano, mancanza di diritti sul lavoro, tagli all'assistenza sanitaria, molestie, discriminazioni.

Insomma, *Joker* pare quindi un interessante caso di film che trascende le intenzioni di chi lo ha scritto. È paradossale come Philips descriva intenzioni così lontane da tutta la serie di elementi che abbiamo analizzato e che sono *di fatto* presenti nel film. Di cosa si tratta alla fine se non di

vendere la rivoluzione ai ragazzini, altro che deodoranti e jeans strappati! Lo spettatore

---

<sup>119</sup> M. Fisher, *Perché la salute mentale è un problema politico*, p. 157.

<sup>120</sup> *Ivi*, p. 156.



passa dalla visione del film alla piazza [come si aveva paura che causasse la visione di *Joker*] per impersonare un romantico guerrigliero in un teatrino a misura d'uomo. [...] S'indigna e protesta ma non è in grado di dare forma più compiuta alla propria rabbia, perché il film non fornisce maggiori indicazioni<sup>121</sup>.

È verissimo in tal senso come sia

solo l'ennesimo effetto collaterale degli ingenti investimenti pubblicitari fatti da un'industria culturale che lotta per conquistare l'attenzione del suo pubblico e ancora sembra non volersi prendere le responsabilità del suo potere mimetico<sup>122</sup>.

### 2.3 FOLIE À DEUX: CHI È ARTHUR FLECK?

«Ogni crollo di una figura del potere totalitario rivela la comunità illusoria che l'approvava unanimemente, e che era soltanto un aggregato di solitudini senza illusioni»

Guy Debord, *La société du spectacle*

I due paragrafi seguenti, aventi come soggetto l'analisi del nuovo film sul Joker diretto da Todd Philips, avranno, come si noterà, un carattere più autoreferenziale rispetto a quelli precedenti (e quelli successivi su *Barbie*). Questo perché se *Joker* (2019) intrattiene a un intenso dialogo con la realtà attraverso simboli, parole e avvenimenti, *Joker: folie à deux* (2024) è maggiormente direzionato verso il suo capitolo precedente che "all'esterno"<sup>123</sup> – come d'altronde precisa lo stesso Todd Philips a riguardo<sup>124</sup>. Quello che

---

<sup>121</sup> R. A. Ventura, *La guerra di tutti*, p. 86.

<sup>122</sup> *Ibidem*.

<sup>123</sup> Sono consapevole di come questa affermazione possa essere un grosso azzardo: abusi nelle carceri, disturbi mentali e spettacolarizzazione di un dramma sono temi estremamente attuali o riguardanti il mondo che ci circonda. Qui ci si soffermerà maggiormente sull'ultimo citato, ma si spera che diventi chiaro con l'avanzare delle pagine il ruolo "esplicativo" di questo film (che da molti sui è stato definito "meta cinematografico").

<sup>124</sup> Cfr. Joaquin Phoenix and Todd Phillips discuss all things Joker: Folie à Deux | Venice Film Festival, <https://youtu.be/Y649mdjILdc>. Ultima consultazione 14 novembre 2024.

analizzeremo infatti sarà un film dove il suo regista si è di fatto preso lo spazio per chiarire e approfondire lo studio del personaggio di Arthur Fleck – nonché il suo rapporto con la figura del Joker. Di conseguenza, il contenuto di questi paragrafi sarà maggiormente direzionato verso un'interpretazione del film, intrattenendo un minor rapporto dialogico con la realtà contemporanea rispetto al resto dello scritto. *Joker: folie à deux* è in tal senso un *assist* preziosissimo per dare maggiore sostanza alle tesi presentate nei paragrafi precedenti del secondo capitolo.

Uscito nelle sale italiane il 2 ottobre 2024, *Joker: Folie à deux* (2024), che per comodità da adesso in poi chiamerò *Joker 2*, non ha ricevuto una buona accoglienza, sia dalla critica che dal pubblico. Come viene riportato da Paolo Armelli su Wired il 7 ottobre di quest'anno

le critiche da parte degli specialisti ma anche del pubblico non sono mancate, anzi si stanno moltiplicando sempre di più. E una prima attestazione di questo malumore nei confronti della pellicola è venuto nei giorni scorsi dalla valutazione assegnatale da CinemaScore, parametro che aggrega le opinioni degli spettatori usciti dalle sale americane: ebbene, questo secondo Joker ha avuto un giudizio di tipo D, il più basso mai ottenuto da un cinecomic da quando esistono questo tipo di rilevazioni<sup>125</sup>.

Un giudizio molto duro, che rispecchia il sentire generale di varie testate giornalistiche e blog tra opinioni che lo definiscono «un tentativo fallito»<sup>126</sup> o chi almeno vi concede l'aggettivo «coraggioso»<sup>127</sup>. Il The Guardian titola addirittura come solamente Lady Gaga abbia «elettrizzato un musical mediocre»<sup>128</sup> mentre sul New York Times si legge di un film «seriamente non divertente nonostante Phoenix e Gaga cantino e ballino come bambini scatenati»<sup>129</sup>. Ciò che si percepisce, oltre alla delusione di una *fan-base* tradita, è un vero e proprio fraintendimento del ruolo del film stesso. Va ribadito come guardare

---

<sup>125</sup> <https://www.wired.it/article/joker-folie-a-deux-critiche-recensioni-negative-incassi/> . Ultima consultazione 17 novembre 2024.

<sup>126</sup> Cfr. <https://www.cinefacts.it/cinefacts-articolo-1802/joker-folie-a-deux-recensione-un-occasione-sprecata.html> . Ultima consultazione 20 novembre 2024.

<sup>127</sup> Cfr. <https://tg24.sky.it/spettacolo/cinema/2024/10/02/joker-folie-a-deux-recensione> . Ultima consultazione 16 novembre 2024.

<sup>128</sup> Cfr. <https://www.theguardian.com/film/2024/oct/06/joker-folie-a-deux-review-lady-gaga-electrifies-in-mediocre-musical-sequel> . Traduzione mia. Ultima consultazione 19 novembre 2024.

<sup>129</sup> Cfr. <https://www.nytimes.com/2024/10/03/movies/joker-folie-a-deux-review.html> . Traduzione mia. Ultima consultazione 20 novembre 2024.

un film non debba necessariamente significare divertimento – in questo caso in risposta all’articolo del Times. Grandi film, che ci dicono, ci insegnano qualcosa a volte sono dolorosi, faticosi da guardare, ma tali tratti sono parte stessa del messaggio – il primo esempio che mi viene in mente è *Il cavallo di Torino* del maestro Béla Tarr. Per quanto non definirei quello di Phillips un grande film, va legittimata la scelta di creare un prodotto che esplora ulteriormente un personaggio ricchissimo di sfaccettature come quello di Arthur Fleck attraverso un musical che arranca. Lo stesso Phillips, in un’intervista al fianco di Phoenix racconta così la genesi del film, nonché il taglio, lo sguardo che ha voluto imprimere:

già sul set di *Joker* (2019) scherzavamo su un possibile sequel [...] quello di Arthur è un personaggio davvero interessante e volevo spendere più tempo con lui. [...] Abbiamo scelto di intraprendere una delle tante possibili strade che il primo film lasciava aperte inserendo aspetti classici del musical ma con qualcosa che sembra sempre non funzionare [something off, leadfooted] perché questo film, come quello precedente, è stato immaginato attraverso gli occhi di Arthur<sup>130</sup>.

In questo caso quindi, l’intenzione dell’autore ci torna utile al fine di spiegare perché se si prenda *Joker 2* come un musical in senso stretto esso non funzioni. Come vedremo in realtà, la musica, che è «interna al personaggio già dal primo film»<sup>131</sup> in quello che è il proseguo di un dramma psicologico, ha un ruolo fondamentale nel disvelare attraverso simboli, metafore e rappresentazioni elementi profondi del rapporto tra i personaggi, nonché della soggettività di Arthur stesso.

È il momento ora di passare ad un’ampia analisi del film, partendo dal ripercorrere la trama al fine di avere ben in mente tutti i vari tasselli che compongono la storia. *Joker 2* ha innanzitutto stupito tutti, esordendo con un breve cartone in stile *Looney Tunes* intitolato *Me and My Shadow* che nessuno si aspettava. La sequenza, della durata di circa tre minuti mette subito in risalto la questione del rapporto conflittuale interno ad Arthur. Lui e la sua ombra si mescolano, azzuffano e rincorrono in un continuo scambio di identità: da una parte sembra esservi un Arthur innocuo, interessato solo alla fama e

---

<sup>130</sup> Joaquin Phoenix and Todd Phillips discuss all things *Joker: Folie à Deux* | Venice Film Festival, <https://youtu.be/Y649mdjILdc>. Traduzione mia. Ultima consultazione 13 novembre 2024.

<sup>131</sup> Cfr. Lady Gaga, Joaquin Phoenix - *Joker: Folie À Deux* 2024 Venice Film Festival Full Press Conference. . Ultima consultazione 14 novembre 2024.

pienamente inserito nel contesto dello show business, dall'altra, un'oscura figura, imprevedibile e al di sopra di qualsiasi convenzione sociale, che genera scompiglio (si suppone qui che sia stata essa ad uccidere precedentemente il noto presentatore Franklyn) per poi lasciare il testimone, carico della responsabilità di ogni atto compiuto.

*Me and My Shadow* ha inizio con Arthur travestito da Joker che, in un futuro prossimo dopo l'uccisione di Murray Franklyn, è acclamato da un'enorme folla di persone. Vediamo la sua ombra sin dal red carpet come un'entità autonoma e animata: essa cerca un qualsiasi appiglio per non entrare nel teatro, ma viene trascinata via. È poi nel camerino che lo scambio avviene: Arthur, mentre si sta truccando, è sorpreso alle spalle, e dopo la classica rappresentazione di un'azzuffata da cartoni animati, viene imprigionato all'interno di un armadio presente nella stanza. L'ombra, ora in possesso dell'identità del Joker, semina scompiglio lungo il corridoio che la porterà in scena. Arrivata davanti alle telecamere, inizia a cantare, accompagnata dalla band: «what the world needs now, is love, sweet love»<sup>132</sup> sono alcune delle parole di quello che è il primo accenno al format musicale del film con cui ci si intratterà per le due ore successive. Sarà poi all'arrivo della polizia in seguito ad un'esplosione che l'ombra riconsegnerà ad Arthur, rimasto in mutande, i suoi vestiti e la sua identità, diventando oggetto del pestaggio che lo porterà ad una triste morte davanti a telecamere e spettatori. Successivamente si farà spesso riferimento ad un film girato sulla storia di Joker, apprezzatissimo dal pubblico e vietato al suo protagonista stesso: se sia quello che abbiamo visto nei primi minuti o si tratti di qualcos'altro non sarà mai specificato.

La storia del personaggio interpretato da Joaquin Phoenix riprende poi definitivamente quando veniamo introdotti nell'Arkham State Hospital, manicomio dove egli è in custodia cautelare mentre il processo è ancora in corso: siamo infatti nel 1983 e quello che Arthur dovrà affrontare sarà il primo della storia ad essere trasmesso in diretta TV. Ciò che ci viene mostrato nella prima parte di film è la vita all'interno dell'ospedale psichiatrico, il quale ha tutte le fattezze di una prigione vera e propria. Arthur sembra aver totalmente perso il suo slancio vitale: è continuamente aggredito da guardie violente, le quali gli domandano di raccontare barzellette senza mai ottenere risposta. Esse si

---

<sup>132</sup> T. Philips, *Joker: Folie à deux*, 2024. Il copione non è ancora disponibile, per questo i dialoghi e le parole delle canzoni verranno trascritte direttamente dal film, uscito per altro lo scorso 28 ottobre in streaming dopo meno di un mese nelle sale. Tale fatto è stato commentato come un'ulteriore testimonianza del flop nelle sale di tutto il mondo.

prendono gioco di lui, lo usano come fosse una marionetta. Il suo corpo qui, dotato di una *presenza* incredibilmente potente donata dall'interpretazione di Phoenix ci comunica molto su un personaggio che inizialmente si espone pochissimo.

In quel momento, l'unica prospettiva reale per Arthur è la sedia elettrica: il processo che lo vede impegnato è infatti circa i cinque omicidi (in realtà sei, ma come lui stesso dice, nessuno sa che ha soffocato anche la madre) compiuti nel film precedente. Questi gli costeranno una condanna a morte se non verrà certificata l'infermità mentale dovuta allo sdoppiamento di personalità tra Arthur ed il Joker, difesa che cerca di sostenere la sua avvocatessa, Maryanne Stewart (Catherine Keener). Arthur sembra però essere totalmente disinteressato da qualsiasi cosa gli accada attorno: l'inizio del film ci mostra un personaggio apatico, stanco, passivo; sensazione che ci accompagnerà per tutto il film, anche quando tornato nei panni del Joker sembrerà nuovamente padrone della situazione.

La prima svolta del film avviene proprio nel tragitto verso un incontro con la propria avvocatessa. Passando in un corridoio del "Ward B", ala di minima sicurezza dell'istituto in cui è internato Arthur (lui è nella sezione E, una delle più sorvegliate), avviene un intenso scambio di sguardi con una delle pazienti presenti nel coro, Lee Quinzel (Lady Gaga). Quest'ultima, vedendo Arthur, esce nel corridoio e simula con la mano l'atto di spararsi alla tempia: un gesto forte che stupisce anche lo stesso co-protagonista. Egli rimarrà folgorato da quell'incontro.

Quando la guardia carceraria Jackie Sullivan (Brendan Gleeson) gli annuncia che per buona condotta gli sarà concesso di andare a cantare nel coro per una sessione di musicoterapia, Arthur riprende vita, il suo volto si illumina di una nuova luce, perché ciò non significa altro che rincontrarla.

Sarà in quell'occasione che intratterrà il primo dialogo con Lee: «sei davvero tu?»<sup>133</sup> gli chiede con sguardo affascinato. Ella si racconta ad Arthur come vittima del suo stesso disagio: è dentro perché ha dato fuoco al suo condominio, ha un padre violento morto in un incidente stradale, una madre disfunzionale, ed il tutto è nella cornice dello stesso quartiere popolare di New York City. Lee conquista subito Arthur mostrandosi comprensiva, apprezzandolo per ciò che ha fatto, giudicandone positivamente le azioni:

---

<sup>133</sup> *Ibidem*. Traduzione mia.

LEE QUINZEL

Quando vidi per la prima volta Joker, quando ti vidi  
al *Murray Franklyn*, per tutto il tempo pensai, “spero che quel tipo  
gli faccia esplodere il cervello”.

E poi lo hai fatto<sup>134</sup>.

È subito dopo questo incontro che troviamo la prima scena da musical «stonato, che arranca», come lo definisce Philips, dove Arthur, dopo aver sentito alla TV le parole di Harvey Dent, giovane procuratore che lo vuole condannato a morte, inizia a cantare. La scena si sviluppa con un crescendo musicale dove sono coinvolti i vari detenuti nella stanza nonché un'orchestra in sottofondo. Il tutto viene poi improvvisamente arrestato, per informarci che era in realtà tutto nella sua testa. «For once in my life I've got someone who needs me / someone I needed so long»<sup>135</sup> canta Arthur riferendosi alla donna che ha incontrato poco prima: quello che però dovrebbe essere un momento di grande partecipazione emotiva, risulta ambiguo, lascia lo spettatore distante in quanto le parole da lui pronunciate sono totalmente sproporzionate rispetto alla realtà della sua relazione con Lee Quinzel, conosciuta pochi istanti prima. Arthur però, non aveva bisogno di altro se non di essere *visto*, e la presenza femminile di Lee lo rapirà completamente, rendendolo vulnerabile alle manipolazioni di quest'ultima<sup>136</sup>.

È da qui che inizia la *folie à deux*: un alternarsi di coreografie musicali, scene del “mondo reale” e canzoni canticchiate, dove ciò che è immaginario e ciò che è reale si mescola. La prima di queste avviene dopo che alla proiezione di *Spettacolo di varietà*, un momento di cinema concesso ai detenuti nell'area B a cui però viene fatto partecipare anche Arthur, Lee decide di appiccare un incendio: i due, tra le fiamme, cominciano una fuga coreografata verso i cancelli dell'istituto, dove una folla di sostenitori manifesta giorno e notte in sostegno di Joker. Vi è anche un gran numero di giornalisti che colgono l'occasione per fotografare le due celebrità, le quali dopo un balletto in mezzo al caos iniziano ad arrampicarsi sui cancelli metallici dell'istituto.

---

<sup>134</sup> *Ibidem*. Non essendo pubblicato il copione ho ricavato direttamente il dialogo dal film. Traduzione mia.

<sup>135</sup> *Ibidem*. (Per una volta nella mia vita ho qualcuno che ha bisogno di me / qualcuno di cui ho avuto bisogno per così lungo tempo). Traduzione mia.

<sup>136</sup> Va inoltre ricordato come fa lo stesso Phoenix in un'intervista che Arthur non ha mai provato nulla del genere nella sua vita – viene anche specificato come sia vergine. Cfr. <https://youtu.be/7FmazauQeb4>. Ultima consultazione 14 novembre 2024.

In seguito a queste gravi azioni Arthur verrà poi malmenato e messo in isolamento per due settimane, isolamento rotto però da Lee, la quale accennando soltanto come sia stato possibile si farà trovare all'interno della sua cella. È qui che i due consumeranno il loro primo rapporto sessuale, che nel proseguire della storia servirà a dare fondamento alla dichiarazione di Lee di essere incinta. Questi momenti sono intervallati a scene musicali, che a volte rimandano direttamente ai sogni di Arthur, come in questo caso, poco prima che ella entri nella cella quando il tutto è interrotto dal suo risveglio. Le scene, che richiamano alcuni dei cliché del genere cinematografico, sono ricche di simboli e ci informano della percezione che ha Arthur del suo rapporto con la donna. In quello a cui ci riferiamo ora, i due sono su un tetto di New York, al chiaro di luna, e cantano una canzone che rafforza la loro unione contro tutto e tutti: «In our minds, we'd be just fine, if it were only us two / They might say that we're crazy, but I'm just in love with you»<sup>137</sup>. Nella scena successiva, inoltre, ella comunica ad Arthur che verrà espulsa perché egli ha una cattiva influenza su di lei. È da qui che il focus del film si sposterà sul processo, elemento fondamentale nell'economia della storia nonché per comprendere la parabola tragica del personaggio di Joker.

Ambientato nel 1983, il processo dove Arthur Fleck è accusato di cinque omicidi è definito nel film «Il processo del secolo»<sup>138</sup>: sarà inoltre il primo trasmesso in diretta TV, così che tutti possano seguirne gli sviluppi.

All'arrivo, Arthur, mostrato ripetutamente instabile nelle sequenze precedenti, è accolto da una grande folla di persone che lo supportano in quanto divenuto simbolo, con le sue azioni, di un violento sentimento ribelle, antisistema. Nella prima sessione del processo, presieduta dal giudice Herman Rothwax (Bill Smitrovich), vengono ascoltati il dottor Victor Liu (Ken Leung), e Debra Kane (Sharon Washington) al fine di stabilire se Arthur sia davvero soggetto a disturbi psichici. Solo una diagnosi che certifichi l'infermità mentale potrebbe evitare ad Arthur la sedia elettrica. In queste sequenze vediamo un Arthur Fleck spaesato, fanciullesco, il quale non sembra in grado di rapportarsi in modo convenzionale con il contesto in cui si trova.

È dopo la prima sessione del processo che, in seguito ad uno scontro tra Lee e Marianne nei corridoi del tribunale, quest'ultima decide di raccontare la verità ad Arthur:

---

<sup>137</sup> T. Philips, *Joker: Folie à deux*, 2024. (Nelle nostre menti saremmo a posto, se fossimo solo noi due / Possono dire che siamo pazzi, ma io sono semplicemente innamorata di te). Traduzione mia.

<sup>138</sup> *Ibidem*.

la sua amata gli ha mentito sin dall'inizio, non è cresciuta nel suo quartiere, non proviene dall'ambiente che gli ha descritto; il padre è vivo, è un dottore, ed è lei stessa che si è affidata all'ospedale per conoscerlo. Quando poi gli ha raccontato che sarebbe stata espulsa per la cattiva influenza che Arthur aveva su di lei, in realtà scelse di andarsene in autonomia, di sua spontanea volontà. Viene inoltre specificato come ella abbia studiato psichiatria, dettaglio non trascurabile.

Proprio in seguito a questa rivelazione, ritroviamo lo spezzone onirico di musical più sorprendente: Arthur e Lee sono sul palco immaginario del Joker & Harley Show, davanti al pubblico in quella che sembra, a dirsi dai vestiti e dai colori, una trasmissione degli anni Sessanta. Durante la canzone che i due cantano, ad un certo punto Lee si prende totalmente la scena iniziando ad interessarsi solamente ai riflettori. «Non mi stavi nemmeno più guardando» le dice Joker, «ti stavi prendendo tutta la scena solo per te!»<sup>139</sup>. L'atmosfera è distesa, e i due mantengono un registro scherzoso in questi scambi; dopo il breve sketch però, in seguito a questo “disguido”, Lee gli punta una pistola contro dicendo «diamo al pubblico quello che vuole»<sup>140</sup>. Joker, confuso, non fa in tempo a dire – cercando di restituire un tono comico alla situazione - «la luna di miele è già finita?»<sup>141</sup> che Lee, senza indugi, gli spara una pallottola in pancia. Uno stacco netto ci riporta poi alla realtà, al volto consumato di Arthur, disturbato da quei pensieri che da lì in poi lo tormenteranno.

Il ritmo serrato degli avvenimenti di questa parte del film ci porta poi subito al colloquio tra Arthur e Lee, la quale lo è venuto a trovare nell'ospedale dov'è in custodia. Egli le chiede spiegazioni, chiede conto di tutte le menzogne che si è sentito raccontare, e la risposta che ottiene è riassumibile in «chiunque mente, almeno un po'»<sup>142</sup>. In fin dei conti, Arthur è catturato da tutte le attenzioni che riceve – e che non ha mai ricevuto in vita sua. È facile per Lee fare leva su questo aspetto al fine di riportarlo all'unica cosa che le interessa: il personaggio caricaturale di Joker, la maschera che davvero ama.

Tornando al processo, i due successivi ed ultimi testimoni ascoltati sono Sophie Dumond (Zazie Beetz), la vicina di casa di Arthur, che ricordiamo come protagonista della storia d'amore immaginaria di quest'ultimo nel primo film, e Gary Puddles (Leigh

---

<sup>139</sup> *Ibidem*. Traduzione mia.

<sup>140</sup> *Ibidem*. Traduzione mia.

<sup>141</sup> *Ibidem*. Traduzione mia.

<sup>142</sup> *Ibidem*. Traduzione mia.



Gill), suo collega risparmiato durante il violento assassinio di Randall Kleinmanhoffer (Glenn Fleshler). Durante la testimonianza di Sophie, verità scomode sulla madre di Arthur vengono fuori senza preavviso. Sentire come ella lo prendeva in giro alle spalle per aver costruito la sua vita intorno alla favola secondo cui fosse stato messo al mondo per portare gioia, è la goccia che fa traboccare il vaso. Quello che segue è un altro momento musicale dove Arthur, nuovamente nei panni del Joker, semina scompiglio nell'aula di tribunale: spara e distrugge le telecamere, uccide Dent con uno sgabello, ed infine con il martello da giudice sfonda il cranio di Herman Rothwax senza alcuna pietà. La canzone culmina con un «the Joker is me»<sup>143</sup> segnando di fatto il momento in cui Arthur, trascinato da Lee, dalla folla e dalle incaute affermazioni udite in aula, torna per un'ultima volta ad indossare i panni di Joker. È così che si comprende la decisione di Arthur di difendersi da solo, licenziando la sua avvocatessa seduta stante. Il tutto è sempre svolto a favore di telecamere, le quali hanno su di lui un potere magnetico.

Quel che resta del processo in cui Joker si difenderà da solo è la testimonianza di Gary, collega di Arthur durante il suo periodo di lavoro come clown. Il testimone è sin da subito presentato come un uomo terribilmente spaventato e segnato da quell'esperienza in cui fu graziato durante l'omicidio del suo accompagnatore.

