





È possibile scaricare e condividere questo saggio citandolo come: Carlotta Susca, *Gli schermi, l'ironia e l'ipnosi dello spettatore. Infinite jest e l'intrattenimento infinito in cui nuotiamo*, senza modificarlo o utilizzarlo commercialmente e indicando la fonte: Zest, Letteratura sostenibile, www.zestletteraturasostenibile.com

Carlotta Susca

Gli schermi, l'ironia e l'ipnosi dello spettatore

Infinite jest e l'intrattenimento infinito in cui nuotiamo

national bestseller

david **fo**ster wallace
infinite
jest

"A work of genius . . . grandly ambitious, wickedly comic, a wild, surprisingly readable tour de force." —SEATTLE TIMES

a novel

national bestseller

david **fo**ster wallace
infinite
jest

"A work of genius . . . grandly ambitious, wickedly comic, a wild, surprisingly readable tour de force." —SEATTLE TIMES

a novel

national bestseller

david **fo**ster wallace
infinite
jest

"A work of genius . . . grandly ambitious, wickedly comic, a wild, surprisingly readable tour de force." —SEATTLE TIMES

a novel

national bestseller

david **fo**ster wallace
infinite
jest

"A work of genius . . . grandly ambitious, wickedly comic, a wild, surprisingly readable tour de force." —SEATTLE TIMES

a novel

national bestseller

david **fo**ster wallace
infinite
jest

"A work of genius . . . grandly ambitious, wickedly comic, a wild, surprisingly readable tour de force." —SEATTLE TIMES

a novel

national bestseller

david **fo**ster wallace
infinite
jest

"A work of genius . . . grandly ambitious, wickedly comic, a wild, surprisingly readable tour de force." —SEATTLE TIMES

a novel

national bestseller

david **fo**ster wallace
infinite
jest

"A work of genius . . . grandly ambitious, wickedly comic, a wild, surprisingly readable tour de force." —SEATTLE TIMES

a novel

national bestseller

david **fo**ster wallace
infinite
jest

"A work of genius . . . grandly ambitious, wickedly comic, a wild, surprisingly readable tour de force." —SEATTLE TIMES

a novel

national bestseller

david **fo**ster wallace
infinite
jest

"A work of genius . . . grandly ambitious, wickedly comic, a wild, surprisingly readable tour de force." —SEATTLE TIMES

a novel

1. *La cartuccia ipnotica di David Foster Wallace*

Insoddisfatto dai prodotti di intrattenimento a disposizione nella sua casa di Boston, l'attaché medico esperto delle «conseguenze maxillo-facciali degli scompensi della flora intestinale»¹ si imbatte in

una custodia per cartucce di un marrone scialbo di cui lo irrita l'assenza di titolo [e che] nello spazio riservato all'indirizzo del mittente riporta soltanto la dicitura 'Buon anniversario!' con una faccetta sorridente sommariamente tratteggiata a biro al posto dell'indirizzo o del logo aziendale².

Quella che, a sua insaputa, sta per vedere è la cartuccia di intrattenimento che contiene l'ultimo prodotto

1. David Foster Wallace, *Infinite jest*, traduzione di Edoardo Nesi, con la collaborazione di Annalisa Villorosi e Grazia Giua, Einaudi Torino 2006, p. 39 [Edizione originale 1996].

2. Ivi, p. 42.

artistico di un regista molto particolare, e che nell'universo distopico³ di David Foster Wallace è diventata un'arma politica: si tratta del film *Infinite jest*.

Il libro omonimo (nel mondo extratestuale, nella *realtà*) è un testo di 1.281 pagine – note incluse, nella versione italiana – e ha una ambientazione dai complessi equilibri sociopolitici. Nell'universo diegetico di *Infinite jest*, infatti, la cartuccia contenente l'intrattenimento letale è diventata l'arma dei separatisti quebecchiani contro l'ONAN, un'entità politica formata da Canada, Stati Uniti e Messico, guidata dal «cantante confidenziale» Johnny Gentle (l'intrattenimento al potere).



Lo stemma dell'ONAN disegnato da Chris Ayers,
www.tumblr.com/search/onan%20seal

La visione della cartuccia *Infinite jest* produce catatonìa negli incauti spettatori, l'annullamento della loro vo-

3. Le coordinate temporali, non esplicitate, sono ricavabili da dettagli testuali che impongono una lettura indiziaria, un *tour de force* mnemonico per ricollegare informazioni e dare loro senso. Le vicende del testo possono così collocarsi fra il 2002 e il 2010, ossia fra i sei e i quattordici anni dopo la pubblicazione del libro, cfr. Carlotta Susca, *David Foster Wallace nella Casa Stregata. Una scrittura tra Postmoderno e Nuovo Realismo*, Stilo, Bari 2012.

lontà, che si riduce al solo desiderio di guardare ancora, in *loop*, questa sofisticata forma di intrattenimento:

Tutte queste persone [che hanno visto la cartuccia] ora sono in ospedali psichiatrici. Sono docili e continenti ma completamente vuoti, come se fossero regrediti a uno stato cerebrale rettileo. [...] I significati della vita di queste persone erano collassati verso un punto focale così piccolo che nessun'altra attività o rapporto poteva attirare la loro attenzione. Secondo un medico del Cdc* [* Center of Disease Control, N.d.T.] le loro energie mentali/spirituali ora erano pari più o meno a quelle di una tarma⁴.

