



Marghe e Giulia - Crescere in diretta (2019)

Due piccole sorelle e il loro videoblog di successo: osservazione che lascia spazio all'interpretazione.

Un film di Francesca Sironi, Alberto Gottardo Genere Documentario durata 64 minuti. Produzione Italia 2019.

Luigi, Maria, Margherita e Giulia abitano a Giugliano, in provincia di Napoli.

Raffaella Giancrisofaro - www.mymovies.it

A Giugliano, area metropolitana di Napoli, vivono Marghe (seconda media) e Giulia (quinta elementare) con i genitori Luigi e Maria. È il padre, primo a meravigliarsi del successo, ad averle iniziate molto presto a mostrarsi in Rete. Maghe Giulia Kawaii è il nome dello loro vlog (video blog), tramite il quale raccontano tutto ai loro follower (al momento, oltre più di trecentomila iscritti): come si sentono, come si vestono, cosa stanno mangiando, cosa ricordano, cosa fanno nel tempo libero, da sole e con la famiglia. Sfoggiano orgogliose il riconoscimento arrivato da YouTube per aver raggiunto le centomila visualizzazioni. Insomma per loro, che nella camera da letto hanno un piccolo set fotografico illuminato professionalmente, andare online in video tutti i giorni (e anche sugli altri social, come Instagram e Musical.ly) è un fatto naturale. Meglio, una condizione nativa. Come farsi un selfie davanti al Maschio Angioino insieme ai fan, o un video in gita al lago. E quindi anche farsi riprendere per un film fa ormai parte integrante dei loro "personaggi". Prendono molto seriamente il loro "obiettivo", cioè mostrare il loro "talento" (i virgolettati sono del padre Luigi).

Marghe e Giulia rispondono alle chat, giocano, esaudiscono richieste di saluti in onda, cucinano, fanno appelli, anche agli haters (qui declinati in accento partenopeo), lanciano sondaggi ("bici o divano?"). E ovviamente tra un sorriso, una mossetta, un bacio, una gesticolazione ampia, un saluto esagerato e una risata, pubblicizzano prodotti.

Niente di nuovo, nell'era dei social, degli smartphone, delle vite online. Semmai una versione aggiornata di "Bellissima": al posto del provino al cinema è il mini video in rete il mezzo attraverso il quale un genitore cerca un posto al sole per la prole. Forse per questo motivo i registi includono nella loro osservazione il momento del pianto di gioia di Marghe per l'ultimo modello di smartphone ricevuto in regalo. La sua emozione è lì, disponibile, replicabile all'infinito, a disposizione di tutti, su una piattaforma "libera". Ogni visualizzazione, ogni clic, ogni like, un po' di visibilità e denaro in più. Anche di felicità per le bambine, sostiene Luigi.

È un mondo chiuso, di un amore quasi asfittico, quello ripreso dal documentario. Una realtà autoconclusa, marginale, fatta di mura domestiche ordinarie, di centri commerciali, di schermi tv accesi e onnipresenti e di attenzione costantemente rivolti al device di turno. Le tinte pastello degli interni sono esaltate da una luce innaturale, dominati da toni lilla e rosa, in posa. In cui il nucleo familiare si chiude a testuggine, impegnato con tutte le sue forze in quello che a tutti gli effetti è un lavoro.

Non c'è tempo e nemmeno spazio per altro: le critiche, anzi, sono vissute come la controprova di successo: chi contesta dalla tastiera è automaticamente equiparato a un invidioso. Come nel precedente "Quasi Venezia" gli autori stanno un passo indietro, non influenzano con apparati di testo né voci over il campo indagato, lasciando spazio all'interpretazione dello spettatore: sta a lui riflettere sul limite tra manipolazione e ruolo genitoriale, tra alienazione e legittimo desiderio di affermazione per le due.

Nonostante questo, scena dopo scena (non solo quando appare un uccellino esotico che volazza per casa) affiorano inevitabilmente in chi guarda delle domande sulla delega educativa in atto, sull'enfasi

data all'immagine e sulla costruzione di un'identità a partire dalla capacità di "influenzare" gli altri e dalla gratificazione delle views. Ma anche su come in futuro Marghe e Giulia considereranno il valore del proprio tempo condiviso sui social, oggi così galvanizzante. Musica di Iosonouncane, prodotto da Sky.