L'arringa di Joker che poi ascoltiamo subito dopo le domande di Dent a Gary è puro intrattenimento: eccentrica, inutile per il processo e fatta a favor di telecamere. Si capisce già qui che il personaggio che Arthur si era costruito, che sembrava così solido nel film precedente, culminante nel ballo in mezzo alla folla su una macchina della polizia in fiamme, non è altro che una debole maschera, tragica nella sua essenza. Il gioco non regge più e bastano poche affermazioni di Gary – il quale dice solennemente ad Arthur «non farti questo, non sei tu» - per mettere totalmente in crisi il Joker, il quale nel mentre ha iniziato a parlare con un accento sempre più innaturale. A questa serie di eventi, se ne somma uno ancora più grave, che rompe definitivamente qualcosa nel protagonista.

Rientrato all'Arkham Institute Arthur è preso di peso dalle guardie precedentemente insultate in televisione: quello che si delinea è un momento di grande violenza, la quale lascia supporre uno stupro nelle docce. Quando viene poi trascinato nella sua stanza a peso morto, alcuni suoi vicini di cella chiedono disperatamente cosa gli sia stato fatto: uno di loro, Ricky (Jacob Lofland), da tempo ammalato da Arthur, è quello

---

<sup>143</sup> *Ibidem*.

che si ribella più vistosamente. Atto spregiudicato, che gli costerà la morte: dall'audio, infatti, viene lasciato intendere come una delle guardie lo uccida per strangolamento, un rimando chiaro ad uno dei modi più crudeli ma anche più diffusi di omicidio da parte delle forze dell'ordine.

Tutto ciò è troppo per Arthur, egli non può reggere il peso di questa serie di avvenimenti, uno dietro l'altro. L'esplosione che ci si aspetterebbe, è invece un tonfo: la montagna che tanto voleva costruire Lee, come spesso ripete in alcune canzoni presenti nel film - che non è altro che la figura del Joker - si sgretola ora su sé stessa.

Un dettaglio non da trascurare è cosa immagina Arthur in quei momenti dopo lo stupro e l'uccisione del vicino di stanza, mentre è steso sul letto traumatizzato: viene riproposta la celebre scena del bagno<sup>144</sup>, momento fondamentale del primo film che determina la nascita del Joker. In questo caso però, è riprodotta specularmente: il Joker, dopo essersi guardato allo specchio e aver accennato una posa, si lava via il trucco dalla faccia, sancendo simbolicamente la fine del personaggio. La maschera è caduta.

Ciò che segue è una serie di avvenimenti che continuano in questa direzione, rendendo fattuale quel crollo psicologico precedentemente accennato nella rappresentazione dei suoi pensieri. Così Arthur parla alla corte, ai presenti spettatori e alle telecamere nell'atto finale del suo processo al momento delle dichiarazioni conclusive:

#### ARTHUR FLECK

V... Volevo venire qui come Joker.

E fare una tirata per accusare tutti voi, tutti...

... per questa fottuta miserabile vita.

Ma non importa, perché non ce la faccio più.

Perché non posso essere chi volete che io sia.

Era tutta una fantasia, non c'è nessun Joker

Sono soltanto io<sup>145</sup>.

Da questo momento in avanti, tutto procede in caduta libera. Lee abbandona l'aula e con lei quei sostenitori che da sempre erano stati solamente interessati alla figura esplosiva

---

<sup>144</sup> Quella scena, in seguito all'omicidio dei tre *yuppies* nella metro, diventò celebre per il balletto che improvvisò Phoenix.

<sup>145</sup> *Ibidem*. Traduzione mia.

del Joker. Per Arthur, vi saranno solo una serie di coltellate nel ventre che metteranno definitivamente fine alla sua tragica esistenza. Come vedremo fuori fuoco alla sue spalle però, Joker, simbolo o visione del mondo che sia, sopravvivrà, oltre la singola esistenza di un essere umano<sup>146</sup>.

## 2.4 LA DISTRUZIONE DI UN FALSO MITO

«It was all just a fantasy, there is no Joker. It's just me».

Arthur Fleck in T. Philips, *Joker: folie à deux*, 2024.

Dopo quello che è stato un paragrafo volutamente impostato in maniera generalmente descrittiva, è ora il momento di ritrovare quell'approccio critico ampiamente utilizzato in questo scritto al fine di analizzare *Joker 2*.

Quella attuata da Todd Philips in questo “sequel”, quindi, può essere inquadrata come una decostruzione del personaggio generato film precedente. Il regista, non che co-scrittore del copione, sembra aver voluto mettere in chiaro una volta per tutte la natura del Joker interpretato da Joaquin Phoenix. Tralasciando questioni estetiche, di gusto o più tecniche come la scelta di inserire diversi richiami ai classici del genere musical per sperimentare - e osare, questo va detto – qui mi soffermerò principalmente su un'analisi inerente al contenuto del film (come fatto precedentemente e come sarà fatto anche per *Barbie, the movie*).

Se *Joker* nel 2019 poteva aver lasciato dei dubbi, o un maggiore spazio anche ad interpretazioni che vedevano nel suo protagonista una figura rivoluzionaria, con questo nuovo film viene di fatto decostruito il personaggio – e per questo delusa l'aspettativa di vedere un anti-eroe che semina scompiglio per la città di Gotham City. Già il primo film delineava, meno esplicitamente, Arthur come un personaggio radicalmente tragico, qui ulteriormente messo a processo figurativamente e letteralmente.

---

<sup>146</sup> Nella scena, infatti, si vede fuori fuoco il suo assassino autoinfliggersi il Glasgow Smile, tratto distintivo del personaggio del Joker (meno evidente in quello di Philips, dove Arthur si limita a richiamarlo tramite il trucco, chiarissimo nel film di Nolan dove il Joker interpretato da Heath Ledger ne sfoggia chiaramente le cicatrici sul volto).

A tal proposito, secondo il mio punto di vista, *Joker 2* è un film che generalmente non è piaciuto<sup>147</sup> (come anche precedentemente è stato riportato) in primis perché non ha dato al pubblico quello che voleva. Non è quell'intrattenimento catartico che l'ultima scena del suo capitolo precedente lasciava sperare, non è quel personaggio che dà fuoco alla città al posto nostro, distruggendo tutto ciò che trova davanti a sé alimentando la già citata *schadenfreude* di cui parla Salvia<sup>148</sup>. Con questo film Philips ha messo a sedere milioni di spettatori (in)trattenendoli per 138 minuti con una "lezione" su chi Joker davvero sia nei film da lui diretti. *Joker 2* è in fondo anche un film reso necessario da ciò che si è generato intorno al capitolo precedente.<sup>149</sup> E qui preciso che non va fatta una questione di colpe: si tratta però di rilevare come di fatto il film è stato generalmente recepito in maniera opposta a quelle che erano le intenzioni dell'autore – non che alla posizione interpretativa "terza" nei paragrafi precedenti da me sostenuta.

In *Joker 2*, sin da subito vengono lasciati pochi dubbi sul su chi sia davvero Arthur, persino quando sarebbe Joker a parlare – ammesso che si voglia accettare il dualismo all'interno del personaggio. Già nel *cartoon* iniziale, sono presenti degli elementi che ci aiutano ad intradarci in questo percorso interpretativo. «What the world needs now, is love, sweet love / no, not just for some, but for everyone»<sup>150</sup> canta l'ombra di Arthur esplicitando sin da subito il filo conduttore di tutto il film: il bisogno di essere amati, che accomuna tutti e viene soddisfatto per pochi. Arthur è un uomo dalla storia personale terribile, tragicamente solo, con un enorme bisogno di essere "visto", di essere amato per ciò che semplicemente è – e non per ciò che fa, come si accoglierà ben presto lui stesso.

In tal senso, la sua ombra, non è altro che quella trasfigurazione, nata inizialmente dalla rabbia verso i suoi oppressori, che presto si è trasformata in un idolo egocentrico le cui azioni sono svolte in funzione del pubblico. Quando Arthur entra nel ruolo di Joker,

---

<sup>147</sup> Il film, definito da molti un flop, e confermato dagli incassi al botteghino del primo mese, ha racimolato un devastante 32% su Rottentomatoes e un 45% su Metacritic, entrambe valutazioni ampiamente insufficienti. Crf.

[https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.rottentomatoes.com/m/joker\\_folie\\_a\\_deux&ved=2ahUKEwj9t9CP9c6JAxXq\\_rsIHYPGuEQoiR6BAg2EAM&usg=AOvVaw19A7Mb-jfIBaCHRxHUMitG](https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.rottentomatoes.com/m/joker_folie_a_deux&ved=2ahUKEwj9t9CP9c6JAxXq_rsIHYPGuEQoiR6BAg2EAM&usg=AOvVaw19A7Mb-jfIBaCHRxHUMitG) &  
[https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.metacritic.com/movie/joker-folie-a-deux/&ved=2ahUKEwj9t9CP9c6JAxXq\\_rsIHYPGuEQoiR6BAg2EAY&usg=AOvVaw2Bq2A43OvT4RL0X7XzgI5a](https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.metacritic.com/movie/joker-folie-a-deux/&ved=2ahUKEwj9t9CP9c6JAxXq_rsIHYPGuEQoiR6BAg2EAY&usg=AOvVaw2Bq2A43OvT4RL0X7XzgI5a). Ultima consultazione 20 novembre 2024.

<sup>148</sup> Cfr. M. Salvia, *Interregno*, p. 157.

<sup>149</sup> Ovviamente è anche un sequel "reso necessario" dagli incassi straordinari del suo capitolo precedente.

<sup>150</sup> T. Philips, *Joker: Folie à deux*, 2024.

dà alle persone, alle telecamere, quello che esse vogliono: intrattenimento. Come si vede nel film però, questa postura non sarà sostenibile per molto.

Se si accettano queste premesse, diventa poi chiaro come sia possibile l'andamento della storia d'amore tra Arthur e Lee: solo se non teniamo conto di quell'enorme bisogno di affetto che Fleck si porta dietro, insieme ai suoi traumi e ai suoi disturbi, possiamo pensare che le tempistiche relazionali siano totalmente irrealistiche. Lo stesso Joaquin Phoenix però commenta così i sentimenti e le performance canore del suo personaggio in un'intervista per Good Morning Britain:

Approcciandosi alle canzoni doveva sembrare che venissero fuori da Arthur, un persona cresciuta in quel determinato contesto ascoltando grandi classici americani dalla radio della madre e provando poi a cantarli, senza nulla di professionale. Doveva essere grezzo, ai limiti, ed essere percepito come un ragazzino di quattordici anni che si innamora per la prima volta e non ha nessuna opzione se non cantare i suoi sentimenti.<sup>151</sup>

Il rapporto tra i due sembra nascere dal nulla proprio perché da una parte Arthur ha disperato bisogno di qualcuno che lo ami, dall'altra perché Lee sin da subito lo manipola profondamente, raccontandogli menzogne sulla sua storia personale al fine di farsì piacere. Si tratta perciò di un rapporto in squilibrio e con finalità differenti: come lui si accorgerà solo alla fine del film, Lee non vuole altro che il Joker, l'icona. Ella è ossessionata dalla maschera, dal simbolo che Arthur ha generato con le sue gesta. Ella vuole cavalcare l'onda del successo dando al pubblico ciò che vuole: in tal senso spesso nelle canzoni si ripete la metafora del «costruiremo una montagna / la più alta di tutte»<sup>152</sup>: Lee cerca di costruire quel Joker che dopo la cattura di Arthur si è ritrasformato in un mito: il film sulle sue gesta è diventato popolarissimo, e un continuo via vai di fan si alterna davanti ai cancelli dell'Istituto di Arkham, nell'*attesa*. Quello che si percepisce è il desiderio di vedere dove la furia imprevedibile del Joker si scatenerà nuovamente: questo sentimento è figlio dell'errata credenza per cui dietro le azioni di Arthur ci sia un disegno. Arthur però non è in grado autonomamente – e non ha nessun interesse - di fare tutto ciò.

---

<sup>151</sup> In Exclusive! Lady Gaga & Joaquin Phoenix on Joker: Folie à Deux. <https://youtu.be/7FmazauQeb4>. Traduzione mia. Ultima consultazione 14 novembre 2024.

<sup>152</sup> *Ibidem*. Traduzione mia.

Quando si traveste da Joker, questa volta in modo innaturale, come se stesse recitando una brutta copia di colui che abbiamo visto agire del film precedente, è solamente perché intorno a lui tutti lo vogliono vedere dentro quel costume, perché lo vuole la donna che ama.

Lee in questo senso si pone come soggetto intermedio, da una parte innamorata come il pubblico del mito di Joker, dall'altra assuefatta dalla fame di successo che tramite il Joker può ottenere. Un momento chiave che esplicita questo elemento è presente nel sogno rivelatore dove Arthur si vede sul palco del suo show insieme a Lee. Ella, durante il brano che i due stanno performando, compie un gesto carico di significato: mentre la maggior parte del pezzo viene cantato con una postura del corpo che esplicita nettamente la direzione del messaggio, regalando un duetto ricco di passione tra i due, è altrettanto evidente il gesto compiuto da Lee quando cantando «Oh you don't know what is like / maybe you don't know what is like / to love somebody, *to love somebody, the way I love you*<sup>153</sup>» si gira, pronunciando le ultime parole verso il pubblico. Arthur ne rimane evidentemente interdetto. «Tu non sai come sia amare qualcuno come io amo te» dice il testo, e Lee lo dedica al pubblico, la sua vera fonte di interesse. D'altronde, è grazie a chi erige gli idoli sui palcoscenici che i riflettori rimangono accesi, e Lee ha trovato in Joker una fonte ricchissima di quella luminosità che tanto brama.

Inoltre, ella ha compreso perfettamente come tenere in pugno colui che ha dato vita al mito del Joker. Anche quando Arthur viene a sapere la verità, ossia che ella gli ha mentito, non riesce liberarsi della sua presa, perché il suo bisogno di affetto è superiore a qualsiasi altro elemento che possa fungere da movente.

Prendiamo la scena in cui Lee lo va a visitare, successivamente alla prima udienza in tribunale: Arthur è appena venuto a sapere dalla sua avvocatessa che Lee non è stata allontanata per la cattiva influenza che lui avrebbe su di lei. Ella si è semplicemente fatta rilasciare, così come autonomamente era entrata nell'Istituto. Tutte le menzogne sulla sua storia personale, di cui Arthur chiede conto, sono superate, fatte scomparire come per magia da poche parole mirate, finalizzate a riaverlo in pugno:

LEE QUINZEL

Tutti mentono almeno un po'.

---

<sup>153</sup> *Ibidem*. Corsivo mio.

ARTHUR FLECK

... quindi non sei del mio stesso quartiere? E tuo padre...  
... tuo padre è un dottore? Sei ricca?

LEE QUINZEL

Volevo solo piacerti.

ARTHUR FLECK

Sei davvero entrata qui da sola?

LEE QUINZEL

Si.

ARTHUR FLECK

É folle... solo perché volevi conoscermi?

LEE QUINZEL

Solo per conoscerti<sup>154</sup>.

Basta questo ad Arthur per essere riconquistato. Nella stessa scena, viene poi messo in atto un gesto simbolico importantissimo: Lee traccia con un rossetto il sorriso del Joker sul vetro che separa i due. Arthur, nella prospettiva della telecamera, vi si allinea sorridendo. Questo evento esplicita due elementi fondamentali: primo, ci dà la conferma definitiva di come Lee sia colei che sta “ricostruendo” il Joker, dove un movimento autonomo interno ad Arthur manca. Secondo, è interessante rilevare come l’allineamento di Arthur con il sorriso del Joker sia nella prospettiva di una telecamera oggettiva, terza rispetto ai due, la quale incarna ipoteticamente il punto di vista dello spettatore. In tal senso, non stupisce come non si sia scelto di allinearlo ad un’inquadratura soggettiva di Lee, scelta che avrebbe invece reso la scena più esclusiva e riguardante il loro rapporto reciproco. La dimensione relazionale in tal senso tiene sempre conto del pubblico<sup>155</sup>: ogni azione manovrata da Lee è cosciente di essere svolta sotto – e per – i riflettori.

---

<sup>154</sup> *Ibidem*. Traduzione mia.

<sup>155</sup> Preciso che qui intendo il pubblico nella società rappresentata internamente al film.

Questo intento, d'altronde, si vede già precedentemente: subito dopo il tentativo di fuga, quando Lee riesce ad intrufolarsi nella cella dove Arthur è in isolamento, poco prima di consumare il loro primo rapporto, la vediamo tirare fuori un astuccio con i trucchi. Ossessionata da Joker, non da Arthur, ella fa qualsiasi cosa per spingere l'uomo che ha davanti a trasformarsi in quello che lei vuole. «Aspetta, aspetta. [...] Voglio vedere *il vero te*»<sup>156</sup> dice ad Arthur, interrompendo il suo bacio ed iniziando a comporgli sul volto il trucco da clown. In tutte queste scene Arthur pare indifeso, insicuro e ammaliato da lei. Viene precisato in questo momento del film come abbia anche smesso di prendere le medicine che la struttura dove è in custodia gli fornisce<sup>157</sup>.

Come veniva introdotto in precedenza, in tutto questo Arthur deve rispondere dell'accusa di omicidio di cinque persone di fronte ad una corte in diretta televisiva. La spettacolarizzazione di questo dramma è in tal senso un elemento che da una parte dona alcuni spunti riflessivi sulla *società dello spettacolo*, ma che torna utile anche per comprendere la pressione crescente che Arthur ha su di sé. Da come viene descritto nel film, il suo è il processo del secolo, un evento che con pop-corn e bibita alla mano sarà seguitissimo sia da chi *tifa* per lui che da chi lo vorrebbe fritto su una sedia elettrica. L'unica cosa importante è che il Joker si palesi e non deluda le aspettative.

In tutte le udienze, salvo la prima dove arrivata in ritardo si siede in fondo, Lee è sempre posizionata alle spalle di Arthur. Egli si gira spesso a guardarla, e le sue occhiate di approvazione sembrano un elemento fondamentale nel rassicurare l'accusato nel percorso verso cui viene incanalato. Il culmine di tutto ciò è la decisione di presentarsi nei panni di Joker subito dopo aver baciato e licenziato la propria avvocatessa: dare spettacolo e farlo prendendosi tutta la scena. Tutto da copione, come Lee ha programmato. Ma lo show durerà ben poco, perché questo non sarà che un gesto diretto verso il definitivo crollo psicologico.

È infatti a questo punto del film che qualcosa si spezza. Scelgo qui di utilizzare come metafora un evento che accade mentre Arthur sta ascoltando la sentenza emessa dalla giuria, la quale lo dichiara colpevole. Si tratta di un'enorme esplosione, causata da un'autobomba: in una frazione di secondo il muro del tribunale salta in aria, travolgendo

---

<sup>156</sup> *Ibidem*. Corsivo mio.

<sup>157</sup> A tal proposito Lee gli dice che dovrebbe smettere di prendere le medicine. Arthur le risponde fieramente che lo ha già fatto. Questo potrebbe essere un ulteriore elemento per interpretare le azioni compiute successivamente nel film, ma per una mancanza di competenze di natura medica a riguardo, oltre che nessuna informazione sui farmaci prescritti dateci dal film, eviterò di trattare il tema.



tutti coloro che sono all'interno<sup>158</sup>. Tale evento a mio avviso rappresenta simbolicamente come Arthur sia definitivamente travolto da tutto ciò che gli accade intorno. Egli si sente sempre più indifeso, sempre più impotente, e presa coscienza di come ormai il danno sia stato fatto, girato verso la giuria durante il discorso in parte già citato nello scorso paragrafo, pronuncia le seguenti parole: «ho ucciso sei persone, vorrei non averlo fatto, ma è andata così [...] vorrei mandare tutto a quel paese (to blow it all up), e iniziare una nuova vita»<sup>159</sup>. Subito dopo si volta verso gli uditori, dove Lee è in piedi in procinto di andarsene: basta uno scambio di sguardi per avere la conferma definitiva. Egli ha deluso le aspettative. «There's always a Joker, that's the rule»<sup>160</sup> cantava precedentemente, ma è evidente come il Joker non possa essere lui.

Se nel primo film, l'eccessivo movimento empatico che si creava verso l'antieroe poteva risultare problematico e allarmante per le possibili azioni al di fuori delle sale, qui incontriamo un approccio chiaramente differente. In *Joker 2* è evidente come si voglia stimolare una maggiore partecipazione emotiva del pubblico al dramma di Arthur, mostrando come il Joker in realtà sia frutto di un profondo disagio (di differenti nature), privo di un'ideologia o un disegno alla base – bensì conseguenza di un ben preciso dramma personale e sociale.

In tal senso anche la strumentalizzazione televisiva del caso Fleck alimenta quella sensazione di impossibilità di compiere qualsiasi movimento: Arthur è ormai stato ingabbiato, in tutti i sensi, e le catene più strette non sono quelle dell'istituto dov'è in custodia cautelare, ma quelle invisibili del business dell'intrattenimento dove è stato incastrato. Su di lui è stato fatto un film ed ora è protagonista di un processo spettacolarizzato: e questo il modo in cui il sistema re-ingloba tutto ciò che ne può minare le fondamenta dall'esterno, trasformandolo in oggetto di consumo. Perché Philips in ogni scena non fa altro che ripeterci quanto Arthur sia un essere profondamente disturbato, solo e strumentalizzato, mantenendoci però sempre ultimamente distaccati da lui – di cui sappiamo davvero poco di cosa pensi, se non attraverso simboli nelle scene oniriche o brevi affermazioni. L'unico momento in cui Arthur si apre davvero è quando getta la

---

<sup>158</sup> Da notare come tutti apparentemente muoiano tranne Arthur, che paradossalmente era il più vicino al luogo dell'esplosione. Non saprei come giustificare questa scelta.

<sup>159</sup> *Ibidem*.

<sup>160</sup> *Ibidem*.

spugna, quando dichiara di non essere più in grado di agire come gli viene richiesto: la fama, l'acclamazione dei suoi supporter e di Lee si rivelano definitivamente effimeri.

A mio avviso, la questione della spettacolarizzazione dei drammi è un nuovo elemento che ha posto Philips, e che va ad arricchire l'elenco di quelli già trattati nel film precedente. Si percepisce profondamente, in diverse scene, la questione fondamentale di come la telecamera non sia mai una presenza neutrale, oggettiva: Arthur, il giudice, Lee, tutti quanti in sala sono influenzati dalla presenza degli apparecchi installati dalle televisioni locali e agiscono necessariamente nell'influenza relazionale di essi. In tal senso, come Arthur modifica il suo comportamento davanti al pubblico che lo acclama, anche la sua postura muta in funzione della telecamera.

Philips ci sottolinea la questione della "presenza" più volte attraverso dei lunghi sguardi in camera da parte del Joker. Va inoltre sottolineato come una possibile critica di tale strumentalizzazione, dove Arthur, ormai intrappolato in quel sistema per cui «persino avere successo equivale al fallimento, perché avere successo significa soltanto che sei la carne di cui si nutre il sistema»<sup>161</sup> sono i ripetuti colpi di arma da fuoco rivolti alle telecamere che si vedono in almeno due scene. Questo gesto, pregno di significati e dalla natura profondamente simbolica può essere un atto di ribellione contro quel sistema dell'intrattenimento il quale, tentacolo di un organismo più ampio, ha subito riassorbito la furia potenzialmente rivoluzionaria ed "esterna" del Joker nel primo film. Facendolo diventare un'icona attraverso la televisione, ecco che Arthur è diventato quella «carne»<sup>162</sup> da macello, e gli stessi partecipanti delle rivolte ora non fanno altro che nutrirsi dell'intrattenimento che la televisione pubblica gli fornisce. Una catarsi sistematizzata che in fin dei conti si risolverà in una riconferma dello status quo.

A guisa di tutto ciò abbiamo due scene verso il finale del film: la prima riguarda la fuga di Arthur con i suoi sostenitori, la seconda l'incontro con Lee sulle celebri scale newyorkesi dove nel primo film si svolge l'iconico balletto del Joker.

