Joy. La cultura pop delle televendite

Enrico Giammarco
12 Febbraio 2016

Nell'ultimo film di David O. Russell al centro del racconto c'è ancora una famiglia della *working class*. Come in *The Fighter* e in parte in *Il lato positivo*. Una famiglia allargata, disfunzionale, ricca di contrasti a metà tra il dramma e il grottesco; un nucleo che ruota attorno a un fulcro, la protagonista Joy (ispirata alla vera Joy Mangano, inventrice e imprenditrice di successo dopo una lunga serie di fallimenti), giovane donna che ha messo da parte i sogni da bambina per accudire i genitori litigiosi o nullafacenti e perché impantanata in un matrimonio sbagliato e poi finito con Toni, cantante senz'arte né parte che abita nel seminterrato dell'ex moglie. Nessuno, nel film, è in grado di abbandonare Joy, nemmeno il rampante manager di una stazione televisiva che le chiede anche dopo anni di restare sua amica. Tutti sommergono Joy con i loro problemi e i loro egoismi, finendo per zavorrare la spinta della donna verso una vita differente. Tutti hanno bisogno di Joy. E lei non sa tirarsi indietro, non sa evitare di mettersi al servizio degli altri.

In un'America d'inizio anni '80, segnata da arredi impersonali, colori grigio e marrone e acconciature modellate sulle dive televisive di *Dynasty* o *Falcon Crest*, non tutte le donne sono casalinghe; anche quelle che lavorano, come la stessa Joy o la sorella, svolgono mansioni "da donna", vale a dire "comprimarie". Hostess, donna delle pulizie, segretaria. Sembra di assistere a una puntata di *Mad Men* traslata di vent'anni, come se (quasi) nulla fosse cambiato. Per un regista come O'Russell, che da sempre ama giocare con gli usi e costumi del passato, raccontare una società maschio-centrica diventa la chiave di lettura perfetta per descrivere la parabola imprenditoriale della protagonista.

Joy riesce a farcela nonostante sia una donna. Nonostante il mondo sia pieno di pericoli, di gente malintenzionata pronta a fregare il prossimo, e nonostante sua madre abbia estremizzato in maniera parodistica le paure della tipica casalinga americana chiudendosi volontariamente in casa, confinandosi a letto e passando le giornate perduta nei sogni fasulli dell'intrattenimento televisivo. Non da meno,

il padre non risparmia alla figlia frasi sferzanti e pistolotti moralisti per convincerla ad abbandonare le sue ambizioni, o per biasimare se stesso per la propria incapacità a indirizzare la ragazza verso occupazioni consone al suo ruolo sociale.

In alcuni momenti lo sconforto del fallimento getta un'ombra sinistra su Joy, spingendola ad abbandonare, a immergersi nel conformismo fondato sulle paure instillatele dalla madre: evitare il mondo, nascondersi, perdersi in quelle stesse *soap opera* che spesso finiscono fanno capolino nei suoi sogni. Ma è l'intero mondo racconta da O'Russel a essere influenzato, a livello di immaginario e di messinscena, dal set televisivo. Il film attinge ad alcuni dei più collaudati *cliché* sull'era televisiva di fine Novecento, dal momento che a un certo punto arrivano pure le televendite, segreto del futuro successo della protagonista. Il meccanismo del capitalismo americano viene svelato nel suo "dietro le quinte": un prodotto viene presentato in tv da un imbonitore, e pochi istanti dopo i telefoni iniziano a squillare, con i produttori del programma, gli assistenti, gli addetti agli apparecchi e al reparto tecnico che partecipano con il loro lavoro meccanico e insieme partecipato alla crescita (letterale) del capitale. Sono le casalinghe a chiamare Joy per acquistare il suo Mocio. Sono donne e spettatrici ideali, siedono davanti alla tv svolgendo le faccende domestiche: fra loro e la madre sepolta sotto le lenzuola a guardare storie di tradimenti e amorazzi non c'è poi molta differenza.

Joy si scopre perfetta come teleimbonitrice. Pescando nello strato più culturalmente indifeso della popolazione, il canale QVC per cui comincia a lavorare a far soldi, trova un modo nuovo per vendere prodotti a basso costo per la vita di ogni giorno. Il cortocircuito di una casalinga che vende prodotti ad altre casalinghe è la parafrasi perfetta per descrivere il rapporto che il film di Russell instaura con la cultura di massa. Se la storia di Joy è una fiaba, in realtà la sua parabola chiama in causa milioni di telespettatori, di cittadini e consumatori che affidano buona parte del loro tempo e della loro felicità alla televisione.

Più che tratteggiare il destino felice di una Cenerentola postmoderna, *Joy* rimanda in maniera evidente all'immaginario e ai residui culturali degli Anni Ottanta, indugiando sul filo sottile che lega sogno, emancipazione e successo e misura la statura di un individuo sui numeri del capitalismo. L'evoluzione della protagonista è solo personale e non relazionale; la sua famiglia resta identica nel corso del tempo, spetta sempre a Joy tenere insieme le persone che ama e sopportarle

quasi a forza. Non le serve un principe, come specifica lei stessa. E in questa accezione Joy Mangano è molto simile a Jennifer Lawrence. Datele una telecamera, e lei vi conquisterà.

odeon_12_febbr._giammarco_-_joy_0.jpg

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto. Torna presto a leggerci e SOSTIENI DOPPIOZERO