Poco dopo l'esplosione causata da un'autobomba, Arthur, nella confusione generale, subito dopo essersi rialzato scende in strada e si allontana dal tribunale, spaesato, ancora tramortito. È a quel punto che un uomo vestito da Joker si accorge di chi ha davanti: «sei tu... [...] vieni con me, veloce, dobbiamo andarcene di qua!»<sup>163</sup>. L'uomo

---

<sup>161</sup> M. Fisher, *Realismo Capitalista*, p. 39.

<sup>162</sup> *Ibidem*.

<sup>163</sup> T. Philips, *Joker: Folie à deux*, 2024.

coglie l'occasione e lo fa salire immediatamente nella macchina di un altro "Joker" coi quali inizia la fuga. Il tragitto però, durerà simbolicamente poco. Arthur non vuole andare da nessuna parte, non ha prospettiva se non quella di costruirsi una vita con la donna di cui è innamorato, e da cui pensa di aspettare un figlio. È indicativo come i due joker nell'auto siano ancora totalmente ignari di ciò: «you said that you wanted to blow it all up, and somebody blew it the fuck up!»<sup>164</sup> gli dice quello seduto al sedile anteriore del passeggero. Le sue parole sono state prese alla lettera dagli esponenti di un movimento che ha avuto un reale rapporto con Arthur solamente quando quest'ultimo ha provato per alcuni momenti il brivido della fama.<sup>165</sup> Perché in fondo, è chiarissimo il messaggio della scena: Arthur vuole scendere da quella vettura in corsa, vettura di cui non ha mai avuto il controllo e che ora lo sta portando a folle velocità giù da un dirupo<sup>166</sup>. «Questo è solo l'inizio... Bruceranno l'intera fottuta città da cima a fondo! [risata isterica]»<sup>167</sup> dice sempre il Joker sul sedile davanti ad Arthur poco prima che quest'ultimo scenda dall'auto per fuggire: egli sente la responsabilità di un movimento che pretende di prendere ispirazione dalle sue gesta e ciò lo mette in fuga.

È davvero carica di significato l'immagine che Philips ci consegna subito dopo: Arthur, dopo essere sceso dalla macchina, scappa a tutta velocità terrorizzato da un Joker che lo insegue.

Questa fuga lo porterà direttamente alla scena successiva che qui voglio analizzare. Arthur arrivato dalle scalinate prima ricordate, vi trova Lee, la quale molto probabilmente lo stava aspettando.

ARTHUR FLECK

Qualcuno ha fatto esplodere il tribunale,  
e ora sono libero. Possiamo andarcene!

LEE QUINZEL

Non andiamo da nessuna parte Arthur.

---

<sup>164</sup> *Ibidem*. (hai detto che avresti voluto mandare tutto a quel paese, e qualcuno lo ha fatto!). ho mantenuto qui la versione originale perché a mio avviso dava più l'idea dell'accaduto, nonché essendo difficilmente traducibile. Traduzione mia.

<sup>165</sup> Tale "periodo" va dal balletto nel finale di *Joker* (2019) alle prime scene di *Joker: folie à deux* durante l'udienza. Nel mezzo vi sono anche menzionati i sostenitori di Joker ai cancelli dell'istituto di Arkham.

<sup>166</sup> Preciso che questo non accade nel film, si tratta di una metafora.

<sup>167</sup> T. Philips, *Joker: Folie à deux*, 2024.

Tutto quello che avevamo era la fantasia, ma tu hai mollato.  
Non saremmo mai andati da nessuna parte.

ARTHUR FLECK

Sono lo stesso uomo di cui ti sei innamorata,  
sono lo stesso uomo che ha ucciso Murray Franklyn.

LEE QUINZEL

No.  
Non lo sei.  
Non c'è nessun Joker, è quello che hai detto no?

È questo lo scambio di battute che chiarisce definitivamente molti aspetti relazionali presenti nel film, e conferma come la natura degli intenti dei due sia chiaramente differente. Ad un certo punto però, Lee inizia a cantare e sottolinea un fattore ulteriore:

LEE QUINZEL [singing]

A show, that is really a show,  
sends you out, with a kind of a glow,  
And you'll say, as you go on your way,  
That's entertainment...

A song, that is swinging along,  
or a dance, with a touch of romance,  
you believe, in all that we have dreamed,  
That's entertainment...<sup>168</sup>

Era tutto intrattenimento, era tutto un sogno fantasioso ed Arthur, secondo lei, ha compiuto l'errore di crederlo reale. È Lee stessa che con questa breve canzone, canticchiata mentre Arthur con il cuore spezzato le chiede «non cantare più, non voglio

---

<sup>168</sup> *Ibidem.*

più farlo»<sup>169</sup> chiarisce definitivamente la natura del suo interesse in Joker e in tutto quello che le azioni dello spregiudicato clown hanno generato nella città.

Un film, che come già ripetuto, si pone nella dimensione di fornire ulteriori elementi nella comprensione di un personaggio che alla sua prima apparizione ha stregato milioni di persone in tutto il mondo – come il successo al botteghino di *Joker* ha ampiamente dimostrato. Nella narrazione di Philips c'è anche spazio per un ultimo messaggio, quando Arthur viene ucciso da un altro detenuto: quella del Joker è una postura verso la realtà, un approccio, un *modus operandi* ultimamente privo di soggettività<sup>170</sup>. Arthur ha perso la vita in un'aggressione, mentre il Joker, continua a vivere.

Qui si conclude l'analisi su tutto il materiale che i due film sul Joker di Philips ci hanno consegnato, tra film, interviste, recensioni, saggi ed articoli. Nel capitolo successivo si affronterà invece quella che è una forma differente di rapporto che un prodotto cinematografico può intrattenere con la realtà. Come si è accennato già in precedenza, infatti, se *Joker* ci parla di dinamiche presenti nella realtà, *Barbie* cerca di modificarla con un influsso diretto attraverso l'utilizzo strumentalizzato di tendenze socioculturali già affermate. Mi occuperò di questo e molto altro nelle prossime pagine fornendo anche un'introduzione sulla storia della bambola americana più venduta di tutti i tempi.

---

<sup>169</sup> *Ibidem*.

<sup>170</sup> Come già confermava il primo film mostrandoci simbolicamente che a uccidere i genitori di Bruce Wayne fu “un Joker” tra i tanti presenti nelle rivolte di piazza. Un soggetto privo di una precisa identità.

### **3 BARBIE, THE MOVIE – STRUMENTI PER UN’ANALISI CRITICA**

#### **3.1 LE ORIGINI DI UN’ICONA**

*Barbie* (2023) è il primo film del nuovo progetto cinematografico che Mattel, azienda produttrice di giocattoli, tra cui la celebre bambola, ha lanciato per i prossimi anni. L’azienda, fondata nel 1945 da Harold Mattson ed Elliot Handler (la cui moglie Ruth Handler successivamente ne assunse la presidenza) ha oggi sede a El Segundo, California, con A.D. Ynon Kreiz, imprenditore israelo-americano il quale preleva dall’azienda uno stipendio annuo di circa 15 milioni di dollari<sup>171</sup>. Si stima che Mattel abbia un fatturato che almeno dal 2022 si aggira intorno ai 5 miliardi di dollari<sup>172</sup>. Ma la celebre bambola ideata da Ruth Handler e messa in vendita per la prima volta il 9 marzo 1959, ha una lunghissima storia che qui vale la pena raccontare al fine di dare maggior contesto ad un prodotto con cui tantissime generazioni sono cresciute.

A fine anni Cinquanta del secolo scorso, pullulavano giocattoli destinati ai bambini maschi: fu Mattel a creare la prima mitragliatrice giocattolo che sparava davvero, la quale si unì ad una vasta gamma di altri prodotti che permettevano ai maschietti di giocare a fare il cowboy, l’astronauta, il pilota, il soldato e tante altre cose.

Per le bambine invece, in un periodo in cui culturalmente la divisione tra ciò che era “da maschio” e ciò che era “da femmina” era molto marcata, vi era sostanzialmente solo un tipo di attività: si trattava di qualsiasi cosa riguardasse i mestieri casalinghi. Le bambole, perciò, erano dotate di set per preparare il tè, stirare i panni, cucinare, lavare, fare la spesa, ma nulla che uscisse dall’universo simbolico dell’attività domestica.

Fu in quel contesto che Handler, osservando la figlia Barbara giocare, ebbe l’intuizione: una bambola “adulta” dalle multiple carriere sarebbe stata il nuovo giocattolo perfetto per ispirare una nuova generazione di bambine.

L’ispirazione arrivò dalla bambola Bild Lilli, di produzione tedesca e commercializzata a partire dal 1955. Ruth la vide durante un viaggio a Lucerna, in Svizzera, nella vetrina di un negozio: la bambola bionda, alta circa 29 centimetri era

---

<sup>171</sup> <https://wallmine.com/people/15351/ynon-kreiz> . Ultima consultazione 22 ottobre 2024.

<sup>172</sup> <https://it.marketscreener.com/quotazioni/azione/MATTEL-INC-13462/attualita/Mattel-Inc-riporta-i-risultati-degli-utili-per-l-intero-anno-conclusosi-il-31-dicembre-2022-42940211/> ultima consultazione 22 ottobre 2024.

all'epoca destinata a uomini adulti, una sorta di bambola erotica, ma questo non impedì all'imprenditrice di trarne ispirazione.

Quando però l'idea fu importata negli States e Mattel iniziò a produrre la prima Barbie, dal nome completo di Barbara Millicents Roberts, ottenne un'opposizione da parte dei consumatori: soprattutto le madri pensavano che fosse di cattivo esempio per le loro bambine, e non furono isolati i casi in cui le bambole furono vendute di nascosto nelle tabaccherie (per i "papà"). La prima Barbie, infatti, uscì in due versioni, bionda e mora, sfoggiava una corporatura impossibile, ma funzionale ad agghindarla con vestiti e accessori: spazi tra le braccia e l'addome, gambe magre e lunghissime, vita incredibilmente snella, per non dimenticare il seno, una novità nei prodotti di quel genere che fece storcere il naso a parecchi genitori, nonché a molti venditori. Il lancio ufficiale, che avvenne alla fiera del giocattolo di New York nel 1959, non fu quindi un successo immediato.

Insomma, serviva qualcosa che modificasse l'immaginario dei compratori e le loro associazioni mentali tra la bambola Mattel e costumi considerati negativi nella società dell'epoca: cosa di più strategico se non lanciare una pubblicità sul canale Tv per bambini più importante e accreditato del tempo?

Fu così che nel 1959 durante il programma televisivo di Disney, Mickey Mouse Club, fu lanciato il primo spot Barbie, l'inizio di una campagna marketing che in oltre 64 anni di storia non ha mai smesso di aggiornarsi e adattarsi al cambiamento della morale comune. Lo spot mostrava la bambola in tutte le sue varianti<sup>173</sup>, e ne annunciava il prezzo standard: 3 dollari<sup>174</sup>. Nonostante tutto, e grazie alla pubblicità televisiva, solo nel primo anno furono vendute più di 350 mila Barbie<sup>175</sup>, la maggior parte bionde (queste piacevano di più alle bambine di quelle more e così la produzione assecondò la domanda).

Da lì in poi Barbie fu un enorme successo commerciale. Diventò la bambola più venduta in America – in Italia arrivò nel 1961. Paolo Armelli in un articolo dedicato alla

---

<sup>173</sup> Quella messa più in risalto, non a caso era vestita da sposa: bisognava convincere che Barbie fosse un veicolo di buoni costumi per le bambine dell'epoca e non una bambola diseducativa.

<sup>174</sup> Calcolato con il tasso di inflazione oggi sarebbero 32,80 dollari statunitensi. Cfr. <https://fxtop.com/it/calcolatrice-inflazione.php?A=3&C1=USD&INDICE=USCPI31011913&DD1=31&MM1=01&YYYY1=1959&DD2=10&MM2=10&YYYY2=2024&btnOK=Calcolare+1%27equivalente> . Ultima consultazione 23 ottobre 2024.

<sup>175</sup> Cfr. <https://marketing-espresso.com/blog/barbie-compie-64-anni-come-cambiata-nel-tempo/> . Ultima consultazione 3 novembre 2024.

celebre bambola su Vogue Italia, nel settembre 2024 riporta quella che è la più comune opinione circa la bambola Mattel, almeno nei suoi primi 10 anni di produzione:

con un curriculum che vanta oltre 200 carriere, dalla veterinaria alla ballerina, dalla hostess alla chef, passando per cassiera, insegnante, ambasciatrice dell'Onu e performer circense, [Barbie] ha permesso alle ragazze di immaginarsi in qualsiasi ruolo, anche quelli che mai avevano considerato prima. In qualità di Barbie Astronauta è perfino andata sulla Luna quattro anni prima di Armstrong, nel 1965, e ha corso per ben sei volte alla carica di Presidente degli Stati Uniti. Nel 1961 è arrivato il suo fidanzato storico Ken (la loro rottura nel 2004 ha fatto scalpore, ma sono tornati insieme sette anni dopo), poi sono comparse anche la migliore amica Midge e la sorellina Skipper. Si moltiplicano anche gli accessori, sempre ambitissimi (e costosissimi), che raccontano uno stile di vita di successo: è del 1962 la sua Dream House, di cui si vende ancora oggi un esemplare al minuto [...] E a proposito di rosa, è proprio il Pantone PMS 219 a diventarne la tonalità ufficiale, contribuendo a dipingere anche le camerette (e i sogni) delle bimbe di tutto il mondo<sup>176</sup>.

Fu negli anni Settanta che poi si impose il modello Barbie Malibu: la biondissima bambola californiana icona della pop culture consumista di quegli anni, la quale era mostrata come modello di vita lussuoso e in un certo senso superficiale. Tali caratteristiche, insieme alla corporatura irrealistica ma considerata desiderabile, attirarono le prime critiche del movimento femminista. Barbie era un modello estremamente influente nell'immaginario delle bambine e proprio per questo generava delle enormi problematiche: lo standard di bellezza che impostava oltre che non essere realizzabile era anche potenzialmente nocivo. Inoltre, non mancarono le critiche su come Barbie, vista la mancanza di varietà nei suoi modelli, non fosse altro che «l'ennesimo veicolo di una società bianca e privilegiata»<sup>177</sup>. Quello con gli stereotipi non fu mai un rapporto facile per la Mattel. Barbie poteva essere tutto ciò che voleva, ma ciò poteva avvenire solo tramite l'acquisto di nuovi accessori: tutto ciò che Barbie era, era ciò che ella possedeva, e questo da sempre si riverberò sulle bambine che con ella giocavano.

Finiti gli anni Sessanta iniziò la produzione delle prime bambole “inclusive”, come Christie, bambola dalla carnagione scura ma ancora relegata ad essere un'amica

---

<sup>176</sup> In <https://www.vogue.it/article/barbie-storia-origini-evoluzione-film> . Ultima consultazione 25 ottobre 2024.

<sup>177</sup> *Ibidem*.



secondaria, fino ad arrivare alla prima vera e propria Barbie afrodiscendente negli anni Ottanta. Nonostante ciò, nel 1992, incredibilmente, il modello parlante di Barbie proponeva ancora frasi del genere: «“Avrò mai abbastanza vestiti?”», “Mi piace lo shopping” e “Le lezioni di matematica sono difficili”»<sup>178</sup>. Le critiche furono moltissime e feroci al punto da far ritirare e riformulare le frasi della *Teen Talk Barbie* (questo era il nome originale del modello). Uscì perfino in quel periodo un modello Barbie con una bilancia che indicava sempre cinquanta chili, con accessorio un manuale su “come dimagrire”, testimoniante una totale incapacità da parte dell’azienda statunitense di comprendere gli effetti pericolosamente negativi di tali messaggi sulla giovane generazione dell’epoca.

Se inizialmente Barbie era stata ideata per essere ciò che le bambine *potevano diventare* - «in un’intervista al New York Times risalente agli anni ‘70, Ruth Handler [dichiarò]: “Ogni bambina ha bisogno di una bambola attraverso cui proiettare sé stessa nei propri sogni futuri. Barbie rappresenta una donna che ha delle scelte.”»<sup>179</sup>, presto diventò un modello a cui le bambine si sentivano tenute ad aspirare. Come si può immaginare, l’irreale bellezza che il giocattolo rappresentava causò non pochi disagi a quelle generazioni.

In ogni caso a partire dagli anni Ottanta Mattel cominciò a produrre bambole con più di quaranta etnie diverse, passando anche dal restyling del fisico (1997) il quale vide i fianchi allargarsi leggermente ed il busto diminuire di dimensioni, in quello che in realtà sembra nient’altro che un adattamento ai canoni estetici di una nuova epoca, restanti però molto lontani dalla realtà (e dalla varietà) corporea femminile.

Nello stesso anno, la band Aqua pubblicò una video clip musicale, che riassumeva tutti gli aspetti critici della bambola finora elencati, mostrando anche quanto fosse labile il confine tra il giocattolo e chi lo possedeva. Il testo della canzone accusava Barbie di essere un'icona consumista, nonché estremamente sessualizzata. Il celebre ritornello faceva così:

I'm a Barbie girl, in the Barbie world  
Life in plastic, it's fantastic

---

<sup>178</sup> *Ibidem*.

<sup>179</sup> In <https://marketing-espresso.com/blog/barbie-compie-64-anni-come-cambiata-nel-tempo/> . Ultima consultazione 3 novembre 2024.

You can brush my hair, undress me everywhere  
Imagination, life is your creation<sup>180</sup>

Mattel fece causa alla band che però vinse il processo in quanto l'azione svolta rientrava completamente nei confini del diritto di parodia. È inoltre interessante sottolineare che l'enorme diffusione della canzone portò molti a credere che essa fosse la colonna sonora originale della bambola – al punto che Mattel nel 2009 ne pubblicò una versione riadattata<sup>181</sup>.

Possiamo infine descrivere il culmine di questo percorso “inclusivo” con la collezione *Fashionistas*, in vendita dal 2009, che «man mano [introdusse] 23 nuovi modelli con 7 tonalità di carnagione, 30 tinte di capelli, 24 acconciature, 14 forme del viso e 22 colori degli occhi differenti»<sup>182</sup> nonché tre nuove tipologie di corporatura: Barbie alta, formosa o minuta. Quale migliore compromesso se non l'inclusivismo volto al consumo? Più bambole, più consumatori rappresentati, e maggiori incassi: un trionfo della produzione plastificata riparato (o quasi) da ogni possibile accusa. In giorni più recenti, infine, va ricordato

in occasione del sessantesimo anniversario celebrato nel 2019, [...] il progetto Dream Gap: partendo appunto da quelle famose (e difficilissime) lezioni di matematica, da diverse ricerche emerge che le bambine smettono persino di sognare di poter intraprendere carriere scolastiche o professioni scientifiche o legate alle cosiddette STEM. Operano questa rinuncia, indotta da condizionamenti sociali e contesti culturali, proprio nell'età fondamentale tra i 5 e i 10 anni. Ecco che Barbie interviene coi suoi role model: figure storiche come la pilota Amelia Earhart, la pittrice Frida Kahlo<sup>183</sup>, ma anche “Sheroes”

---

<sup>180</sup> Aqua, *Barbie Girl*, 1997.

<sup>181</sup> Nella versione Mattel utilizzata per una pubblicità dei suoi prodotti il testo della celebre canzone degli Aqua viene cambiato così: «I'm a Barbie Girl / In the Barbie world / Life in plastic / It's fantastic / You can be a star / No matter who you are / Be an inspiration / Make a declaration». Cfr <https://youtu.be/hwu6NrxVVFk>. Ultima consultazione 14 novembre 2024.

<sup>182</sup> In <https://www.vogue.it/article/barbie-storia-origini-evoluzione-film>. Ultima consultazione 25 ottobre 2024.

<sup>183</sup> L'esempio di Frida Kahlo è l'emblema dell'ipocrisia di questo Brand. Barbie, tramite il suo account YouTube, dove, per chi non lo sapesse, pubblica vlog, il 9 marzo 2018 postò per il suo compleanno un video in cui condivideva la storia della pittrice messicana Frida Kahlo, definendola fonte di grande ispirazione, un simbolo per tutte le bambine delle nuove generazioni. È interessante sottolineare come in quegli stessi giorni venne messa in commercio la bambola di Kahlo, molto più magra e meno “provocatoria” di come appariva in vita. Questo è interessante da sottolineare perché la pittrice si espose molto sulle questioni estetiche legate all'apparenza femminile, sia attraverso la sua produzione che tramite la sua stessa apparenza – il mono ciglio su tutti fu forse l'emblema del suo rifiuto verso i canoni estetici femminili. La

contemporanee come Iris Apfel, la regista Ava Du Vernay, l'astronauta Samantha Cristoforetti, la campionessa Bebe Vio, la calciatrice Sara Gama che diventano modello per altrettante bambole volte a ispirare le ragazzine a non mettere nessun limite alla loro fantasia e alla loro ambizione<sup>184</sup>.

In tutto questo, la storia della Barbie sui grandi schermi non è affare recente: era il 1985 quando il Live Aid, concerto più seguito nella storia – si calcola circa 2 miliardi di persone – causò un enorme interesse verso le rock bands. Lo stesso anno uscì il cartone animato *Jem e le Holograms*, che ben presto diventò rivale della bambola prodotta da Mattel. Si dovette aspettare solo due anni per il debutto di Barbie come protagonista di una serie animata: era il 1987 quando uscì la serie composta da due episodi *Barbie Rockstar* – un enorme flop che costrinse i produttori a unirli in un unico film.

La storia raccontava di Barbie, la rock star più famosa al mondo intenta ad organizzare il concerto più grande dell'universo, ancora più grande del Live Aid. Il problema? Barbie cantava e ballava, ma non aveva nessuna personalità; risolveva qualsiasi problema senza alcuna ostacolazione: insomma, una protagonista onnipotente che poco piacque al pubblico dell'epoca.

Bisogna poi passare alla fine degli anni Novanta per nuovi sviluppi. In quel periodo uscì nelle sale *Toy Story* (1995), diretto da John Lasseter: un film incentrato sui giocattoli, la cui produzione cercò di ottenere i diritti su molti di quelli più celebri all'epoca di modo da ricreare un mondo più "realistico". Quello di Mattel a Pixar fu un secco no: avevano paura che dare una personalità specifica a Barbie fosse un rischio per le vendite e così decisero di rifiutare l'offerta.

Come si sa, *Toy Story* fu un successo enorme, con milioni di dollari di profitto, e ci volle poco a convincere la casa produttrice di giocattoli americana a concedere i diritti per avere Barbie nel successivo film, *Toy Story 2* (1999). Fu così che Barbie fu inserita nella scena del "tour" nel negozio di giocattoli, sequenza non priva di battute sessualizzanti.

---

stessa Kahlo si definiva inoltre comunista e anticapitalista; chissà cosa avrebbe detto vedendosi nei panni della bambola di plastica americana! È inoltre importante sottolineare come il sottotesto sia sempre lo stesso: sii chiunque tu voglia essere, ma fallo acquistando la nuovissima bambola in carriera (o in questo caso, la bambola rivisitata a icona del successo).

<sup>184</sup> *Ibidem*.

Nel 2001 ci fu la svolta definitiva, una novità assoluta che cercò di allontanare la bambola dallo stereotipo della bionda ricca priva di personalità. Così, nel 2001 venne realizzato *Barbie e lo schiaccianoci*, tratto da Ciajkovskij, un film natalizio con una memorabile colonna sonora, rimasto impresso negli immaginari per le danze coreografate Peter Martens. L'obiettivo di creare un prodotto che ispirasse il giovane pubblico fu pienamente raggiunto: il film fu un enorme successo.

Da lì iniziò la prima delle due stagioni di film su Barbie. Si decise di produrne uno ogni anno:

la prima epoca dei film di Barbie inizia nel 2001 e finisce nel 2009, da *Lo schiaccianoci* a *Le tre moschettiere*. Divisa ulteriormente in due parti – la prima è l'epoca d'oro dal 2001 al 2006 (termina con *La magia di Pegaso* e comprende, tra gli altri, *Il lago dei cigni* e *Fairytopia*) e la seconda inizia con *Il diario di Barbie* e termina, appunto, nel 2009 – i film si scindono in due filoni: quelli tratti dal teatro di Ciajkovskij o romantico; quelli in pieno stile fiabe della Disney, incentrate sulle principesse che ancora non avevano ricevuto il loro Classico<sup>185</sup>.

*Barbie Raperonzolo* fu il primo di questo secondo genere, seguito poi da *La principessa e la povera*, il più apprezzato, tratto dal romanzo di Mark Twain.

Nello stesso periodo però, la bambola più venduta al mondo non era più Barbie: erano le Bratz. Si trattava di “bambole ribelli”, colorate, truccate, alternative, che andavano a scuola e avevano esperienze della vita di tutti i giorni. Non piacevano ai genitori ma erano amatissime dalle bambine. A crearle «fu un ex-dipendente della Mattel, che pare avesse rubato un progetto scartato di cui però Barbie aveva ancora la proprietà intellettuale. L'azienda gli fece causa, vinse e le Bratz furono ritirate dal mercato»<sup>186</sup>.

Nello stesso periodo uscì poi *Il diario di Barbie*, un tentativo di avvicinarsi a quello stile da “vita di tutti i giorni” delle Bratz, ma il film fu un flop.

Con questo film iniziò la seconda fase dei Barbie film, che però terminò ben presto per motivi legali:

---

<sup>185</sup> In <https://www.hallofseries.com/film/barbie-storia-cinematografica/> . Ultima consultazione 3 novembre 2024.

<sup>186</sup> *Ibidem*.

era in corso la realizzazione di Barbie e la Bella Addormentata, la cui protagonista si chiamava Aurora. Disney, però, proprio mentre Barbie stava lavorando a questo film, depositò con ben 50 anni di ritardo il marchio “Principessa Aurora”, rendendolo inutilizzabile. Allora, virarono su Barbie e le tre moschettiere, che comunque era già in produzione<sup>187</sup>.

Per non avere più problemi con Disney, iniziò così la produzione di film, fino a tre all’anno, con protagonista Barbie e ambientati ai giorni nostri: *Barbie e l’avventura nell’oceano*, *Barbie e il segreto delle fate*, *La principessa e la popstar* (remake contemporaneo de *La principessa e la povera*), *Barbie e l’accademia per principesse* e molti altri. «Sono alcuni dei film che fanno parte della terza epoca di Barbie, quella che va dal 2010 al 2016, iniziata con Principessa della Moda: Barbie ha appena finito di girare un film ma viene licenziata e, allora, va a vivere da sua zia stilista a Parigi. È un’era dalla rappresentazione più varia, con tante etnie e il ritorno di temi che funzionano sempre, ma anche con molti tentativi falliti<sup>188</sup>» riporta sempre Chiara Manetti.

L’era dei film di Barbie terminò con il successo incredibile di *Frozen* (2017): era l’epoca della ribalta di Netflix e di un nuovo modo di fruizione dei prodotti cinematografici. *Barbie avventura da principessa*, *Il compleanno perduto*, *Grande città grandi sogni*, «dove Barbie incontra un’altra Barbie con la pelle nera e dimostrano che nessuna delle due è la vera Barbie<sup>189</sup>» sono alcuni degli ultimi prodotti tutti incentrati sull’idea di rappresentare una bambola inclusiva e aperta a qualsiasi versione possibile di sé. Questo cambio di passo avvenne anche perché

Barbie era nata come lo specchio della realtà, influenzando al tempo stesso la figura della donna, fino a trasformarla. Tanto che, in epoca contemporanea, era diventata la costrizione a essere a tutti i costi come lei: belle, buone, brave, efficienti, sempre un esempio ma un’utopia irraggiungibile<sup>190</sup>.

Ed è proprio nella scia di questa rivoluzione di marketing che arriviamo al primo film live action della bambola più venduta di sempre: *Barbie, the movie* (2023) con un titolo che

---

<sup>187</sup> *Ibidem*.

<sup>188</sup> *Ibidem*.

<sup>189</sup> *Ibidem*.

<sup>190</sup> *Ibidem*.

già di per se si pone come “il film”, una summa della sua storia ultrasessantenne nonché una trattazione di temi sociali contemporanei per un’operazione comunicativa diretta allo stesso tempo a diverse generazioni di consumatori.

### **3.2 DALLA PLASTICA ALLA CARNE: IL PRIMO ACTION MOVIE SU BARBIE**

*Barbie, the movie* (2023) è un prodotto cinematografico su cui Mattel iniziò a investire già nel 2009: se ne parlò inizialmente con la Universal Picture, ma fu un nulla di fatto; poi nel 2014 con Sony, ma le cose si dilungarono a tal punto da causare la scadenza dei diritti, acquistati successivamente dalla Warner Brothers. Nel 2018, quest’ultima diventò quindi produttrice definitiva del film uscito nelle sale a metà 2023. Dopo diverse modifiche e cambi di ruolo, nel 2019 Greta Gerwig e Noah Baumbach sono stati designati come sceneggiatori, incaricati di riscrivere il copione a cui avevano già lavorato Diablo Cody, poi Lindsey Beer, Bert V. Royal (e Hillary Winston) ed infine Olivia Milch.

Anche la regia assegnata in definitiva a Gerwig (fortemente voluta da Margot Robbie, come testimonia l’intervista ai microfoni di ABC News, emittente pubblica australiana<sup>191</sup>) ha avuto una storia travagliata con un susseguirsi di nomi – e nomine – come quelli di Alethea Jones e Patty Jenkins. È agli inizi del 2021 che il film ha iniziato a prendere forma con Margot Robbie già confermata per il ruolo protagonista di Barbie e Ryan Gosling in trattativa per interpretare Ken, celebre corrispondente maschile di quest’ultima.

*Barbie, the movie*, girato nel 2022 in Inghilterra con un budget di 145 milioni di dollari, ha destato sin da subito grande interesse nel pubblico come testimoniano le reazioni alla pubblicazione delle foto di Margot Robbie nei panni della celebre bambola il 26 aprile 2022 – al fine di dare un’anticipazione del design del suo personaggio – e i video dei passanti i quali hanno catturato diverse riprese girate a Venice Beach, in California, rivelando altri elementi del look e della personalità di Robbie e Gosling, impegnati su dei coloratissimi pattini. L’operazione di marketing era quindi già iniziata e con essa il commercio di gadget e accessori legati al film. Così riportava un articolo del Post a luglio dell’anno scorso, tre settimane prima dell’uscita:

---

<sup>191</sup> Cfr. <https://youtu.be/GuWr-v3TOO8> . Ultima consultazione 14 novembre 2024.

Sul sito di Impala Skate, marchio specializzato in pattini a rotelle, quelli col marchio Barbie, con gli stessi colori, costano circa 190 euro, a cui si possono aggiungere ginocchiere, gomitiere, polsini e calzini. Anche la casa di moda ALDO ha messo in vendita una serie di scarpe da donna a marchio Barbie<sup>192</sup>.

Titolo e sottotitolo di quello stesso articolo sono molto chiari a riguardo: «L'imponente campagna promozionale per il film di Barbie - È in corso da più di un anno, con numerosissime iniziative e un numero incalcolabile di gadget.»<sup>193</sup>

Uscito nelle sale tra il 19 ed il 21 luglio 2023, i social network erano già infestati da meme almeno da un anno<sup>194</sup>, sia sul film stesso che riguardo la competizione con il suo contraltare estetico *Oppenheimer* (2023), blockbuster diretto da Christopher Nolan e in uscita lo stesso giorno. La proliferazione di informazioni che invase social network come Instagram e Twitter, con un picco di intensità nelle ultime settimane prima dell'uscita nelle sale, è sicuramente da interpretare come un fenomeno che ha generato la partecipazione di un pubblico amplissimo, il quale è finito – e questo è interessante – per essere stimolato anche tramite contenuti autogenerati (i meme) e quindi non direttamente<sup>195</sup> gestiti e divulgati da chi si occupava della pubblicizzazione del film. Questo proprio perché come evidenzia Valentina Tanni, autrice di *Memestetica – Il settembre eterno dell'arte*

l'elemento caratterizzante del meme [...] è la *contagiosità*, e cioè la capacità di attecchire e dilagare viaggiando da mente a mente, da persona a persona, da computer a computer, talvolta a una velocità impressionante. [...] Non contenuti «infetti», dunque, ma dotati di un potenziale specifico: l'alto grado di condivisibilità.<sup>196</sup>

---

<sup>192</sup> Cfr. <https://www.ilpost.it/2023/07/02/campagna-promozionale-film-barbie/>. Ultima consultazione 5 novembre 2024.

<sup>193</sup> *Ibidem*.

<sup>194</sup> Come testimonia l'ottima pagina ricca di informazioni a riguardo di Know Your Meme alla voce Barbie (2023 film), <https://knowyourmeme.com/memes/subcultures/barbie-2023-film>, ultima consultazione 30 settembre 2024.

<sup>195</sup> Dico non direttamente in quanto di fatto va rilevato come oggi da parte delle aziende ci sia una diffusa consapevolezza intorno alla "memabilità" dei contenuti che postano, portando i social media manager a scegliere tecniche di comunicazione con post contenenti già nella forma di meme o con tale potenziale intrinseco. Un esempio lampante è stato l'azienda Durex, tra le prime in Italia, ma anche marchi come Barilla e KFC fino ad arrivare alle società di calcio. Il fenomeno è sempre più diffuso ma comunque continua a funzionare bene; a tal proposito si confronti <https://marketing-espresso.com/blog/meme-e-umorismo-anche-i-brand-non-ne-fanno-a-meno/>. Ultima consultazione 15 ottobre 2024.

<sup>196</sup> V. Tanni, *Memestetica, il settembre eterno dell'arte*, Nero, Roma 2021, p. 69.

Nonché un elemento fondamentale che bisognerebbe approfondire di più: la capacità dei meme di generare un bisogno psicologico di coinvolgimento. Essi generano nel fruitore disinformato il desiderio immediato di comprendere, di capire perché tutti (o almeno nella propria bolla informativa) creano, modificano, repostano meme su un certo argomento, aumentando così la diffusione del messaggio.

In questo caso i meme su *Barbie* hanno contribuito a creare interesse anche in quelli che potenzialmente non sarebbero stati fruitori del film: quando i «contenuti virali, i *mind virus*, media contagiosi»<sup>197</sup> raggiungono la popolarità che ha raggiunto *Barbie* nei mesi prima della sua uscita, si genera un fenomeno a cascata causato dalla progressiva trasversalità dei meme nelle varie bolle informative: il risultato è una generale spinta ad informarsi sul tema originale del meme, e di conseguenza una proliferazione ulteriore di contenuti remixati a seconda dell'ambiente ideologico attraverso il quale essi transitano. La stessa Tanni fa notare come «la dinamica più interessante non riguarda tanto il numero delle condivisioni di un determinato contenuto, quanto semmai la *metamorfosi* che tale contenuto subisce lungo la via»<sup>198</sup>.

Riguardo invece il periodo cronologicamente seguente, successivo all'uscita del film, diverse fonti riportano notizie sugli incassi record. *Barbie* sembrerebbe aver totalizzato più di un miliardo e quattrocento milioni di dollari di fatturato, classificandosi al quindicesimo posto della classifica dei film con maggiori incassi della storia del cinema<sup>199</sup>.

È ora il momento di una prima ricapitolazione della trama del film *Barbie* in quanto sarà fondamentale aver bene a mente tutto ciò che accade nei 114 minuti diretti di Gerwig per seguire più chiaramente l'analisi critica proposta nel prossimo paragrafo.

La storia di *Barbie, the movie* ha al suo centro Barbie (Margot Robbie) - anche detta Barbie stereotipo - che per comodità chiameremo Barbie Margot. Tutte le bambole/personaggi del mondo di Barbie sono chiamate in tal modo mentre i personaggi maschili sono chiamati Ken. Vi sono ovviamente eccezioni, come le varie bambole la cui

---

<sup>197</sup> *Ivi*, p. 68.

<sup>198</sup> *Ivi*, p. 69.

<sup>199</sup> In questo caso la fonte più trasparente sembra essere Wikipedia, sono esplicitati i criteri di valutazione come il tasso di inflazione da applicare agli incassi, cosa che altri siti non fanno. Cfr. [https://it.wikipedia.org/wiki/Film\\_con\\_maggiori\\_incassi\\_nella\\_storia\\_del\\_cinema](https://it.wikipedia.org/wiki/Film_con_maggiori_incassi_nella_storia_del_cinema). Ultima consultazione 12 novembre 2024.



produzione è stata interrotta quale Allan (nel film interpretato da Michael Cera), migliore amico di Ken, in vendita solo tra il 1964 e il 1966, Midge (Emerald Fennell) - la Barbie incinta, Sugar Daddy Ken (Rob Brydon) ed altri.

La storia inizia in una sorta di limbo in seguito ad un remake del celebre incipit di *2001, A Space Odyssey* di Stanley Kubrik – nel quale la Barbie Stereotipo si immola difronte ad un gruppo di bambine come fece il nero monolite alieno tra le scimmie. Nell’incipit del film si racconta di come vi siano due mondi: da una parte Barbieland, una società matriarcale dove le Barbie ricoprono qualsiasi ruolo di potere e non – dalla presidenza alla corte suprema fino ai lavori manuali più comuni – mentre i Ken sono fondamentalmente individui privi di occupazione e senza una dimora specificata, limitati alle attività sulla spiaggia. Dall’altra parte vi è il mondo reale, inizialmente non mostrato ma idealizzato dalle abitanti di Barbieland, le quali credono di averne risolto tutti i problemi riguardanti il patriarcato - «grazie a Barbie, tutti i problemi del femminismo e degli eguali diritti sono stati risolti<sup>200</sup>».

Il primo plot twist della storia avviene quando Barbie Margot comincia ad avere pensieri sulla morte durante una festa a casa sua. Fare finta di niente non basta, in quanto il giorno successivo la routine perfetta della protagonista va tutta storta: il «living her best day every day»<sup>201</sup> si trasforma in un susseguirsi di imprevisti come l’alito cattivo, la doccia fredda o il latte scaduto. La goccia che fa traboccare il vaso però è rappresentata dai piedi piatti e la cellulite: al momento di mostrarlo alle altre Barbie un urlo di disgusto le accomuna tutte quante – anche il Ken-bagnino interpretato da Kingsley Ben-Adir non si trattiene, ma viene subito rimproverato in quanto lui non ha diritto di farlo.

Ecco così che su consiglio delle altre Barbie, Barbie Margot si reca da Weird Barbie<sup>202</sup> (Kate McKinnon), così chiamata perché rappresentante tutte quelle bambole con cui si “gioca troppo duramente”: capelli colorati a spazzola, viso scarabocchiato, articolazioni rotte che permettono spaccate notevoli, da tutti schifata ed emarginata nella sua weird house sulla collina. Weird Barbie non ha dubbi sulle cause: la ragazza che gioca con Barbie Margot nel mondo reale deve essere triste; i suoi pensieri, sentimenti e

---

<sup>200</sup> G. Gerwig, N. Baumbach, *Barbie*, Original Screenplay, 2023, p. 1. Traduzione mia

<sup>201</sup> *Ivi*, p. 3.

<sup>202</sup> Ho deciso di non tradurlo dall’inglese in quanto la traduzione italiana è più offensiva – Barbie stramba – oltre che suonare male. Inoltre, weird – letteralmente “strano” - è un termine sempre più utilizzato e conosciuto anche tra i parlanti della lingua italiana.

umanità stanno interferendo con gli attributi che una bambola di Barbieland normalmente possiede. Così Weird Barbie cerca di farsi comprendere:

WEIRD BARBIE

Tutte noi siamo strumento di gioco di chi ci possiede! Di solito c'è una sorta di Separazione tra i mondi: c'è la Ragazza, alias il Giocatore, e la Bambola, alias l'oggetto di gioco. E mai i due si attraverseranno.

BARBIE MARGOT

I due mondi si stanno attraversando?

WEIRD BARBIE

Sì! La ragazza che gioca con te deve essere triste e i suoi pensieri, sentimenti e umanità stanno interferendo con la tua bambolinità. Sono troppo tecnica?

BARBIE MARGOT

Perché dovrebbe essere triste? Abbiamo risolto tutto in modo che tutte le donne nel mondo reale siano felici e potenti!

WEIRD BARBIE

NON LO SO!

(guardandola intensamente)

Se me lo chiedi, sei responsabile anche tu di questo. Di solito ce ne vogliono due per strappare il portale.

BARBIE MARGOT

IO?! Ma non ho fatto nulla.

Ho sempre e solo desiderato che le cose fossero esattamente come sono.

WEIRD BARBIE

Beh, comunque sia successo, tu e lei sta diventando inestricabilmente intrecciate. Devi aiutarla per aiutare te stessa<sup>203</sup>.

---

<sup>203</sup> G. Gerwig, N. Baumbach, *Barbie*, Original Screenplay, 2023, pp. 21,22. Traduzione mia.

La soluzione si rivela quindi quella di recarsi nel mondo reale per trovare chi sta giocando con lei e risolvere questo spiacevole inconveniente.

Inizia così il viaggio, a cui partecipa in extremis anche Ken Ryan – non voluto, il quale si nasconde nella macchina di Barbie Margot alla partenza per riuscire ad andare con lei – che li porterà nel mondo reale.

Appena arrivati, nelle già citate scene che vedono i due sfrecciare su dei pattini a Venice Beach con abiti dai colori sgargianti, inizieranno ad accorgersi che il mondo reale non è come a Barbieland si pensava: il patriarcato pervade ogni aspetto della vita quotidiana e Barbie Margot ne fa subito esperienza subendo diverse molestie verbali; Ken Ryan al contrario è esterrefatto: vede intorno a sé un mondo pieno di maschi dominanti, automobili imponenti e cavalli – la sua nuova ossessione, simbolo di mascolinità - in cui è rispettato in quanto uomo (e bianco).

Nel frattempo, però, in seguito a molteplici arresti e segnalazioni – procurarsi dei vestiti non è facile non avendo denaro, e i due vengono scoperti a rubare - i piani alti della Mattel vengono a sapere che Barbie è entrata nel mondo reale: scatta così una caccia “alla donna” per riuscire ad imprigionarla e riportarla da dove è venuta. Di Ken invece interessa poco.

In questa fase del film Barbie Margot si sta dedicando alla ragione fondamentale del suo viaggio tra i mondi – ella è sulle tracce della bambina che le sta creando così tanti disturbi “umani”. La troverà in una scuola della zona: si tratta di Sasha, personaggio importantissimo per l’analisi decostruttiva del film che qui si mostra fortemente critica verso Barbie e ciò che ella ha rappresentato nella storia recente. Sasha non aspetta molto per accusarla di essere un’icona lesiva, propagatrice di standard di bellezza irrealistici e consumo sfrenato, mentre le amiche, d’accordo con lei – tranne una che viene mostrata semplicemente sottomessa al suo volere – si limitano ad annuire.

Nel frattempo, Ken fa esperienza di tutta una serie di situazioni, che accresceranno a dismisura il suo ego e la sua sicurezza. Egli tornerà da solo a Barbieland, dove in seguito a diverse letture illuminanti instaurerà un regime patriarcale a insaputa di Barbie Margot, nel frattempo trovata dai funzionari Mattel ma poi rifuggita insieme a Sasha (Ariana Greenblatt) e sua madre, Gloria (America Ferrera) (colei che si scoprirà essere la persona che davvero possiede e influenza Barbie Margot). Le tre, in fuga, decideranno così di

tornare insieme a Barbieland per sfuggire agli inseguitori. Tutto il board Mattel, compreso il CEO interpretato da Will Ferrel farà lo stesso, continuando l'inseguimento.

Ciò che Barbie Margot troverà all'arrivo però la sconvolgerà: la Dream House ora non è più quella di un tempo: Ken Ryan se ne è appropriato rinominandola Mojo Dojo Casa House. Anche le altre Barbie non sono più le stesse di prima: relegate a ruoli come casalinghe, governanti o semplici accompagnatrici dei Ken sembrano aver subito un lavaggio del cervello. Le uniche bambole a non esser state stregate dall'incantesimo patriarcale – oltre a Barbie Margot, Gloria e Sasha – sono Weird Barbie, Allan e altri personaggi secondari del mondo dei giocattoli di Barbie. Barbie Margot si deprimerà alla vista di tutto ciò, sentendosi impotente e lasciandosi cadere a terra nella speranza che il cambiamento avvenga da sé.

La svolta narrativa del film avviene proprio qui, quando Gloria, la vera proprietaria di Barbie e colei che l'ha contagiata con pensieri sulla morte e sintomi dell'invecchiamento prende la parola tenendo un lungo discorso su cosa significhi essere donna. Quel discorso, inizialmente diretto a Barbie Margot, ha però un effetto imprevisto su Barbie Scienziata, fino a poco prima incapace di pensare al di fuori dei valori patriarcali: ella improvvisamente rinsavisce e torna ad essere la Barbie vista ad inizio film, annullando il lavaggio del cervello subito.

Viene così stabilito un piano al fine di impedire ai Ken di votare per instaurare definitivamente il patriarcato e di prendere il controllo di Barbieland. Inizialmente la squadra composta da Barbie Margot, Barbie Scienziata, Weird Barbie, Allan, Gloria e Sasha utilizzerà varie tecniche per “rapire” le Barbie assoggettate ai Ken sfruttando comportamenti sociali classicamente maschili nella società patriarcale occidentale: mansplaining, bropropriating, maninterrupting<sup>204</sup>, ovviamente invisibili agli occhi di quest'ultimi. Una volta “risvegliate” tutte le Barbie dall'incantesimo del patriarcato, esse decideranno di creare un diversivo mettendo i Ken l'uno contro l'altro di modo da distrarli mentre il matriarcato di Barbieland viene ripristinato.

---

<sup>204</sup> In ordine: il mansplaining è un atteggiamento paternalistico con il quale certi uomini pretendono di rappresentare e spiegare alle donne il loro stesso punto di vista, presupponendo ciò che è lecito o non è lecito che le donne facciano. Il bropropriating è un fenomeno, noto anche con il nome di "effetto Matilda", che ha radici lontane nel tempo e che vede spesso i meriti, le idee e i successi delle donne finire nelle mani dei colleghi uomini. Maninterrupting infine è considerato l'atto da parte di un uomo di interrompere una donna durante un discorso (pubblico o privato) senza lasciare che ella concluda il suo intervento.

Il film si conclude con un momento di confronto dopo che Barbieland è stata salvata dal dominio maschile. Tutti sono presenti: ovviamente le bambole, ma anche Gloria, Sasha, il board Mattel al completo e una piccola signora anziana che poi svelerà di essere Ruth Handler, colei che creò la celebre bambola negli anni Cinquanta.

Il matriarcato è stato ristabilito, ma Barbie Presidente concederà ai Ken la remota possibilità di iniziare ad inserirsi negli organi di potere. A questo punto la storia sembra essersi conclusa, ma manca qualcosa: qual è il finale di Barbie Margot? Ella, dopo aver contestato duramente il classico finale a lieto fine da fiaba in cui si innamora del principe azzurro e con lui vive felice e contenta, spiega di non sapere più quale sia il suo posto nel mondo: Barbie Margot sente che definirsi una bambola non è più abbastanza. Ella ora si sente donna, ed è nel mondo reale che vuole tornare. Dopo un confronto con Ruth Handler, al termine del film, Barbie Margot, ormai divenuta Barbara Handler, ci è mostrata al suo primo appuntamento dal ginecologo.

### 3.3 WOKISMO, PINKWASHING E CAPITALISMO AUTOCOSCIENTE

«La produzione capitalista ha unificato lo spazio, non più limitato da società esterne. Questa unificazione è al contempo un processo estensivo e intensivo di banalizzazione».

Guy Debord, *La société du spectacle*

Il film *Barbie* è un prodotto di marketing strategico, un enorme pubblicità della durata di 114 minuti finalizzata al rilancio del brand Mattel nonché alla modifica dell'immaginario comune nei suoi riguardi tramite un femminismo di facciata, *mainstream* – e confusionario – ma *easy to sell*. Si tratta di un esempio *pinkwashing*, nonché di capitalismo woke ancora più subdolo<sup>205</sup> perché non si limita a sostenere una causa

---

<sup>205</sup> Rispetto ad alcuni esempi visti nel primo capitolo.

“autonoma” presente di per sé nel mondo, ma ne trasporta i valori, trasfigurandoli, all’interno di un prodotto di intrattenimento costruito *ad hoc*<sup>206</sup>.

Questa è la posizione che sottenderà l’intera analisi critica di questo capitolo e credo sia fondamentale esplicitarlo fin da subito. In tal modo sarà più semplice capire il taglio interpretativo: se ne conosce la radice – opinabile, discutibile, rigettabile – sarà più lineare seguire il filo argomentativo. Va inoltre precisato che lo scopo di questo capitolo è, tramite l’analisi di un caso esemplare, fornire tutta una serie di strumenti critici, i quali possano attivarsi nei successivi incontri con prodotti di questo genere. Siamo di nuovo in quello spazio simbolico che rappresentavano gli occhiali di *They Live*. In tal senso, la mia non vuole essere una sentenza sul film *Barbie*: si tratta piuttosto di analizzare in modo profondo tutta una serie di aspetti che uno, sono presenti nel film; due, che il film rappresenta nel suo stesso essere un prodotto di intrattenimento “gettato” nella sfera pubblica. Ciò giustifica anche, si spera, la durezza di certe mie affermazioni, sempre situate, impegnate, e che mai aspirano al falso mito dell’oggettività.

Innanzitutto, per iniziare il percorso critico che vorrei intraprendere, va ribadito cosa si intenda con capitalismo woke e perché sia così importante per capire a fondo il ruolo di *Barbie* nel panorama socio-politico contemporaneo.

Inizialmente il termine woke era utilizzato tra gli afroamericani ed inteso come “consapevole”, “allerta” principalmente riguardo il razzismo strutturale della società americana, mentre oggi è un termine di uso comune più ampio riferito principalmente «all’essere ben informato o attento alla discriminazione e alle ingiustizie razziali o sociali»<sup>207</sup>. Ma c’è di più: la parte politica più reazionaria, opposta rispetto alla provenienza di questa parola, se ne è appropriata utilizzandola come un epiteto denigrativo. Come scrive Rhodes

adesso, infatti, l’uso convenzionale non indica semplicemente l’essere attenti a ingiustizie sociali. Serve invece a connotare una persona con una moralità falsa, superficiale e politicamente corretta. [...] Se qualcuno vi denigra definendovi *woketard* o appartenente

---

<sup>206</sup> Per spiegarmi meglio, intendo dire che non si tratta di sposare una causa come possono essere i movimenti di piazza generati da FridaysForFuture tramite donazioni o progetti attivi, ma di appropriarsi di termini carichi di valore per costruire una narrazione al fine di rilanciare un prodotto.

<sup>207</sup> C. Rhodes, *Capitalismo Woke*, p. 4.

ai *wokerati*, vi sta accusando di essere ossessionato dall'apparire eticamente giusto su questioni che spaziano dalla protezione dell'ambiente alle politiche identitarie.<sup>208</sup>

L'associazione con il termine capitalismo è stata poi conseguente ed in questo caso si presta perfettamente per l'analisi del caso Mattel:

capitalismo woke è divenuto la parola chiave per etichettare il numero sempre maggiore di aziende, soprattutto multinazionali, che si pongono a favore dei movimenti sociali e che utilizzano questo loro schierarsi nelle proprie campagne di informazione e pubblicitarie. Queste mega aziende vengono per tanto accusate di *woke washing*: una pratica di marketing e pubbliche relazioni con cui le grandi imprese sperano che, associandosi a cause politiche più che giuste, otterranno il favore dei clienti e, in ultima analisi, un guadagno commerciale.<sup>209</sup>

L'idea qui è infatti che l'azienda capitanata da Kreiz abbia acconsentito<sup>210</sup> (se non ricercato volutamente, come farebbe pensare la scelta di Greta Gerwig per la scrittura e la regia, nota per la sua sensibilità riguardo al tema) di inserire nella trama del film *Barbie* la narrazione e tematizzazione di alcune questioni sociali definibili femministe allo scopo di riposizionare la bambola Barbie sul mercato. L'obiettivo? Rabbonire il pubblico sia nei confronti del giocattolo che nei confronti di Mattel stessa. Nei 114 minuti di film la questione femminista, o meglio pseudo-femminista in quanto molti aspetti sono fuorvianti, è l'elemento centrale della narrazione. È vero, si potrebbe dire che la storia parla di una bambola, Barbie Stereotipo<sup>211</sup>, la quale inizia a sperimentare sintomi spiacevoli tipici degli esseri umani – cellulite, pensieri legati alla morte, imprevisti – e di conseguenza vuole risolverli iniziando un'avventura che la porterà a riscoprire sé stessa. Ma è davvero possibile semplificare così tanto, non vedere quello che non è nemmeno un

---

<sup>208</sup> *Ivi*, pp. 4,5.

<sup>209</sup> *Ivi*, p. 13.

<sup>210</sup> Dalle interviste rilasciate da Gerwig, sembrerebbe che ella abbia avuto carta bianca, e che per Mattel sia stato difficile inizialmente recepire e accettare un film del genere. Va, nonostante ciò, sottolineato che a prescindere dall'intenzionalità diretta dell'azienda, per il vasto pubblico che ha consumato il prodotto cinematografico sono lo stesso validi tutti gli elementi che analizzo nelle successive pagine. A prescindere dall'intenzione, quindi, sono convinto che la funzione del film rimanga invariata. Per le parole di Gerwig su tale questione cfr. <https://youtu.be/GuWr-v3TOO8>. Ultima consultazione 14 novembre 2024.

<sup>211</sup> Preciso qui che la Barbie principale interpretata da Margot Robbie è chiamata nel film *Barbie* o *Barbie Stereotipo*, mentre sul copione ufficiale *Barbie Margot*. Io la chiamo in quest'ultimo modo al fine di avere una immediata connessione con l'immagine mentale dell'attrice che la interpreta nel film.

sottotesto, ma un elemento portante dell'intero film, ossia la questione del matriarcato, del patriarcato e del rapporto tra uomo e donna, simbolicamente rappresentati dalle Barbie e dai Ken? *Barbie*, di fatto, pone questioni riguardo il rapporto tra generi e le strutture di potere all'interno delle quali questi rapporti hanno luogo.

In tutta la prima parte del film ambientata a Barbieland si esalta il potere femminile in tutti i campi mostrando scene di vita quotidiana, di operaie a lavoro, di processi davanti alla corte suprema e di premiazioni Nobel. Al contempo vengono mostrati i Ken come totalmente assoggettati alle Barbie: essi non hanno dimora, non hanno lavoro e sono trattati come esseri inferiori. Detto questo, è evidente come nella prima parte del film a Barbieland sia presente un patriarcato ribaltato, dove uno dei due generi domina sull'altro.

Qui si pone una grossa questione riguardante l'ambiguità del film: da una parte sembra voler mettere in scena il rapporto strutturale che c'è tra Barbie e Ken dove il secondo è solo "un accessorio" della celebre bambola, dall'altro utilizzare l'universo Barbie con tutti i suoi personaggi per creare una grande metafora sulle questioni di genere. Oscillando tra un aspetto e l'altro, *Barbie* finisce per mischiarli irrimediabilmente indebolendo entrambi i filoni narrativi. Quello che ne risulta è un film ideologicamente confusionario.

La prima parte del film in tal senso può essere vista come una rivincita contro i maschi cattivi principalmente utile a strappare un sorriso al pubblico femminile, navigando in questa ambiguità narrativa e in tal modo giustificandosi a priori. Il contesto in cui ciò avviene si presta perfettamente: nell'arena pubblica, oggi sempre più polarizzata, nessun individuo si azzarderebbe ad avanzare critiche contro un film patinato di rosa come questo. Le accuse di misoginia o di remare contro al movimento femminista sono sempre pronte per chiunque esprima posizioni fortemente critiche e controcorrente rispetto al pensiero *mainstream*.

Si potrebbe sentir dire già adesso, dopo poche righe, che tutto ciò andrebbe preso meno sul serio, che infondo basta farsi una risata, che si tratta solo di un momento di divertimento al cinema. Io mi oppongo a ciò proprio perché l'obiettivo di questo scritto è quello di andare oltre le letture più banalizzanti e superficiali dei *blockbusters* e dei valori che essi veicolano. Anche se inconsapevolmente, gli schemi relazionali mostrati nella storia di *Barbie* riflettono e si riflettono sui rapporti sociali reali, in uno scambio che



è nettamente efficace e materiale – in quanto affligge plasticamente la sfera pubblica con la sua enorme potenzialità mimetica.

Si pensi a quanto si è parlato del film *Barbie* e di come abbia messo sulla bocca di tante persone termini come femminismo, patriarcato e così via. Che questa sia una buona cosa o meno sarà trattato successivamente, ma già qui è importante evidenziare come di fatto legare a quelle parole vi siano cliché che il film sceglie volutamente di rappresentare. Qui entra in gioco la responsabilità morale di cui ho parlato nel primo capitolo. Gerwig è responsabile della sua decisione di trattare così esplicitamente di questioni “femministe” nel film *Barbie*, ed il modo in cui lo fa è determinante nella valutazione conseguente.

Tornando quindi alla questione della libertà di espressione, tema necessario da affrontare soprattutto quando legato al dibattito intorno a questioni socialmente rilevanti, apro qui una parentesi: la polarizzazione, sia nei salotti televisivi che tra le persone nella vita di tutti i giorni sta raggiungendo livelli tali da rendere impossibile qualsiasi forma di scambio critico, di problematizzazione finalizzata a comprendere meglio fenomeni complessi. Lo si sta vedendo sempre più dopo il la pandemia di Sars Cov-2, ed è un fenomeno estremamente preoccupante. Si pensi al dibattito sul Covid, dove o si era difensori del bene comune, paladini della giustizia farmaceutica o minacciosi *Novax* anti scienza da mandare al confino; o con la guerra in Ucraina, dove qualsiasi ragionamento critico sul conflitto che non esaltasse l’eroica difesa gialloblù portava l’ottenimento della scomoda etichetta di putiniano o putiniana. Abbiamo visto lo stesso anche quando iniziò a riaccendersi il conflitto tra Israele e Palestina, anche se questa volta nemmeno la censura e l’arbitrarietà dei media è riuscita a nascondere il genocidio che sta subendo il popolo arabo.

Tutto questo per dire cosa? Oggi sia in televisione che sui social, soprattutto se si è figure con un certo seguito, è rischiosissimo esporsi su questioni sociali o politiche “sentite” dall’opinione pubblica. Il fraintendimento è sempre dietro l’angolo, ma la rabbia da tastiera degli utenti non permette quasi mai una replica puntuale o una discussione chiara. Quel brusio che descrive Byung-Chul Han *Nello sciame* ovatta la sfera comunicativa rendendo ogni utente uno strillante oratore afono.

Tutto ciò si traspone anche nella vita reale dove ci si rinchiude sempre più in confortevoli bolle comunicative, dove tutti la pensano allo stesso modo, ed il

contraddittorio diventa sovente un momento ricco di astio. Ormai si ha paura di sbagliare, forse perché è impossibile non farlo, e di conseguenza ci si zittisce da soli. Se la *standpoint theory*<sup>212</sup> aveva portato nuove idee fondamentali per l'ascolto e la valorizzazione dei punti di vista in un orizzonte dialogico pluriprospettico, oggi tale approccio estremizzato può vietare ad un uomo in quanto tale di problematizzare e discutere riguardo istanze legate alla questione femminista, o ad una persona esperta di geopolitica di esporsi controcorrente su una delle guerre in corso nel mondo. Pur essendo vero che certe cose le si *vede* solo vivendole in un certo contesto con attributi soggettivi specifici – l'essere donna, disabile, neri, di una fede religiosa specifica o altro - non bisogna mai dimenticare che anche gli uomini sono – forse in tal senso paternalisticamente – vittime del patriarcato – come Allan nel film (a questo a mio avviso serve la sua figura) ed è fondamentale continuare ad intrattenere uno scambio invece che segmentare lo spazio dialogico in modo esclusivo – o gerarchico.

Tornando al film, nella seconda parte della storia vediamo Barbie Margot che recandosi nel mondo reale si accorge di come le Barbie non abbiano in realtà risolto tutti i problemi riguardo al femminismo e alla parità di diritti: Venice Beach è un posto inaccogliente, pieno di uomini che la molestano verbalmente e la oggettificano. Ken al contrario vive un'esperienza opposta: egli viene rispettato per il solo fatto di essere uomo, e vede intorno a sé individui propagatori di una mascolinità tossica che si ripercuote su tutti, in primis le donne, emarginate dai ruoli di potere – come si vede in alcune scene caricaturali aventi protagonisti degli uomini d'affari. In queste sequenze vengono anche inseriti dei cosiddetti *self-aware jokes* ossia delle battute che esplicitano certe dinamiche sociali, dette dagli stessi responsabili di queste dinamiche, suonando così come un'ammissione di colpa (ancora più spudorata) e a livello narrativo, comica. Un esempio lo si trova nel breve colloquio che Ken Ryan intrattiene durante la sua esplorazione di un edificio pieno di uomini d'affari:

---

<sup>212</sup> Standpoint theory: si tratta di una prospettiva teorica femminista che sostiene che la conoscenza derivi dalla posizione sociale. La prospettiva nega che la scienza tradizionale sia oggettiva e suggerisce che la ricerca e la teoria abbiano ignorato ed emarginato le donne e i modi di pensare femministi (<https://www.britannica.com/topic/standpoint-theory>). E' stata poi sviluppata anche in ambiti di filosofia politica in relazione con l'eterogeneità culturale e la questione delle minoranze. Ultima consultazione 23 ottobre 2024.

KEN RYAN GOSLING

Voglio un lavoro con un livello elevato, ben pagato  
e con influenza.

IMPIEGATO D'UFFICIO

Hai bisogno almeno di un MBA e molti  
della nostra gente ha un dottorato di ricerca.

KEN RYAN GOSLING

Essere un uomo non è abbastanza???

OFFICE EMPLOYEE

In realtà in questo momento è il contrario.

KEN RYAN GOSLING

Ma non è quello che dicono i libri!

Voi ragazzi certamente non state mettendo bene in atto il patriarcato.

IMPIEGATO D'UFFICIO (strizza l'occhio a Ken)

*Oh, lo stiamo facendo bene. Solo che ora lo nascondiamo meglio*<sup>213</sup>.

Tale “secondo atto” ambientato in un mondo reale estremamente caricaturale<sup>214</sup> ha due conseguenze: da una parte l’instaurazione di un patriarcato ancora più accentuato – e stereotipato – nel mondo di Barbieland, dove i Ken hanno preso fiducia nei loro mezzi e si sono imposti, dall’altra la nuova condizione delle Barbie, totalmente assoggettate – e definite *brainwashed* – dai Ken, incapaci di esercitare la loro autonomia intellettuale e rendersi conto di come il rapporto di forza sia stato ribaltato.

Fondamentale è poi il discorso di Gloria (la madre di Sasha) a Barbie Margot, nella Weird House, poco dopo aver appreso della situazione al loro ritorno a Barbieland. Si tratta di parole pesanti, che segnano la svolta decisiva del film e si inseriscono come momento in cui Greta Gerwig prende la parola esplicitando il suo pensiero attraverso uno

---

<sup>213</sup> G. Gerwig, N. Baumbach, *Barbie*, Original Screenplay, 2023, pp. 47, 48. Vorsivo mio.

<sup>214</sup> Che si voglia sostenere una posizione secondo cui il mondo nel film sia concentrato comico di elementi reali o al contrario di un’esagerazione fuorviante, è innegabile come si tratti di una caricatura, che svolge la funzione di rimandare ad alcuni aspetti della realtà, e non di rappresentarli direttamente.

dei personaggi. Si tratta di un discorso molto intenso, su cosa vuol dire essere donna oggi e tutte le difficoltà che comporta<sup>215</sup>:

#### GLORIA

##### È LETTERALMENTE IMPOSSIBILE ESSERE UNA

DONNA! Sei così bella e così intelligente e mi uccide il fatto che tu non pensi di essere abbastanza brava. Come se dovessimo essere sempre straordinarie e in qualche modo sbagliassimo sempre. Dovresti essere MAGRA ma non TROPPO MAGRA e non puoi mai dire di voler essere MAGRA, devi dire che vuoi essere SANA, ma devi anche ESSERE MAGRA. Devi avere soldi, ma non puoi chiedere soldi perché è di cattivo gusto. Devi essere un capo ma non puoi essere cattiva. Dovresti comandare ma non puoi schiacciare le idee degli altri. Dovresti AMARE essere una madre, ma non parlare sempre dei tuoi figli. Dovresti essere una donna in carriera, ma devi sempre prenderti cura delle altre persone. Devi rispondere del cattivo comportamento degli uomini, che è FOLLE, ma se lo fai notare allora sei accusata di lamentarti. Dovresti essere carina per gli uomini, ma non così carina da tentarli troppo o minacciare altre donne. Dovresti far parte della sorellanza, ma anche distinguerti, ma anche essere sempre grata. Non devi mai invecchiare, non essere mai scortese, non metterti mai in mostra, non essere mai egoista, mai cadere, mai fallire, mai mostrare paura, mai uscire dalle righe.

È troppo difficile, è troppo

contraddittorio e nessuno ti ringrazia o ti dà una medaglia, e infatti, si scopre, in qualche modo, che non solo stai sbagliando tutto, ma che tutto è anche colpa TUA. Sono così dannatamente stanca di guardare me stessa e ogni altra donna che si agghinda di modo da piacere alla gente. E se tutto questo è vero anche per una bambola che rappresenta solo una donna, allora non lo so nemmeno!<sup>216</sup>

Quelle che elenca Gloria sono di fatto le contraddizioni di una società iperliberale in cui

---

<sup>215</sup> Guia Soncini, in un articolo su Linkiesta dai toni taglienti commenta così – seppur a mio avviso sbagliando a rivendicare di non aver visto il film: ho bisogno di vederlo per sapere che il monologo sulla difficoltà delle donne l’hanno affidato ad America Ferrera così voialtre vestite di rosa in platea non pensate «ma che difficoltà puoi mai avere, strafiga come sei?» come pensereste se monologasse Margot Robbie? Meno male che sono in giro da tanto, e le bionde che paiono frivole ma a colpi di metafore e abiti rosa fanno avanzare la condizione femminile le ho viste settant’anni fa (“Gli uomini preferiscono le bionde”, consiglio la visione anche sul divano in mutande, senza bisogno di costumi di scena) o ventidue anni fa (“La rivincita delle bionde”). Cfr. <https://www.linkiesta.it/2023/07/reese-witherspoon-e-le-femministe-di-instagram-che-fanno-di-barbie-una-metafora-del-mondo/>. Ultima consultazione 30 ottobre 2024.

<sup>216</sup> G. Gerwig, N. Baumbach, *Barbie*, Original Screenplay, 2023, pp. 86, 87.

tutto sembra concesso, in cui tutti sono definiti liberi imprenditori di sé stessi<sup>217</sup>, ma dove in realtà si è schiacciati da un senso di ipercompetitività e arrivismo generali, i quali soffocano gli individui-azienda minando alla base qualsiasi tentativo di solidarizzazione. Ha perfettamente ragione, a mio avviso, Fisher quando dice che «l'evocazione della concorrenza ha funzionato come arma ideologica: il suo vero obiettivo è la *distruzione della solidarietà*, e in tale ruolo ha ottenuto notevole successo»<sup>218</sup>. Questo crea un ambiente ostile dove

il principio di fondo è che ogni individuo agisca perseguendo un proprio fine a cui gli altri individui, o la società nel suo complesso, non dovrebbero porre alcun limite. Il risultato è una «solitudine organizzata» in cui all'individuo è richiesta la massima efficienza, resilienza e flessibilità, oltre che autosufficienza, in cambio della promessa della libertà individuale. Come sostiene Michel Foucault, in questo regime è necessario che ciascun individuo partecipi - «senza che egli nemmeno lo sappia, senza che neppure lo voglia, e senza che lo possa controllare» - alla produzione del profitto e del successo altrui, restando convinti di produrre il proprio<sup>219</sup>.

L'errore qui sta nel limitare la riflessione di Gloria ad un problema di genere quando in realtà è legato al sistema economico che pervade ogni aspetto della vita mediando gli stessi rapporti relazionali. In tal senso non si può parlare di patriarcato senza parlare di capitalismo e annettervi una critica su come tale sistema economico agisca sugli individui oppressi che allo stesso tempo ne permettono la sopravvivenza. Una delle conseguenze è la problematica narrazione riguardo l'*empowerment* femminile. Sotto la maschera dell'emancipazione ideologica si cela in realtà una falsa libertà che si traduce in nient'altro che un maggiore potere d'acquisto, legato a doppio filo con l'ideale dell'individuo autonomo. A tal proposito Guerra mette bene in luce come

l'impressione è che tutto possa essere fonte di empowerment, dalla protagonista femminile di un action movie a un assorbente. [...] Per definizione, una persona è *empowered* quando acquisisce la capacità di fare qualcosa che prima le era interdetto. Nel panorama attuale, le

---

<sup>217</sup> Come spesso si cita che rivendicava la Thatcher nell'Inghilterra degli anni Ottanta.

<sup>218</sup> M. Fisher, *Come uccidere uno zombie, strategie per la fine del neoliberismo* in Id. *Il nostro desiderio è senza nome / scritti politici*, Minimum Fax, Roma 2020, p. 212. Corsivo mio.

<sup>219</sup> J. Guerra, *Il femminismo non è un brand*, Einaudi Editore, Torino 2024, p. 18.

donne partono da una condizione di minorità, ma possono sempre confermare il proprio potere sociale esercitando quello d'acquisto. [...] Nel femminismo delle merci, cose anche molto diverse possono essere *empowering*: sembra che l'unico denominatore comune sia il fatto di poterle prima scegliere (investendo su di esse una speranza emancipatoria) e infine acquistare<sup>220</sup>.

Ma ovviamente il discorso di Gloria è interno ad un prodotto Mattel, e il suo personaggio non può fare altro che scaricare tendenziosamente le responsabilità su altro. In tal senso ci si deve accorgere di come l'operazione di Marketing e la comunicazione interna al film *Barbie* vada in due direzioni: da una parte si utilizza la propria bambola di punta per rivendicare istanze rosa, con una narrazione che sprizza un illusorio *girlpower* da tutte le parti. Dall'altra si propina una comicità auto-critica testimone di una coscienza fortemente realista: non c'è alternativa al capitalismo; quindi, posso permettermi di prendermi in giro da solo con battute che in realtà racchiudono verità agghiaccianti. Ha ragione in tal senso Rhodes quando fa notare che «in genere le aziende quando si schierano con posizioni progressiste, si impegnano su questioni radicali da un punto di vista sociale, ma non economico»<sup>221</sup>. In tal senso si tratta di quello che è stato definito un «femminismo universale», come riporta Guerra, «un femminismo che va bene un po' per tutti, che nasconde sotto il tappeto i pensieri più radicali e nel contempo ammette in se contraddizioni inaccettabili» come il fatto che la bambola stessa venga prodotta in Cina<sup>222</sup> e che i lavoratori impegnati nel compito vengano pesantemente sfruttati, come testimonia l'ong China Labor Watch, i cui report furono diffusi anche in Italia dal Fatto Quotidiano in un articolo del novembre 2014.<sup>223</sup>

---

<sup>220</sup> *Ivi*, pp. 84, 85.

<sup>221</sup> C. Rhodes, *Capitalismo Woke*, p. 263.

<sup>222</sup> Cfr. <https://www.ilsole24ore.com/art/la-barbie-AEWMXZME>. Ultima consultazione 20 ottobre 2024.

<sup>223</sup> Risulta alquanto difficile trovare informazioni sulla linea di produzione delle Barbie. Nell'articolo del Fatto Quotidiano si riporta come «Barbie, Topolino, transformer. Quasi tutti i giochi che regaleremo ai più piccoli sotto Natale sono stati prodotti in violazione dei diritti dei lavoratori. È questo ciò che afferma l'ultimo rapporto di China Labor Watch, ong con base a New York fondata nel 2000. Sessantasei pagine in cui si dimostra come le fabbriche di giocattoli continuano a violare i diritti dei lavoratori in Cina. Quattro le fabbriche supervisionate tra giugno e novembre 2014. Tra questi anche i fornitori delle multinazionali Mattel, Fisher-Price, Disney, Hasbro e Crayola. Gli si contestano violazioni dei diritti dei lavoratori come: discriminazione, requisizione dei documenti personali dei lavoratori, assenza di controlli medici, assenza di dispositivi di sicurezza, contratti incompleti o inesistenti e straordinari che superano le 120 ore mensili (il massimo stabilito dalla legge è 36 ore)». Cfr. per articolo completo <https://www.ilfattoquotidiano.it/2014/11/20/cina-clw-peggiorano-condizioni-degli-operai-producono-barbie-transformer/1223252/>. Ultima consultazione 26 ottobre 2024.

La conclusione del racconto è poi a dir poco confusionaria: le Barbie impediscono ai Ken di stabilire una nuova costituzione tramite una votazione (non si specifica se le Barbie fossero ammesse al voto o no) lasciando passare inosservato come il loro sia di fatto un gesto autoritario, per terminare dopo aver ricostruito il normale regime patriarcale di Barbieland con una serie di battute su come forse, in un lontano futuro, un passo alla volta, anche i Ken saranno inseriti nei ruoli “che contano” fino ad «avere tanto potere e influenza in Barbieland quanto le donne nel mondo reale»<sup>224</sup>. La storia “ideologica” del film si conclude quindi sempre con quel sapore di rivalsa nei confronti dei Ken, oggetto simbolico rappresentante gli uomini<sup>225</sup>, il che conferma il carattere accondiscendente del film nei confronti del pubblico femminile, che resta di fatto il vero principale consumatore del prodotto e quindi prediletto target pubblicitario.

In tal senso si tratta di un femminismo oltre che fuorviante, moderato, edulcorato e reso totalmente innocuo,

perché quell’attivismo è in realtà una tattica di marketing, grazie alla quale le aziende mantengono la presa sugli orientamenti profondi e mutevoli della società e riposizionano il proprio brand in modo da migliorare i bilanci<sup>226</sup>

fa notare giustamente Carlo Galli nella sua prefazione all’edizione italiana di *Capitalismo Woke* di Rhodes. «Se ami Barbie, se odi Barbie, questo film fa per te»<sup>227</sup> si legge alla fine del trailer pubblicato sul canale YouTube della Warner Bros. Italia il 25 maggio 2023. Questo è esattamente il tipo di spirito: creare un prodotto accattivante che sfrutti le controversie potenzialmente generate dal suo messaggio per raggiungere lo scopo primario: che tutti vedano l’enorme pubblicità Mattel, e che paghino per guardare il suo tentativo di riposizionamento strategico sul mercato. Tutto ciò sembra aver funzionato, come testimonia un articolo di Milano Finanza del 19 agosto 2023:

Barbiecore o Barbiemania, quel che è certo è che il film *Barbie* è stato un vero e proprio

---

<sup>224</sup> G. Gerwig, N. Baumbach, *Barbie*, Original Screenplay, 2023, p. 108.

<sup>225</sup> Attenzione, non nei loro comportamenti, tanto stereotipati quanto quelli delle Barbie, ma nei profondi rapporti sociali che intrattengono tra di loro.

<sup>226</sup> C. Galli, prefazione all’edizione italiana di C. Rhodes, *Capitalismo Woke*, p. XII.

<sup>227</sup> Cfr. <https://youtu.be/WaOn1q0PHoE>. Ultima consultazione 15 novembre 2024.

fenomeno mediatico. Secondo quanto rilevato da Launchmetrics, solo nell'ultimo mese la parola «barbiecore» è stata citata in 16,6 mila post per un valore di quasi 70 milioni di dollari miv. Al 17 agosto, il film ha incassato in Italia più di 28,3 milioni di dollari a fronte di un botteghino mondiale che ha superato il miliardo di dollari. Le conversazioni attorno al film hanno generato più di 474 milioni di dollari in miv attraverso oltre 100 mila placements. Perfino la villa di Barbie a Malibu, resa disponibile per l'affitto su Airbnb a luglio, ha generato un miv di 12,3 milioni di dollari nelle due settimane successive alla pubblicazione dell'annuncio. Tutto ciò ha rappresentato una spinta positiva anche per Mattel, la società che detiene la proprietà intellettuale della bambola Barbie che, con una capitalizzazione di 7,38 miliardi di dollari, ha visto salire le sue azioni di oltre il 12% nell'anno raggiungendo il picco massimo degli ultimi cinque anni il 6 maggio del 2022, proprio a pochi giorni dall'uscita delle prime immagini del film, con un valore di 26,12 dollari. Tuttavia, nel primo semestre del 2023 il fatturato mondiale di Barbie è passato da 598,8 milioni di dollari a 459,6 milioni con una perdita del 23%. Per la categoria bambole, infatti, l'azienda ha registrato nel periodo un incremento delle vendite del 10% ma un continuo calo degli utili per Barbie a fronte del raddoppio del valore del brand arrivato a 701 milioni di dollari nel 2023<sup>228</sup>.

Il CEO Mattel Ynon Kreiz ha poi aggiunto a tal proposito: «Prevediamo che le vendite di Barbie crescano per la seconda metà dell'anno e siano positive per l'intero anno<sup>229</sup>».

D'altra parte, Kreiz ha dichiarato che il film Barbie, così come la pellicola che uscirà tra il 2024 e il 2025 su Polly Pocket con protagonista Lily Collins, sono una vetrina del riposizionamento di Mattel che vuole passare dall'essere un'azienda produttrice di giocattoli a media-company su modello di Marvel<sup>230</sup>.

Tutto questo serve a comprendere ancora meglio ciò che qui si sta cercando di sostenere. Un dato su tutti non va trascurato: se il budget per la produzione è stato 145 milioni di dollari, è ancora più interessante scoprire come l'investimento per la campagna marketing del film sia stato perfino superiore, raggiungendo i 150 milioni di dollari.

A questo punto, presa coscienza di tutte queste informazioni si aprono alcune questioni che necessitano di essere affrontate: in primis, capire tutte le sfaccettature di

---

<sup>229</sup> *Ibidem.*

<sup>230</sup> *Ibidem.*



questa operazione, legate a diversi aspetti presenti nel film come un advertising coercitivo (vedremo il caso Birkenstock), l'edulcorazione dell'azienda Mattel ed il ruolo catartico di alcuni personaggi, su tutti quelli della giovane Sasha, rappresentazione di chi "odia" Barbie. Ho deciso di trattare per ultima invece la questione forse più spinosa circa il ruolo intellettuale del film, questione che si potrebbe riassumere con questa domanda: va bene tutto, purché se ne parli? Tale quesito si lega ai temi posti da *Barbie*, su tutti quello del femminismo e dei rapporti tra generi, e su come si possa valutare l'impatto a livello contenutistico del film sulla coscienza generale del pubblico.

### 3.4 NELLE CONTRADDIZIONI DELLA SOCIETÀ DELLE MERCI

Andiamo in ordine: nel film *Barbie* sono presenti almeno due casi di advertising la cui analisi può fornirci interessanti spunti interpretativi sul film. Uno è nella più forma classica, e riguarda la nuova linea di SUV elettrici Chevrolet: l'auto viene mostrata in un inseguimento al volante dove vengono valorizzate tutte le linee e dettagli della vettura attraverso una serie di inquadrature (decisamente forzate). Sterzate, frenate improvvise ed acrobazie sorprendenti ne esaltano le prestazioni in quello che ha tutto l'aspetto di essere uno spot pubblicitario – al punto che dopo qualche minuto ci si comincia ad aspettare un *voice-over* riguardo *tasso, tan e taeg* per l'acquisto rateizzato. Tutte sequenze aventi quella patina da pubblicità televisiva che stona nettamente con il resto del film. Quasi cinque minuti di advertising all'interno di un *ad-movie*<sup>231</sup>, un nuovo livello di *inception* pubblicitario che, nonostante ciò, sfigura in confronto alla "operazione Birkenstock": un tentativo dai tratti coercitivi di modifica dell'immaginario collettivo al fine di rendere appetibile l'iconica calzatura tedesca a nuove categorie di consumatori.

Prima di tutto vanno analizzate le due sequenze fondamentali dell'operazione di marketing strategico: la prima si situa in uno dei momenti cruciali della storia, quando Barbie Margot si trova nella casa sulla collina di Weird Barbie. Quest'ultima - in quella che è un'evidente citazione alla celebre scena del film *Matrix* (1999) dove Morpheus (Laurence Fishburne) pone a Neo (Keanu Reeves) la scelta tra pillola blu e pillola rossa - pone Barbie Margot di fronte ad un equivalente *aut aut*: scegliere la scarpa col tacco a spillo per dimenticare tutto ciò che è accaduto fino a quell'istante e tornare alla sua vita

---

<sup>231</sup> È un modo con cui ho scelto di definire *Barbie*, ossia un film-pubblicità.

esattamente com'era prima, o la ciabatta Birkenstock, mezzo per venire a conoscenza della verità sull'universo:

WEIRD BARBIE

(cripticamente)

Quindi quale sarà? Puoi tornare a com'era la tua vita...

(tenendo su il tacco alto) - e non ricordare nemmeno che questo è successo, o puoi sapere la verità sull'universo.

(alza la Birkenstock e con voce criptica)

La domanda è radicata nella tua mente.

A te la scelta<sup>232</sup>.

Già così è interessante come ella usi per simboleggiare le due opzioni da una parte il tacco alto, rappresentante la comfort zone di Barbie Margot nonché una calzatura tradizionale per l'estetica del suo personaggio, e dall'altra la Verità, simboleggiata da una Birkenstock, una ciabatta informale. È fondamentale però quello che succede dopo:

BARBIE MARGOT

Il primo. Il tacco alto.

WEIRD BARBIE (infastidita)

No. rifacciamo. Dovresti volerlo sapere!

BARBIE MARGOT (allegramente)

Non voglio

WEIRD BARBIE

Tesoro, ascolta.

Devi volerlo sapere<sup>233</sup>.

Se da una parte vi è l'umorismo sempre in riferimento alla citazione di *Matrix*, per cui ella dovrebbe da copione scegliere la "pillola rossa" per ricalcare a pieno l'elemento

---

<sup>232</sup> G. Gerwig, N. Baumbach, *Barbie*, Original Screenplay, 2023, pp. 22,23. Traduzione mia.

<sup>233</sup> *Ibidem*. Traduzione mia.

narrativo citato, va sottolineato come a livello simbolico vi siano vari aspetti non trascurabili.

Per primo, la Birkenstock è associata ad un cambio radicale nella vita di Barbie Margot: significa abbandonare le precedenti abitudini e abbracciare un nuovo tipo di rapporto con la realtà. Secondariamente, vi è implicita su un altro piano l'idea che non vi sia una scelta: il nuovo oggetto di consumo deve essere la ciabatta di quel preciso marchio, e infondo, come testimonia l'atteggiamento di Weird Barbie, tu non hai possibilità di decidere: chi ha in mano il potere è chi formula l'offerta, il consumatore ha solamente l'illusione della scelta. Fa quello che ti dice l'autorità, accetta la nuova moda e consuma il prodotto indicato. Ma non è tutto qui.

L'immaginario collettivo nei confronti delle calzature Birkenstock ha sempre visto queste ultime associate ad un look poco curato, comodo, da vacanza, con perfino un sottile collegamento politico riscontrabile in Italia (almeno) dove la scarpa veniva associata a militanti di fazioni sicuramente più a sinistra. Ora questo, anche se in forma ipotetica, denomina un pubblico ristretto a cui vendere tale prodotto; ed è in quest'ottica che si comprende l'operazione interna a *Barbie* del marchio tedesco. Le Birkenstock devono diventare un nuovo modello iconico di stile per tutti e per ogni occasione, passando in primis da un look più glamour, alla moda, anche ai piedi di chi non ci si sarebbe mai aspettati, come in questo caso Margot Robbie, che nell'ultima scena del film si presenta al suo importante appuntamento vestita con un look curato, dagli accenti eleganti, ma soprattutto con un paio di Birkenstock luccicanti ai piedi – a cui è stata prontamente dedicata un'inquadratura. Come testimoniano diversi articoli, dopo alcuni mesi dall'uscita del film si può dire che l'obiettivo sia stato raggiunto:

il fenomeno è sotto gli occhi di tutti: i sandali Birkenstock sono ovunque, ai piedi delle donne e degli uomini, d'estate come in inverno, così richiesti da rendere difficile anche solo immaginare un aumento della loro popolarità. Ma *Barbie* di Greta Gerwig, il film dei miracoli che ha portato in sala milioni di spettatori in meno di una settimana in tutto il mondo, è riuscito anche in questa impresa: spingere ancora più in alto le ricerche degli utenti in rete delle iconiche calzature tedesche. La conferma arriva da Lyst, la piattaforma di shopping online che è anche un utile strumento per monitorare le preferenze dei

consumatori. Le ricerche per le Birkenstock modello Arizona sono aumentate del +110 per cento da quando il film ha debuttato in sala<sup>234</sup>.

Se da una parte vi era già un trend positivo nella diffusione di questi sandali, il film ha decisamente dato una spinta fondamentale a livello simbolico, modificando le associazioni iconiche della calzatura e aumentandone a dismisura l'appeal verso nuove fasce di consumatori.

Questo però non è l'unico riposizionamento strategico presente nel film. Abbiamo parlato di questo movimento riguardante *Barbie* più in generale, ma è ora necessario soffermarci nello specifico su alcuni aspetti. Il primo che vorrei analizzare riguarda come è rappresentata l'azienda Mattel, ma soprattutto il suo CEO, in questo caso interpretato da Will Ferrell, amatissimo dal pubblico per film come *Elf* (2003), una buffa avventura natalizia dove egli interpretò il ruolo di protagonista nei panni di Buddy, uno sbadato elfo aiutante di babbo natale capitato nella New York prenatalizia dei primi anni 2000.

Durante *Barbie* il primo momento in cui ci viene mostrata l'azienda Mattel è subito dopo l'arresto di Barbie Margot e Ken Ryan. Essa è dipinta in modo caricaturale come un enorme palazzo vetrato con all'interno ambienti di lavoro grigi, alienanti, con uffici cubici dal tetto scoperto ordinati a schiera. Essi ricordano moltissimo quelli di *Play Time* (1967), commedia (anti)modernista scritta, diretta e interpretata da Jacques Tati<sup>235</sup>. La narrazione lascia intuire all'interno dell'azienda Mattel una rigida gerarchia, dove i dipendenti sono semplici ingranaggi, mentre ai piani alti si trova chi ha il vero potere decisionale, situato dentro una stanza colorata al cui esterno è posta secondo il cliché più classico, una segretaria donna, interpretata in questo caso da America Ferrera nel ruolo di Gloria, nel film anche madre di Sasha. Quando l'impiegato Aaron Dinkins (Connor Swindells) verrà a sapere direttamente dall'FBI che Barbie è entrata nel mondo reale, sarà lui a recarsi ai piani alti per trasmettere l'incredibile notizia, portando lo spettatore con sé verso il primo incontro con i dirigenti Mattel.

---

<sup>234</sup> <https://tg24.sky.it/spettacolo/cinema/2023/07/27/-barbie-birkenstock-> . Ultima consultazione 4 novembre 2024.

<sup>235</sup> La stessa Gerwig conferma l'ispirazione tratta da questo film nell'intervista su Letterboxd Journal del 13 luglio 2023 dove racconta quali film abbiano ispirato *Barbie*: «I was going to bring up PlayTime, because of the practical sets in Tati's films. Incredible, amazing. Jacques Tati is the king of the slow joke. The way those movies unfold are just so perfect. I always thought of Mattel as existing slightly in Jacques Tati's world». Cfr. <https://letterboxd.com/journal/the-official-barbie-watchlist-greta-gerwig/> . Ultima consultazione 1 novembre 2024.

Essi, interrotti dallo sbadato Dinkins, sono rappresentati come un gruppo di uomini – tutti uomini, e su questo non si poteva mentire, sarebbe stato troppo fuorviante un *pinkwashing* così spudorato – tutti vestiti uguali, difficili da riconoscere l’uno dall’altro – in quella che può essere anche vista come una citazione del celebre *American Psycho* (2000) dove Patrick Bateman (Christian Bale) era in balia di crisi e scambi d’identità. A capo del gruppo dirigenziale dell’azienda produttrice di Barbie vi è poi il CEO, interpretato da Will Ferrell ed il cui nome non viene specificato nel film (egli tenta solamente di farsi chiamare goffamente “madre” ma il permesso gli viene negato).

Sin da subito il personaggio interpretato da Ferrell si comporta in maniera buffa, tentando di mantenere una serietà di facciata che non è credibile, e in cui sembra non credere nemmeno lui<sup>236</sup>. Da qui iniziano poi a susseguirsi tutta una serie di sketch dove sono presi di mira e ridicolizzati i dirigenti o addirittura sono essi stessi che si “tradiscono” mettendo in atto quei cosiddetti *self-aware jokes* – presenti poi in tutto il film e in diverse situazioni – sia tra i personaggi che da parte della narratrice esterna.

Sono diversi i momenti chiave in cui si cerca di manipolare l’immaginario comune intorno al CEO. La prima è individuabile durante l’inseguimento di Barbie Margot, Gloria e Sasha verso Barbieland. Nella scena sui pattini in linea a Venice Beach, Ferrell riceve un’informazione su come i cambiamenti che stanno avvenendo a Barbieland si riverberano sul mondo reale. In seguito all’impennata di vendite della nuova *Mojo Dojo Casa House*, la casa delle bambole di Ken, egli dice:

DIRIGENTE #2

Ma che importa se è

Barbie o Ken? Stiamo facendo soldi a palate!

MATTEL CEO

Vergognati, Dirigente Numero 2!

Pensi che abbia passato tutta la mia vita nelle sale riunioni al fine di fare profitti?!

MATTEL CEO

No! Sono entrato in questo business

---

<sup>236</sup> Mi riferisco alla sua maschera attoriale: si intende che la postura del suo personaggio pare volutamente costruita su una serietà continuamente messa in crisi da una goffaggine che risulta buffa e simpatica.

*per le bambine e i loro sogni!* Nel modo meno inquietante possibile!

(torna al panico)

PIÙ VELOCE! Il tempo sta per scadere<sup>237</sup>!

Ma soprattutto la scena finale del film, in cui Ferrell getta definitivamente la maschera e si mostra in tutta la sua coccolosa umanità, altro che un cinico dirigente di azienda con l'aumento dei profitti come unico interesse:

MATTEL CEO (piagnucolando)

Ken ha ragione. È così difficile essere un leader.

[...]

MATTEL CEO

[...]

Sapete quante volte ho voluto alzarmi in piedi in una riunione del consiglio di amministrazione e dire: "Facciamoci il solletico a vicenda!" Facciamo un ritiro aziendale e facciamoci il solletico a vicenda!<sup>238</sup>

Un atteggiamento del genere funziona e non fa storcere il naso per due motivi principali:

- è inscenato all'interno di una cornice che si presta come un continuo altalenarsi tra un film per bambini ed un film con contenuti socio-politici destinati agli adulti;
- perché Ferrell è il perfetto uomo per ottenere l'empatia del pubblico pur essendo colui che rappresenta quello che inizialmente è l'antagonista all'interno del film.

In tal modo se inizialmente Ferrell è individuato come colui che vuole imprigionare la Barbie "libera, intraprendente e fuori dagli schemi" che Barbie Margot sta scoprendo di essere, durante il film sono forniti sempre più agganci finalizzati ad una maggiore empatizzazione con il suo personaggio, culminanti nella scena prima citata.

Egli però non è l'unico personaggio funzionale a condurre ogni tipo di spettatore alla catarsi conclusiva, pacificatoria e finalizzata al *rebranding* che rappresenta la fine del film, dove tutti sono felici e contenti, dove viene riscoperta un'identità solida e autonoma

---

<sup>237</sup> G. Gerwig, N. Baumbach, *Barbie*, Original Screenplay, 2023, p. 70. Traduzione mia.

<sup>238</sup> *Ivi*, p. 106. Traduzione mia.

che non è altro che quella del consumatore provetto – quale non ha bisogno di nessuno se non dei propri averi materiali.

In tal senso, recuperando il motto del già citato trailer di Barbie, «Se ami Barbie, se odi Barbie, questo film fa per te»<sup>239</sup>, si capisce ancora meglio il ruolo fondamentale del personaggio di Sasha. Quello che voglio argomentare è che lei, personaggio inizialmente scettico e ultra-critico verso Barbie – nonché l'intero universo simbolico che la bambola rappresenta, abbia il ruolo strumentale di riportare quella fetta di pubblico andata al cinema con posizioni critico-scettiche ad una rinnovata postura almeno accondiscendente – sperando forse di arrivare ad una sognante e fanciullesca adorazione - della nuova bambola ideologicamente restaurata che otteniamo dal Film di Gerwig. Dopo 114 minuti, tutti devono essere allineati e Sasha ha in questo un ruolo determinante.

La prima volta che la incontriamo è quando Barbie Margot, erroneamente pensando che sia lei la sua “padrona”, si reca nella scuola frequentata dalla ragazzina. Quando seduta al tavolo con le amiche viene spronata a dire ciò che pensa in faccia a Barbie Margot, ella esprime un fortissimo scetticismo che ricalca quello di una fascia di pubblico presente in sala. Questo è il primo passo, far immedesimare in lei lo spettatore facendole recitare la parte della ragazzina “woke” che sbatte in faccia alla protagonista tutto ciò che nella realtà hanno significato lei e l'azienda che la produce:

SASHA

Hai fatto stare male le donne riguardo se stesse da  
quando sei stata creata

[...]

Rappresenti tutto quello che non va

Nella nostra cultura: capitalismo sessualizzato, ideali estetici irrealistici.

[...]

Guardati!

[...]

Hai riportato indietro di cinquant'anni

---

<sup>239</sup> Cfr.

<https://www.youtube.com/watch?v=WaOn1q0PHoE&t=2s&pp=ygUOdHJhaWxlciBiYXJiaWU%3D> .  
Ultima consultazione 15 novembre 2024.

Il movimento femminista, hai distrutto l'innato amor proprio delle donne e stai uccidendo il pianeta con i tuoi ideali ultra-consumisti.

BARBIE MARGOT

Ma, ma io dovrei aiutarti ad essere felice e indipendente –

SASHA

- Io sono indipendente, ed era da quando sei apparsa qui dichiarandoti da sola Barbie che non pensavo a te, FASCISTA<sup>240</sup>.

Questo è il punto di partenza. L'evoluzione del personaggio di Sasha si rivela però un percorso verso posizioni moderate. Il rapporto adolescenziale e conflittuale con la madre che a mano a mano si risolve la vede trasfigurarsi completamente, per poi posizionarsi alla fine del film dalla parte di Barbie Margot, rivalutata e ora stimata profondamente. Se inizialmente aveva definito la bambola fascista, successivamente la vediamo nel film protagonista in alcuni momenti cruciali: prima aiuta Barbie Margot insieme a Gloria ed altri a ripristinare il matriarcato di Barbieland, poi nelle ultime sequenze la vediamo porre quella domanda sorta nel pubblico e senza risposta che la trama sembrava trascurare: «che ne sarà di Barbie? Qual è il suo finale?»<sup>241</sup> mostrando grande empatia e interesse per la nuova Barbie Margot, ormai più che una semplice bambola. Ciò è quindi fondamentale al fine di dare una base argomentativa riguardo ciò che sostenevo prima: tutti, alla fine del film, si ricongiungono, si appacificano e sono riabilitati al fine di non creare nessuna controversia narrativa che possa distogliere l'attenzione dal desiderio restaurato di possedere una Barbie e perché no, tutti i suoi accessori – prontamente pubblicizzati durante il film.

Nonostante ciò, il film è stato visto da così tante persone che era impossibile non nascessero discussioni sui social – e perché no, questo fa anche comodo ai produttori. Nel frattempo, come evidenza lucidamente Raffaella Ferré nella sua recensione pubblicata su Valigia Blu,

---

<sup>240</sup> G. Gerwig, N. Baumbach, *Barbie*, Original Screenplay, 2023, p. 45,46. Traduzione mia.

<sup>241</sup> *Ivi*, p. 109. Traduzione mia.



mentre esprimiamo la nostra opinione sul film e magari litighiamo sui social, Barbie vede un rebranding proattivo ironizzando su tipologie di bambole depresse e ordinarie: “una pessima idea che ci farà fare i soldi” [riferendosi alla proposta di Gloria]. E forse, domani, in un negozio, davanti a uno scaffale di bambole nuovissime, subiremo il fascino di quella Barbie mai avuta acquistandone una per figlie, nipoti e altre piccole<sup>242</sup>.

Alla fine, l’unica cosa che conta, è che tutti siano riportati alla dimensione di soggetti consumanti, come la stessa morale del film, la quale nel finale trascende le questioni di genere per esaltare la soggettività irriducibile di ognuno – mentre i vestiti dei personaggi volano e vengono anticipatamente pubblicizzati per una futura vendita sul sito Mattel.

Altra questione che si pone da sfondo nel film *Barbie* è quello che spesso, negli ultimi anni è stato definito inclusivismo. La stessa Sasha, nel suo esordio “woke”, fa notare a Barbie come ella sia stata oggetto simbolico di una bellezza irrealistica e irraggiungibile. Nonostante questo, Mattel è stata un’azienda che ha sempre cercato di tenersi al passo con le nuove tendenze: tra queste vi è stata quella dell’inclusività che dall’ultimo decennio è diventata così centrale da portare il brand a produrre nel 2016 la collezione *Fashionistas*, sul sito ufficiale definita così:

[...] Barbie e Ken Fashionistas celebrano la diversità con bambole alla moda che incoraggiano la creazione di storie ispirate al mondo reale e sogni senza fine. Con un’ampia varietà di carnagioni, colori degli occhi, colori e tipi di capelli, corporature e abiti, queste bambole sono pensate per rispecchiare il mondo di oggi come lo vedono i bambini [...]<sup>243</sup>

La stessa retorica la si vede anche nel film *Barbie*, ma qui il la falsa inclusività è ancora più accentuata: attrici di diversa corporatura ed etnia ma sempre truccate e agghindate secondo i canoni vigenti dell’occidentalissimo *american way of life (and thinking)*.

Se c’è un film che ha messo in luce questa ipocrita estetica Hollywoodiana, ma anche del mondo occidentale in generale, esso è sicuramente *Sick of myself* (2022) di Kristoffer Borgli, il quale racconta la storia di Signe (Kristine Kujath Thorp), giovane

---

<sup>242</sup> <https://www.valigiablu.it/barbie-film-recensione/> . Ultima consultazione 27 ottobre 2024.

<sup>243</sup> Cfr. <https://www.thegiornale.it/2023/10/30/barbie-e-inclusivita-come-abbattere-gli-stereotipi/> . Ultima consultazione 3 novembre 2024.

donna fidanzata con un artista in fase di ascesa la quale pur di ottenere attenzioni inizia ad ingerire un farmaco russo dagli effetti collaterali devastanti per la sua pelle.

Nel film di Kristoffer Borgli si vede spogliata della sua ipocrita maschera l'ideologia inclusiva del mondo della moda – e non solo - quale in realtà non cerca altro che modelli aderenti agli ideali di bellezza *mainstream* con qualche particolarità non troppo rivoltante per il pubblico medio. La parabola destinata all'autodistruzione narcisistica di Signe è sfruttata perfettamente per mettere in luce questo aspetto: nel momento in cui ella ha ancora le fattezze del viso riconducibili a quella che viene considerata la “normalità” con l'aggiunta di cicatrici vistose, si presta come la perfetta modella per una campagna all'insegna dell'inclusività, della valorizzazione del “diverso” (si noti come Lisa (Andrea Bræin Hovig), la stilista, in realtà la schifi sin da subito, sollevandosi da qualsiasi responsabilità per la sua salute). Signe è solo uno strumento per ottenere visibilità e profitto, null'altro. Ciò di cui ella si arricchisce sono le briciole, il premio riscosso per aver concesso il proprio corpo all'oggettificazione mercificatoria di riviste, brand di abbigliamento e talk show.

Appena però le sue condizioni peggiorano, portandola a gonfiarsi e perdere capelli, ecco che la soglia estetica “limite” viene varcata.

La serie di scene che la vede occupata su un set per girare un'importante pubblicità trasmette un profondo senso di disagio allo spettatore in quanto è evidente come ogni persona che la incontra sia nettamente disgustata dal suo aspetto.

Borgli mette in questo senso in luce come la “moda inclusiva” non sia altro che una strategia di marketing, creata per essere “alternativi” e quindi appetibili, con degli evidenti limiti, ma soprattutto con caratteristiche estetiche che non vanno a mettere in discussione il paradigma di partenza. Insomma, una strategia di marketing che nulla ha di intrinsecamente etico o di volto al cambiamento. Il volto di Signe, sfigurato dai farmaci ingeriti, non è altro che una merce, consumata e poi scartata quando non più utile.

Allo stesso modo, tutte le attrici presenti in *Barbie*, dalla prima all'ultima ricalcano quel gusto accettato dai canoni contemporanei che non fa storcere il naso a nessuno in quella che è una vera e propria forma di epurazione estetica. Qui però invece che “eliminare il brutto”, da una parte lo si nasconde, dall'altra lo si sfrutta creando ideali di bellezza e narrandoli come raggiungibili a tutti tramite l'acquisto del nuovissimo prodotto cosmetico:

Elizabeth Arden, fondatrice dell'omonimo marchio e pioniera del make-up moderno, diceva che la bellezza, raggiungibile attraverso l'acquisto dei suoi famosi rossetti, è un diritto di nascita di ogni donna, ammiccando al linguaggio femminista. Oggi si tratta di una santa verità di ogni ufficio marketing: *l'acquisto è proposto come un gesto liberatorio, che serve a riaffermare la propria autonomia economica*<sup>244</sup>.

#### 4.5 LE PROBLEMATICITÀ POLITICHE DEL WOKISMO

A questo punto però, dopo questo lungo percorso, rieccoci di fronte al corto circuito di Cobain, descritto con lacerante intensità da Fisher. La questione è molto spinosa, e vi sono vari aspetti. Il principale problema etico riguarda il rapporto tra le Cause (inclusività, parità di genere, diritti degli afroamericani) e chi si fa carico di rivenderle, tenendo ben saldo il ruolo fondamentale delle motivazioni che spingono all'azione.

In che senso?

Partiamo da quest'ultimo tema, quello dell'inclusività. Spesso si incontrano posizioni "difensive" nei confronti dei brand, che sostengono come sia di fatto impossibile rappresentare qualsiasi categoria umana, e che perciò si debba apprezzare l'inclusività nei limiti in cui essa è riproducibile attraverso dei prodotti acquistabili – in questo caso delle bambole. La questione però a mio avviso è un'altra e si pone anteriormente alla valutazione sul "grado di inclusività" di una serie di prodotti o di una campagna marketing di una azienda. Qui ci troviamo su un altro piano nel domandarci: è l'azienda woke di turno il giusto soggetto per svolgere il ruolo di riferimento riguardo tematiche come quelle prima elencate? È da essa che dobbiamo pretendere di stare "dalla parte del giusto" nel modo che più desideriamo?

La componente etica qui si pone in maniera prepotente nel momento in cui analizzando come si comportano i brand nella loro comunicazione ci troviamo di fronte ad un bivio: sono essi delle entità finalizzate solo al profitto; quindi aventi sempre la stessa matrice intenzionale – da cui poi possono derivare valutazioni a livello etico differenti – o sono esse veri e propri soggetti-agenti *politici*, i quali sono lodevoli o meno

---

<sup>244</sup> J. Guerra, *Il femminismo non è un brand*, p. 131.

a seconda di quale causa scelgono di sposare? Insomma, sbagliamo noi a dimenticarci che in fondo non sono altro che macchine finalizzate a generare profitto o c'è di più?

Sembra che condividendo l'approccio post-marxista di Fisher, accomunante anche Rhodes e Guerra, vi sia una chiara strada interpretativa tracciata, portata avanti anche tra le righe di questo testo: le aziende hanno a cuore solo il profitto, e questo è fisiologico. Di conseguenza quando esse sfruttano una causa per riabilitare la propria immagine ed aumentare i profitti – quei cosiddetti fenomeni di *wokewashing*, *greenwashing*, *pinkwashing* – stanno compiendo un atto che in questa cornice valoriale è moralmente deprecabile.

Si tratta di quella mercificazione generalizzata di cui abbiamo parlato in precedenza citando Rhodes che qui va ribadita come un problema enorme nella società in cui viviamo<sup>245</sup>. Il punto è che sembra non esserci via d'uscita. Pensiamo all'esempio di *Barbie* e proviamo a ribaltare la questione inclusiva: se fossero stati assegnati ruoli ad attrici con arti amputati, parti del corpo sfregiate, handicap neurologici, questo sarebbe stato un qualcosa di positivo? Se si ripensa a Cobain per un attimo, ci si accorge tristemente che esse sarebbero state solo un mezzo, uno strumento per aumentare i profitti di Mattel – come di una qualsiasi rete televisiva fossero state invitate ad un Talk Show, come di Signe nell'esempio portato prima. Se è fisiologico che un'azienda abbia come unico interesse il profitto – come tanto desiderava che fosse Friedman – va allora sempre ricordato qual è la motivazione di fondo quando vediamo fenomeni di *wokewashing*, *greenwashing* o *pinkwashing* che ci fanno sentire compiaciuti nei confronti di un'impresa. Inoltre, va però sottolineato come tali campagne mediatiche “progressiste” e di facciata abbiano sempre un grosso limite strutturale – e perfettamente conseguente a quanto detto sin qui:

il salario minimo, l'elusione aggressiva degli oneri fiscali a carico delle aziende, la redistribuzione del reddito e della ricchezza, la scandalosa remunerazione dei dirigenti e l'aumento della disuguaglianza economiche sono questioni assolutamente escluse dall'agenda pseudopolitica delle società di capitali woke. [...] Nessuna convinzione morale

---

<sup>245</sup> Da queste righe diventano ancora più esplicite le motivazioni che hanno mosso diverse critiche, nonché l'architettura critico-argomentativa generale di questo capitolo nello specifico.

improntata al benessere farà mai sì che un'azienda si impegni in politiche che possano compromettere le sue fortune finanziarie<sup>246</sup>.

In tal senso vi è da mettere in atto una forma ribaltata di realismo per difendersi da alcuni elementi del realismo capitalista, ossia creare una coscienza ben salda del funzionamento del suo sistema e di ciò che muove chi sta ai suoi vertici. L'intenzionalità, sempre difficile da stabilire in qualsiasi dominio umano, lascia però in questo ambito evidenti macchie, strascichi che non possiamo fare finta di non vedere.

Allo stesso tempo c'è da sottolineare un altro aspetto di cui poco si parla e che Rhodes argomenta nel suo saggio già citato precedentemente: come le strategie di comunicazione delle aziende stiano diventando sempre più un problema politico, in quella che si manifesta come una sostituzione autoritaria di vari compiti istituzionali ponendosi come nuovi soggetti politici non eletti. Rhodes in tutto il suo saggio analizza il fenomeno del capitalismo woke elencando innumerevoli casi, dalla Gillette alla Nike passando per il caso Tiffany in Australia, aggiungendo però strumenti interpretativi alla discussione non banali. La sua posizione, innanzitutto, si pone come terza via tra la nuova "sinistra aziendale", dal progressismo pop che si crogiola nelle operazioni di marketing woke<sup>247</sup> e la destra imprenditoriale più dura e pura erede di pensatori come Friedman. Rhodes sostiene quindi una terza posizione, «ovvero che, malgrado le apparenze, l'impegno delle imprese nelle politiche progressiste danneggia la democrazia e impedisca un reale progresso<sup>248</sup>». In tal senso progressisti di sinistra come Elizabeth Warren si dimostrano ingenui nell'auspicare «che le aziende dovrebbero sostenere in modo *autentico e genuino* gli interessi della società piuttosto che concentrarsi unicamente sugli azionisti<sup>249</sup>». All'interno di un sistema capitalista dove i mezzi di produzione sono posseduti da questi ultimi come ci si potrebbe aspettare ciò? Come è stato fatto notare la favola del miliardario filantropo non esiste. Bezos<sup>250</sup> con i suoi 10 miliardi di dollari donati per la lotta al

---

<sup>246</sup> C. Rhodes, *Capitalismo Woke*, p. 264.

<sup>247</sup> Sono così critico verso una vasta fetta di popolazione "di sinistra" la quale non si è accorta di come negli ultimi anni completare

<sup>248</sup> *Ivi.* p. 262

<sup>249</sup> *Ibidem.*

<sup>250</sup> Interessante aggiungere ciò che Rhodes riporta a proposito di quest'ultimo: «La plutocrazia statunitense non è una novità, e per molto tempo lo stesso Bezos è stato preso a esempio di come i ricchi dominino la politica statunitense, le attività di lobbying politico e il finanziamento delle campagne elettorali. Il capitalismo woke non fa altro che allargare questo fenomeno nel momento in cui i privati e le aziende

cambiamento climatico ha devoluto «il triplo di quello che la sua azienda ha versato in tasse nell'arco di un decennio»<sup>251</sup>, azienda che, come si sa, vede anche i suoi dipendenti lavorare in condizioni insostenibili.

Per non parlare di Larry Fink, miliardario che nel 2019 scrisse agli amministratori delegati di come

spaventata dai cambiamenti economici sostanziali e dall'incapacità del governo di fornire soluzioni durature, la società si rivolge sempre più alle aziende, sia pubbliche che private, per trovare soluzioni alle questioni sociali ed economiche più urgenti.

Fink partì da qui nel cercare di far comprendere l'importanza di un atteggiamento woke nella comunicazione aziendale. Quello che sembrava un atteggiamento carico di un grande senso di responsabilità verso la comunità si è presto dissolto in quella che è la realtà capitalista. Come sottolinea Rhodes

Fink non si sta appellando alla loro coscienza morale: sta cercando di convincerli a riorientare la loro prospettiva verso modi migliori per fare soldi, soprattutto a lungo termine. Il grande investitore si ritiene semmai un salvatore del capitalismo. Seguendo il suo vangelo [woke] le imprese si possono redimere così da rinvigorire il proprio dominio economico<sup>252</sup>.

In tutto questo, noi cittadini dovremmo fare proprio ciò che V, nella già citata scena nel precedente capitolo, dice alla popolazione londinese: «beh, certamente ci sono quelli che sono più responsabili di altri, e saranno ritenuti responsabili. Ma ancora una volta, a dire il vero... *Se stai cercando il colpevole, devi solo guardarti allo specchio*»<sup>253</sup>.

L'errore qui sta nel concedere così grande influenza a enormi corporation private su questioni politiche e sociali: queste ultime hanno un potere derivante da un enorme

---

iniziano a farsi direttamente carico della fornitura di beni pubblici e ad assumersi la responsabilità di risolvere problemi collettivi». *Ivi.* p. 150.

<sup>251</sup> *Ivi.* p. 141. Ciò inoltre mette in luce come invece che partecipare all'ordine collettivo tramite il versamento di tasse i grandi capitalisti preferiscano fare tutto il possibile per eluderle, per poi riabilitarsi di fronte all'opinione pubblica con donazioni qua e là che nella loro modalità diretta generano maggiore influenza politica, nonché vedono l'azienda attiva in prima persona.

<sup>252</sup> *Ivi.* p. 119.

<sup>253</sup> L. and A. Wachowki, *V for Vendetta*, original shooting script based on the graphic novel by Alan Moore, 2004. Traduzione mia.

quantità di fondi che lo rende profondamente antidemocratico. Si tratta di un patto col diavolo per cui stiamo cedendo sempre più gli spazi democratici, illusi dall'attuale bonarietà delle grandi imprese nei confronti delle cause progressiste. Quando sento dire che Gerwig ha giustamente “colto l'occasione” di sfruttare un mezzo così potente per propagare le sue idee, credo che ella non sia in una posizione differente di chi, per avere risposte più rapide che la politica non può dare si affida ai miliardari. In entrambi i casi non è una questione per cui il fine giustifica i mezzi, in quanto, come nel caso Barbie è stato ampiamente mostrato, i mezzi ridimensionano e distorcono radicalmente il fine.

Questo perché le aziende allo stesso tempo fanno i propri interessi, aumentando profitti e facendo pressione sui governi per mantenere regimi di tassazione ridicoli o sfuggire a leggi “scomode” per gli scopi degli azionisti. Quelli che sono oggi i valori propagandati dalle grandi *corporation*, che ci fanno pensare di essere “dalla parte giusta della storia”, domani potrebbero essere invertiti, perché in questo caso essi sono slegati da una qualsiasi radice filosofica, privi di una solidità argomentativa: essi sono semplicemente slogan rilanciati dalle grandi aziende.

L'esempio di Fink dimostra che il capitalismo woke non è l'annullamento del capitalismo giunto sull'onda di un socialismo redivivo. Il capitalismo woke nasce piuttosto come mezzo con cui il capitalismo, o quantomeno quello aziendale, cerca di adattarsi alle condizioni attuali per preservare la sua futura sopravvivenza<sup>254</sup>

ci ricorda ancora una volta il filosofo australiano. Il quadro è quindi quello di una società tragicamente realista.

Da una parte l'ordine economico neoliberista ha prodotto disuguaglianze di ricchezza e di reddito via via sempre più ampie, sfociate quindi in un capitalismo woke che perpetua l'esercizio del potere nell'interesse di una minoranza benestante. Dall'altra nel campo da gioco politico, prosciugato di qualsiasi potere fattuale, la lotta ideologica tra fazioni politiche, ormai caricature di sé stesse, passa in secondo piano: sono le grandi imprese il nuovo leviatano a cui rivolgersi e a cui concedersi in cambio di una precaria ma benevola protezione:

---

<sup>254</sup> C. Rhodes, *Capitalismo Woke*, p. 120.

Con il capitalismo woke, non si può più fare affidamento sullo Stato per affrontare le ingiustizie sociali e la povertà. Al contrario, la società si rivolge alle briciole filantropiche che cadono dalla tavola del padrone; bruscolini che finiscono solitamente lì dove i super ricchi decidono di farli cadere. Volendo essere ottimisti, questa potrebbe sembrare una plutocrazia benevola<sup>255</sup>.

In realtà, se si osserva attentamente cosa ci sta accedendo attorno, ci si accorge di come esso sia un posizionamento strategico da parte dei grandi capitalisti che varcando i confini dell'economia per acquisire potere. Questo avviene tramite lo schieramento a favore di Cause pubbliche tramite fondi privati al solo fine di «rafforzare il potere e l'influenza»<sup>256</sup> nelle stanche democrazie contemporanee.

Cosa fare quindi? Come posizionarci nei confronti di tutta questa serie di fenomeni, una volta che ne abbiamo preso coscienza, o per lo meno che li abbiamo iniziati a mettere in discussione?

---

<sup>255</sup> *Ivi*, p. 254.

<sup>256</sup> *Ibidem*.



## 4 DARE UNA PROSPETTIVA AL PERCORSO

### 4.1 LA DIAGNOSI

Ci si stupisce oggi leggendo di come Bernays parlasse dell'utilizzo della propaganda all'interno di un regime democratico. Sembra assurdo che un governo eletto utilizzi la propaganda sui suoi stessi elettori per stimolarne risposte stabilite a priori. Come può Bernays non essere un teorico del totalitarismo, un anticipatore delle grandi macchine propagandistiche che da lì a qualche anno sarebbero germogliate dalle ceneri della Prima guerra mondiale?

Leggendo quello che scrive Ghigi, già citato più volte, per non parlare di un testo di passaggio nella storia del marketing, *I persuasori occulti* di Vance Packard, sembra incredibile come oggi non esista una coscienza generalizzata intorno al fatto che il marketing sia il figlio prediletto di quella propaganda statale: sempre più capillare, sempre più personalizzato grazie a enormi banche dati e profilazioni, pervade ogni luogo della nostra realtà. Un elemento è rimasto invariato: chi ha il potere, chi pone l'offerta ha in mano le redini, detta la direzione; insomma, cosa desiderare, cosa consumare, cosa votare. Lo si vede ormai in tutti gli ambiti della società e lo si accetta sempre più passivamente, a patto di accorgersene.

Se oggi uscisse al cinema un film propagandista come quelli che si vedevano negli anni Quaranta, il pubblico si solleverebbe disgustato da una tale prassi coercitiva, ma pochissimi criticano *Barbie* per la sua natura profondamente pubblicitaria. D'altronde ci piace pagare piattaforme, siti streaming, canoni televisivi per guardare ore di pubblicità gratuitamente, siamo contenti di vivere in quella che andrebbe definita l'epoca dell'eccezione perpetua, dove ogni periodo dell'anno è il momento migliore per consumare, dove vi è sempre una festa, saldi, sconti, occasioni su occasioni di consumo. Dove il Black Friday lo si è arrivato proclamare con un mese di anticipo, dove il Natale consumista inizia già a fine novembre, e così via.

Semplicemente, mancano gli strumenti di difesa, e ciò che ci è imposto coercitivamente nel breve termine rilascia una scossa di piacere, all'interno della condizione di sofferta dipendenza più ampia.

Gli effetti della società iperconsumista si manifestano soprattutto a livello esistenziale. Tra un acquisto e l'altro, sempre più ravvicinati, sempre più seguendo

l'imperativo del "tutto subito", si tenta di nascondere quel vuoto che tanto inquieta le coscienze, o che ancor peggio, non si percepisce nemmeno, nell'abitudine ormai diffusa di colmarlo di volta in volta con nuove merci. Il consumismo reso possibile ed incentivato dal sistema capitalista funziona perché droga i suoi schiavi con continue scariche di piacere<sup>257</sup>, cercando di nascondere quel vuoto di senso che la mercificazione genera facendo terra bruciata di qualsiasi valore. Ed è qui che si capisce la solitudine di Arthur, è qui che si capisce il movente di chi nella disperazione di non poter Avere, oltre che non riuscire ad Essere, si getta alla prima occasione negli scontri con la polizia sfruttando tumulti per rubare dalle vetrine di grandi catene. È qui che si capisce la mia estrema criticità verso prodotti di intrattenimento come *Barbie*.

Quando si tesse un filo, e si comincia a cercare di tenere legati aspetti che ad uno sguardo superficiale non sembrano comunicanti (ma lo sono, profondamente), ci si rende conto di come politica ed economia, questioni sociali e storiche siano parte di un unico insieme comunicante. Da lì, nasce la convinzione che anche la questione femminista non possa non tenere conto del sistema capitalista che influisce sui rapporti sociali tra esseri umani. È una lineare conseguenza come le battute del film più rosa degli ultimi anni diventino amare. Così, la scelta tra tacco a spillo e ciabatta tedesca diventa un simbolo, si illumina, e non può far altro che smuovermi la coscienza.

Diversi pensatori si sono trovati davanti a questo quadro, su tutti Fisher, da cui derivano a mio avviso molte riflessioni di Rhodes e Guerra. Se c'è però una difficoltà che pare insormontabile, interna e fisiologica a ciò che è stato descritto da tutti questi pensatori, è la formulazione di un piano reale e realmente applicabile. Cosa fare? È la domanda più impellente dei nostri tempi. Dalle riflessioni sul cinema portate avanti in questo scritto cercherò quindi di delineare alcune questioni metodologiche concernenti un approccio critico che prima di tutto si traduce in una prassi di vita.

#### **4.2 LA RISPOSTA NECESSITA UN APPROCCIO POLITICO**

La risposta non può che essere prima di tutto cosciente della sua politicità. La postura che scegliamo di intrattenere nei confronti dei prodotti di intrattenimento, delle istituzioni,

---

<sup>257</sup> In tal senso Huxley ne *Il mondo nuovo* mise già nel 1932 in luce tali aspetti attraverso un romanzo che descrive un'edonista società distopica.

delle persone che abbiamo intorno a noi deve essere cosciente della sua *situazionalità* – e in tal senso della sua parzialità<sup>258</sup>. Si tratta di un approccio che riconosce i propri limiti, il fatto di derivare da quella stessa storia culturale che in parte si critica, di parlare attraverso un linguaggio composto da un’infinita stratificazione di valori, nell’orizzonte però di una possibile rivoluzione, evoluzione, riformulazione di pensiero.

La strada da percorrere al momento, l’unica percorribile realmente, che ci permetta di percepire la responsabilità, il potenziale della nostre azioni, è quella di generare una rete. Generarla nella direzione di una ricostruzione creativa: di quel tessuto sociale che ogni giorno vediamo sgretolarsi, a partire da chi ci sta intorno. Tornare ad alimentare, curare rapporti politicamente carichi, mettendosi in gioco nello spazio dialogico mediano che si genera tra sé e l’altro da sé. Significa ricostruire una rete di rapporti umani, sentimentali – nella dimensione della partecipazione emotiva alle cause – che svoltino nell’immediato innanzitutto le modalità di interazione tra le persone, ma anche delle persone con il loro ambiente circostante.

Se oggi è impossibile pensare nel breve termine un abbattimento di un sistema capitalista annichilente, che segmenta la sfera pubblica e allontana le persone le une dalle altre, la prima risposta deve avvenire nel piccolo. La riproposizione di un ideale conviviale nelle pratiche di tutti i giorni, nell’organizzazione di eventi, nelle discussioni, nel confronto, va coniugato nella cornice di una maggiore coscienza metodologica. Perché la coscienza critica va coltivata, necessita di tempo e pazienza nella sua coltivazione che mai deve essere calata dall’alto. Perché se criticare il sistema diventa frivola moda, si trasforma in una prassi effimera, e non porta a niente. È necessario un pensiero radicato, *sentito*, in primis *sulla propria pelle*.

Può trattarsi di un approccio romantico, ma qui non si tratta di realismo capitalista. Si tratta di un ridimensionamento necessario proprio grazie ad una presa di coscienza *conseguente* al realismo capitalista. In tal senso, dopo aver incontrato alcune idee di Mark Fisher e Slavoj Žižek, diventa evidente come ogni singolo aspetto della critica all’ideologia possa essere funzionale ad un progetto di fioritura della vita conviviale, anti-capitalista e contraria alle logiche di mercificazione, di sfruttamento e ipercompetitività.

---

<sup>258</sup> Quando parlo di situazionalità e storicità del soggetto il riferimento è sempre *Essere e Tempo* di Martin Heidegger.

E lo si può fare prima di tutto responsabilizzandosi, nella coscienza che anche il privato è politico. Che anche le scelte nel piccolo assecondano ed alimentano il perpetuarsi di schemi più ampi. Di conseguenza, anche il cambiamento però può nascere dai piccoli gesti quotidiani.

In tal senso creare una rete è anche *fare rete*: una postura che responsabilizza il singolo, e nel farlo gli dona potere, nuova linfa vitale, un orizzonte di senso nell'opposizione creativa alle derive contemporanee. Perché se oggi il problema principale delle nostre società occidentali è la mancanza di un fine, il totale appiattimento della vita spirituale nella dimensione competitiva della carriera professionale, nella parcellizzazione del lavoro e dei soggetti, riscoprire la propria soggettività passa direttamente dal ricostruire una diversa forma di rapporti interpersonali a partire da chi ci sta intorno. E questo non lo possono fare le leggi promulgate da istituzioni statali o internazionali, non lo possono imporre dittatori e non lo renderanno possibile slogan di politici carismatici. Su ognuno di noi ricade la responsabilità del cambiamento, che innanzitutto ha bisogno di una nuova postura del singolo.

Un altro aspetto riguarda necessariamente la stimolazione di una coscienza critica, ed è qui che si posiziona questo scritto. Analizzare film, metterli in dialogo con la realtà contemporanea, ma soprattutto estrapolarne metafore per analizzare questioni politiche in senso ampio e fornire una strumentazione critica è ciò che dà uno senso ad un lavoro del genere. La critica decostruttiva fine a sé stessa porta con sé il grave rischio dell'assuefazione. È piacevole perché ci fa sentire al di sopra di ciò che criticiamo senza sporcarci le mani, senza fare uno sforzo che impieghi energie, che causi dolore.

È in questo senso che diventa fecondo analizzare e criticare un prodotto come *Barbie, the movie* così duramente: ovviamente ci sono degli aspetti salvabili, come le bambine che si ribellano agli standard sociali delle bambole casalinghe, o la sorellanza che si vede messa in atto dalle Barbies, ma sono elementi che non possono essere presi singolarmente: inseriti nel quadro complessivo del film e del ruolo del film nella nostra società non ne cambiano il significato. Apro qui una parentesi per aggiungere che il punto non è chiedersi sarebbe stato meglio che *Barbie* non fosse stato mai prodotto, o se si tratta di un film che *ha fatto anche cose buone*, come fare parlare di "femminismo" tante persone che di solito non se ne interessano. Qui si tratta di distaccarsi emotivamente per analizzare in modo critico quello che *Barbie* è all'interno del contesto in cui è stato

prodotto, e come esso è stato utilizzato per di modificare quel contesto. Perché si tratta di un film sintomatico, come si è ampiamente mostrato, di una tendenza reificante ormai arrivata all'estremo, dove tutto, anche i valori diventano merce o elementi in funzione di vendere determinati oggetti di consumo. È così che perciò intendo il senso di questi capitoli: analizzare dei casi specifici per trarne degli strumenti riapplicabili in altre situazioni. Perché alla fine, è quello che rimane, è quello che fa la differenza: non è la riflessione in sé, sul CEO Ferrel o sull'utilizzo del personaggio di Sasha, ma la capacità critica che alleniamo nel soffermarci a riflettere su quegli aspetti. Perché scrivere delle pagine su questi temi, pagine impegnate e *sentite*, a mio avviso, ha senso proprio perché vi è un fine, un orizzonte più ampio che va oltre il singolo episodio avvenuto in un determinato film. Trascendere la critica specifica per ricavarne degli strumenti metodologici è uno degli obiettivi. Non si tratta qui di fare critica cinematografica, bensì di *fare filosofia* in senso ampio, e farlo politicamente, senza mezzi termini.

Quando ci si pone in questa dimensione, però, subentra spesso il rischio di essere influenzati da quegli stessi valori che si critica. In parte è necessario, come si diceva, causa la nostra *storicità*, la nostra *situazionalità*, in parte possiamo contrastare tale tendenza, confrontandoci, vocalizzando anche le tendenze più scomode che rifiutiamo, ma che sappiamo essere presenti dentro di noi. In tal senso la coscienza critica trae linfa vitale da quel rapporto sano, aperto e creativo che alimentando le relazioni umane intorno a noi possiamo costruire.

A questo punto voglio introdurre un'ulteriore questione che a mio avviso è strettamente legata a tutto ciò che è stato argomentato in quest'ultimo paragrafo. Nella stesura di questo scritto e grazie alla lettura del volume di Ventura<sup>259</sup> ho maturato l'idea che l'obiettivo di uno scritto non possa essere primariamente dire qualcosa di nuovo. Voler dire la propria, sperando di essere i primi, di essere riusciti a emergere e aver innalzato la propria soggettività al di sopra degli altri, non è altro che un approccio riconducibile a tutto ciò che oggi qui si sta criticando. Perché dire qualcosa di nuovo al fine di rendersi appetibili per la pubblicazione di un saggio non è altro che piegarsi a quel meccanismo di mercificazione delle idee che si nutre della novità, dell'innovativo, proprio perché è più appetibile per i consumatori. Ciò che voglio dire è che quindi non

---

<sup>259</sup> Mi riferisco a R. A. Ventura, *La guerra di tutti, populismo, terrore e crisi della società liberale*, Minimum Fax, Roma, 2019.

dobbiamo avere paura di ribadire o riformulare ciò che è già stato detto, perché essere in due, tre, cento, mille a portare avanti delle idee figlie di un percorso critico e dialogante deve essere individuato come un fattore positivo.

Se si argomentano le proprie idee, se lo si fa approfonditamente *credendo* in quello si dice e successivamente si scopre che qualcuno lo ha già detto, magari in un volume che non si conosceva, l'approccio da perseguire deve accettare e valorizzare il convergere delle posizioni critiche. In tal senso, ciò è presente in queste pagine si pone in primis in dialogo con chiunque ne venga a contatto e con i testi di cui si nutre, profondamente ed esplicitamente. In seconda battuta, ritrova il suo senso nel porsi l'obbiettivo di stimolare pensiero critico, nel fornire una strumentazione tagliente, che abbia un'efficacia negli incontri successivi. Nonostante bisogna primariamente credere nelle proprie idee, la diffusione, la condivisione e la ri-messa in discussione di ciò che si argomenta può e deve alimentare una rinnovata prassi collettiva e conviviale. Ciò, in ultima istanza, dona un profondo senso al lavoro intellettuale. Lo rende fecondo.

## BIBLIOGRAFIA

### MONOGRAFIE

W. Benjamin, *L'Opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, Einaudi editore, Torino 2014.

E. L. Bernays, *Propaganda, come manipolare l'opinione pubblica*, Shake edizioni, Milano.

A. Cecchet, *Salvate il soldato Donald*, Edizioni Arcoiris, Salerno, 2017.

S. Consigliere, *Antropo-logiche, modi e mondi dell'umano*, Edizioni Colibri, Milano, 2014.

G. Duhamel, *Scènes de la vie future*, Paris, 1930.

F. Fellini, *fare un film*, Einaudi Editore, Torino, 1980

M. Fisher, *Realismo Capitalista*, Nero, Roma 2018.

M. Fisher, *Il nostro desiderio è senza nome / scritti politici*, Minimum Fax, Roma 2020.

M. Fisher, *Schermi, sogni e spettri*, Cinema e televisione, Minimum Fax, Roma 202, p 120.

G. Ghigi, *Oro e Piombo, Il mercato della Grande guerra. Pubblicità, cinema, propaganda. 1914 – 1918*, Rubbettino Editore, Soveria Mannelli 2017.

J. Guerra, *Il femminismo non è un brand*, Einaudi Editore, Torino 2024.

A. Huxley, *Il mondo nuovo*, collana Oscar moderni, Mondadori, Milano, 2021.

L. Malavasi, *Dopo il postmoderno: il cinema contemporaneo*, In *Il cinema, percorsi storici e questioni teoriche*, Carocci editore, Roma 2022.

G. Orwell, *Sguardo retrospettivo sulla guerra spagnola*, In Id., *Un'autobiografia involontaria*, BUR Rizzoli, Milano 2021.

R. Rich *After the Fall: Cinema studies post-9/11*, in "Cinema Journal", 2004.

C. Rhodes, *Capitalismo Woke*, Fazi Editore, Roma, 2023.

J.D. Salinger, *Il Giovane Holden*, Einaudi Editore , Torino, 2014

M. Salvia, *Interregno, Iconografie del XXI secolo*, Nero, Roma 2022.

R. A. Ventura, *La guerra di tutti, populismo, terrore e crisi della società liberale*, Minimum Fax, Roma, 2019.

L. and A. Wachowki, *V for Vendetta*, original shooting script based on the graphic novel by Alan Moore, 2004.

S. Žižek, *Una lettura perversa del film d'autore*, Mimesis Editore, Milano – Udine 2020.

#### **SAGGI E ARTICOLI**

B. Morvaridi, "Capitalist philanthropy and hegemonic partnerships" in «Third World Quarterly», vol. 33, 2012, n. 7, pp. 1191-1210.

#### **WEBGRAFIA**

[https://www.corriere.it/economia/finanza/24\\_febbraio\\_08/il-fenomeno-barbie-spinge-i-conti-mattel-15-7-di-ricavi-nel-quarto-trimestre-2023-1f453f13-ae66-4b1f-adee-18d7afaf1x1k.shtml?refresh\\_ce](https://www.corriere.it/economia/finanza/24_febbraio_08/il-fenomeno-barbie-spinge-i-conti-mattel-15-7-di-ricavi-nel-quarto-trimestre-2023-1f453f13-ae66-4b1f-adee-18d7afaf1x1k.shtml?refresh_ce) . Ultima consultazione 18 novembre 2024.



[https://movieplayer.it/articoli/joker-le-vere-origini-villain-fumetti-film\\_21624/](https://movieplayer.it/articoli/joker-le-vere-origini-villain-fumetti-film_21624/) .

Ultima consultazione 19 novembre 2024.

[https://movieplayer.it/articoli/joker-tra-cinema-e-tv-i-nostri-voti-alle-diverse-incarnazioni-sullo-sc\\_16220/](https://movieplayer.it/articoli/joker-tra-cinema-e-tv-i-nostri-voti-alle-diverse-incarnazioni-sullo-sc_16220/) . Ultima consultazione 16 novembre 2024.

<https://www.newyorker.com/culture/the-front-row/joker-is-a-viewing-experience-of-rare-numbing-emptiness> . Ultima consultazione 17 novembre 2024.

<https://www.lavocedellelotte.it/2019/10/13/joker-la-disperazione-del-capitalismo-e-la-speranza-della-rivolta/> . Ultima consultazione 17 novembre 2024.

Dana Stevens, *The real reason to skip Joker is that it's boring*, articolo pubblicato su Slate il 3 ottobre 2019. <https://slate.com/culture/2019/10/joker-movie-review-joaquin-phenix-violence.html> . Ultima consultazione 19 novembre 2024.

Il Post, *Cosa si dice di 'Joker'*, 4 ottobre 2019, <https://www.ilpost.it/2019/10/04/joker-recensioni/> . Ultima consultazione 20 novembre 2024.

J. Rottenberg, In *'Joker' the stakes are life and death, and comic book movies may never be the same*, in Los Angeles Times, 28 agosto 2019. Ultima consultazione 27 giugno 2024.

<https://www.wired.it/article/joker-folie-a-deux-critiche-recensioni-negative-incassi/> .

Ultima consultazione 17 novembre 2024.

<https://www.cinefacts.it/cinefacts-articolo-1802/joker-folie-a-deux-recensione-un-occasione-sprecata.html> . Ultima consultazione 20 novembre 2024.

<https://tg24.sky.it/spettacolo/cinema/2024/10/02/joker-folie-a-deux-recensione> . ultima consultazione 16 novembre 2024.

<https://www.theguardian.com/film/2024/oct/06/joker-folie-a-deux-review-lady-gaga-electrifies-in-mediocre-musical-sequel> . Ultima consultazione 19 novembre 2024.

<https://www.nytimes.com/2024/10/03/movies/joker-folie-a-deux-review.html> . Ultima consultazione 20 novembre 2024.

[https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.rottentomatoes.com/m/joker\\_folie\\_a\\_deux&ved=2ahUKEwj9t9CP9c6JAXq\\_rsIHYLPGuEQoiR6BAg2EAM&usg=AOvVaw19A7Mb-jfIBaCHRxHUMitG](https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.rottentomatoes.com/m/joker_folie_a_deux&ved=2ahUKEwj9t9CP9c6JAXq_rsIHYLPGuEQoiR6BAg2EAM&usg=AOvVaw19A7Mb-jfIBaCHRxHUMitG) . Ultima consultazione 20 novembre 2024.

[https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.metacritic.com/movie/joker-folie-a-deux/&ved=2ahUKEwj9t9CP9c6JAXq\\_rsIHYLPGuEQoiR6BAg2EAY&usg=AOvVaw2Bq2A43OvT4RL0X7XzgI5a](https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.metacritic.com/movie/joker-folie-a-deux/&ved=2ahUKEwj9t9CP9c6JAXq_rsIHYLPGuEQoiR6BAg2EAY&usg=AOvVaw2Bq2A43OvT4RL0X7XzgI5a) . Ultima consultazione 21 novembre 2024.

<https://knowyourmeme.com/memes/subcultures/barbie-2023-film> . Ultima consultazione 30 settembre 2024.

<https://marketing-espresso.com/blog/meme-e-umorismo-anche-i-brand-non-ne-fanno-ameno/> . Ultima consultazione 15 ottobre 2024.

<https://www.linkiesta.it/2023/07/reese-witherspoon-e-le-femministe-di-instagram-che-fanno-di-barbie-una-metafora-del-mondo/> . Ultima consultazione 30 ottobre 2024.

<https://marketing-espresso.com/blog/barbie-compie-64-anni-come-cambiata-nel-tempo/> . Ultima consultazione 3 novembre 2024.

<https://wallmine.com/people/15351/ynon-kreiz> . Ultima consultazione 22 ottobre 2024.

<https://it.marketscreener.com/quotazioni/azione/MATTEL-INC-13462/attualita/Mattel-Inc-riporta-i-risultati-degli-utili-per-l-intero-anno-conclusosi-il-31-dicembre-2022-42940211/> . Ultima consultazione 22 ottobre 2024.

<https://www.hallofseries.com/film/barbie-storia-cinematografica/> . Ultima consultazione 3 novembre 2024.

<https://www.ilpost.it/2023/07/02/campagna-promozionale-film-barbie/> . Ultima consultazione 5 novembre 2024.

[https://it.wikipedia.org/wiki/Film\\_con\\_maggiori\\_incassi\\_nella\\_storia\\_del\\_cinema](https://it.wikipedia.org/wiki/Film_con_maggiori_incassi_nella_storia_del_cinema) . Ultima consultazione 12 novembre 2024.

V. Harinam, "*Is woke capitalism profitable?*" in «Quillette», 21 luglio 2020, <https://quillette.com/2020/07/21/is-woke-capitalism-profitable> . Ultima consultazione 5 novembre 2024.

[https://www.milanofinanza.it/fashion/effetto-barbie-cosi-la-moda-guadagna-piu-di-25-milioni-in-miv-202308181624301538?refresh\\_cens](https://www.milanofinanza.it/fashion/effetto-barbie-cosi-la-moda-guadagna-piu-di-25-milioni-in-miv-202308181624301538?refresh_cens) . Ultima consultazione 27 ottobre 2024.

<https://letterboxd.com/journal/the-official-barbie-watchlist-greta-gerwig/> . Ultima consultazione 3 novembre 2024.

<https://tg24.sky.it/spettacolo/cinema/2023/07/27/-barbie-birkenstock-> . Ultima consultazione 4 novembre 2024.

<https://www.vogue.it/article/barbie-storia-origini-evoluzione-film> . Ultima consultazione 3 novembre 2024.

<https://www.thegiornale.it/2023/10/30/barbie-e-inclusivita-come-abbattere-gli-stereotipi/> . Ultima consultazione 3 novembre 2024.

<https://www.ilsole24ore.com/art/la-barbie-AEWMXZME> . Ultima consultazione 20 ottobre 2024.

<https://www.ilfattoquotidiano.it/2014/11/20/cina-clw-peggiorano-condizioni-degli-operai-producono-barbie-transformer/1223252/> . Ultima consultazione 26 ottobre 2024.

<https://www.valigiablu.it/barbie-film-recensione/> . Ultima consultazione 27 ottobre 2024.

## SITOGRAFIA

<https://www.treccani.it/enciclopedia/blockbuster> , ultima consultazione 12 giugno 2024.

[https://www.treccani.it/enciclopedia/free-rider\\_\(Dizionario-di-Economia-e-Finanza\)/](https://www.treccani.it/enciclopedia/free-rider_(Dizionario-di-Economia-e-Finanza)/)  
Ultima consultazione 17 novembre 2024.

*'Joker | Behind The Scenes with Joaquin Phoenix and Todd Phillips*  
<https://youtu.be/cLVNJ50vCDI> . Ultima consultazione 14 novembre 2024.

<https://youtu.be/Y649mdjILdc> . Ultima consultazione 14 novembre 2024.

Joaquin Phoenix and Todd Phillips discuss all things Joker: Folie à Deux | Venice Film Festival, <https://youtu.be/Y649mdjILdc> . Ultima consultazione 13 novembre 2024.

<https://youtu.be/GuWr-v3TOO8> . Ultima consultazione 14 novembre 2024.

<https://youtu.be/hwu6NrxVVFk> . Ultima consultazione 14 novembre 2024.

Lady Gaga, Joaquin Phoenix - Joker: Folie À Deux 2024 Venice Film Festival Full Press Conference. . Ultima consultazione 14 novembre 2024.

<https://fxtop.com/it/calcolatrice-inflazione.php?A=3&C1=USD&INDICE=USCPI31011913&DD1=31&MM1=01&YY1=1959&DD2=10&MM2=10&YYYY2=2024&btnOK=Calcolare+1%27equivalente> . Ultima consultazione 23 ottobre 2024.

<https://www.britannica.com/topic/standpoint-theory> . Ultima consultazione 23 ottobre 2024.

<https://letterboxd.com/journal/the-official-barbie-watchlist-greta-gerwig/> . Ultima consultazione 1° novembre 2024.

<https://youtu.be/WaOn1q0PHoE> . Ultima consultazione 15 novembre 2024.

<https://www.youtube.com/watch?v=WaOn1q0PHoE&t=2s&pp=ygUOdHJhaWxlciBiYXJiaWU%3D> . Ultima consultazione 15 novembre 2024.

## FILMOGRAFIA

T. Avery, *Blitz Wolf* 1942

R. Bernard, *Les croix de bois*, 1932

K. Borgli, *Sick of myself*, 2022

J. Favreau, *Elf*, 2003

S. Fiennes, , *A pervert's guide to cinema*, with S. Žižek, 2006

S. Fiennes, , *A pervert's guide to Ideology*, with S. Žižek, 2012

M. Harron, *American Psycho*, 2000

N. Moretti, *Sogni D'Oro*, 1981

A. e L. Lumière, *L'arrivo di un treno alla stazione di La Ciotat*, 1896

B. Sharpsteen, W. Jackson, *The New Spirit* 1942

S. Kubrik, *Paths of Glory*, 1957

T. Scott, *Top Gun*, 1986.

M. Kassowitz, *La Haine*, 1995

J. McTeigue, *V for Vendetta*, 2005

M. Scorsese, *Taxi Driver*, 1976

M. Scorsese, *Raging Bull*, 1980

M. Scorsese, *The king of comedy*, 1983

A. Stanton, *Wall•E*, 2008

D. Fincher, *Fight Club*, 1999

T. Philips, *Joker*, 2019

T. Philips, *Joker: folie à deux*, 2024

J. Tati, *Play Time*, 1967

G. Gerwig, *Barbie*, 2023

G. Kelly e S. Doen, *Singing in the rain*, 1952

## RINGRAZIAMENTI

È qui giunto il momento dei ringraziamenti, prassi formale e necessaria, ma anche un piacere, per consolidare chi in questo percorso con la sua presenza c'è stato, c'è, e come mi auguro, ci sarà.

Ringrazio innanzitutto Alberto Giordano, relatore di questa tesi di laurea magistrale con cui avevo già lavorato in quella triennale. La scelta è stata semplice e le aspettative non sono state minimamente deluse. La professionalità impeccabile è sempre stata accompagnata da un'umanità che oggi, va detto, è cosa rara. Ringrazio poi il co-relatore di questa tesi, Guido Levi, il quale ringrazio per i preziosi riferimenti circa la storia del cinema.

Ringrazio doverosamente e in modo profondamente sentito poi chi emotivamente e materialmente ha reso possibile questo percorso: mia Madre Cristina, mio Padre Roberto, mio fratello Giacomo i miei nonni Giovanni, Maria Luisa e Tina, i miei zii Franca e Giovanni. Ringrazio anche Edoardo, gli zii Giuseppe ed Elena, che più o meno direttamente per me ci sono sempre stati.

Infine, voglio ringraziare quelle persone mi hanno accompagnato in questi anni, che sono state in differenti modi influenti nello sviluppo del mio pensiero, che hanno partecipato all'ideazione e alla realizzazione di questa tesi. Ringrazio Francesco S. e Silvia G., tra le tante cose, per la loro rarissima capacità di ampliare il mio sguardo tramite osservazioni mai banali, Ludovico F. e Gianluigi B. per le discussioni feconde che abbiamo intrattenuto in questi anni, Claudio C. per la sua integrità, la sua saggezza, e per come ha messo a mia disposizione le sue conoscenze. Ringrazio Alessandro O. per le profonde e preziose osservazioni che hanno condito ogni nostro confronto, Micol D. per le sue accuratissime correzioni e considerazioni anche circa questo scritto, Leo N. per le fondamentali discussioni che abbiamo avuto sul cinema e la sua storia. Ringrazio inoltre tutte le persone che hanno letto e commentato questo scritto per aiutarmi: è stato un contributo decisivo, nonché un gesto che ho apprezzato molto. Concludo ringraziando per l'affetto e il fondamentale sentimento di amicizia, oltre che tutti i precedenti, Ilenia C.,



Giorgia L., Alessio L., Gitta K., sempre presenti in diverso modo per me anche nei momenti difficili affrontati durante questo percorso. Grazie anche a tutti gli amici e amiche non direttamente citati, compagni di viaggio fondamentali di questa vita.