Il contenuto della cartuccia di intrattenimento non viene descritto, ma alcuni personaggi hanno delle teorie:

La teoria personale di Tom Flatto è che il fascino abbia qualcosa a che fare con la densità. Il bisogno compulsivo della visione. La teoria consiste nel fatto che con una pièce olografica veramente sofisticata si arriva alla densità neurale di un vero e proprio spettacolo teatrale senza perdere il realismo selettivo dello schermo-visore. Che la densità e il realismo siano troppo potenti, insieme⁵.

Altre informazioni sul contenuto della cartuccia ipnotica si ricavano dalla nota 24 del libro, che espone la filmografia di James Incandenza – un regista che si è fatto esplodere la testa nel forno a microonde –: sono menzionate quattro versioni del film omonimo;

4. Wallace, *Infinite jest*, cit., p. 657.

5. Ivi, p. 589.

dell'ultima, inedita, anche se vista e recensita⁶, viene detto che si tratta di «radicali esperimenti nella prospettiva ottica degli spettatori e nel contesto»⁷.

A proposito del titolo:

Il volto del profondo era il titolo che aveva suggerito per l'ultima cartuccia di Jim [...], ma lui l'aveva giudicato troppo pretenzioso e aveva scelto invece quella citazione dalla scena del cimitero di *Amleto*, quella col teschio, e [a Joelle Van Dyne] era venuto da ridere ripensando alla pretenziosità⁸.

Lungi dal trattarsi di un mistero fine a sé stesso, pretestuoso, quello relativo al contenuto della cartuccia è uno snodo della riflessione di David Foster Wallace sulla condizione di spettatori, e sul desiderio di annullarsi nella visione di un flusso inarrestabile di immagini che intrattengano e non chiedano altro che essere viste ancora, fino all'oblio, all'annullamento di sé.

Per David Foster Wallace, «The Best Mind of His Generation»⁹, uno degli aspetti della società contemporanea da considerare attentamente nelle sue implicazioni è la condizione occidentale di spettatori, dato che «le

6. Probabilmente dalla stessa Joelle Van Dyne/Madame Psychosis che vi ha recitato, dato che il cognome del critico, Duquette, è lo stesso dell'attrice (cfr. Wallace, *Infinite jest*, cit., p. 1.192).

7. Wallace, *Infinite jest*, cit., p. 1.192.

8. Ivi, p. 285. Il titolo del libro è una citazione da HAMLET, V, I: «HAM: [...] Alas, poor Yorick. – I knew him, Horatio. A fellow of infinite jest, of most excellent fancy».

9. A.O. Scott, *The Best Mind of His Generation*, www.nytimes.com/2008/09/21/weekinreview/21scott.html?_r=0, ultima consultazione 19 febbraio 2018, 08:30.

statistiche dicono che una famiglia americana media guarda la televisione per più di sei ore al giorno»¹⁰.

Da narratore, Wallace si preoccupava della reazione del pubblico, della possibilità di entrare in contatto con un'altra individualità attraverso la parola scritta e temeva che il contesto in cui era immerso non consentisse una corretta individuazione delle problematiche connesse alla condizione di spettatore. La difficoltà nel considerare il proprio ambiente, percepito come non connotato perché familiare, è espressa in una storiella che Wallace inserisce in *Infinite jest* (viene raccontata a Don Gately) e che ha utilizzato in apertura al suo discorso ai laureandi del 2005 al Kenyon College:

Ci sono due giovani pesci che nuotano e a un certo punto incontrano un pesce anziano che va nella direzione opposta, fa un cenno di saluto e dice: – Salve, ragazzi. Com'è l'acqua? – I due pesci giovani nuotano un altro po', poi uno guarda l'altro e fa: – Che cavolo è l'acqua? [What the hell is water?]¹¹

Come è possibile prescindere dall'acqua in cui si nuota e osservarla come ambiente se non si conosce altro? Se l'osservazione di un fenomeno è necessariamente falsata, dato che l'osservatore modifica il fenomeno osservato, anche lo sguardo sul quotidiano sarà sempre parziale: sarà difficile descrivere l'acqua a chi ci nuota da

10. David Foster Wallace, *E Unibus Pluram: Gli scrittori americani e la televisione*, in Id., *Tennis, Tv, Trigonometria, Tornado (e altre cose divertenti che non farò mai più)*, traduzione di Christian Raimo e Martina Testa, minimum fax, Roma 1999, p. 30.

11. Id., *Questa è l'acqua*, in Id., *Questa è l'acqua*, a cura di Luca Briasco, traduzione di Giovanna Granato, Einaudi, Torino 2009, p. 143.

sempre – fuor di metafora, sarà difficile descrivere l'ambiente mediatizzato in cui sono immersi gli occidentali.

Parte della riflessione condotta da Wallace nelle sue opere, e centrale in *Infinite jest*, riguarda proprio il contesto in cui l'individuo occidentale contemporaneo nuota senza rendersene conto. Un contesto forgiato da ore di visione televisiva, dalla familiarità con narrazioni inserite in un flusso continuo e ipnotico, non dissimile dalla cartuccia di intrattenimento usata come arma di *distrazione* di massa, il *samizdat* creato da James Incandenza e sfruttato dagli indipendentisti quebecchiani.

Applicando il monito di Wallace (l'intrattenimento potrebbe ridurci alla funzione di pubblico inerme) alla società contemporanea, l'analisi della condizione occidentale di spettatori non può focalizzarsi su un solo *medium* – la televisione –, perché gli schermi che catalizzano l'attenzione si sono moltiplicati (computer, tablet, smartphone, orologi), così come le piattaforme (Facebook, YouTube, WhatsApp...) e le tipologie di contenuto (dalle gif alle narrazioni multipiattaforma, passando per giochi di ruolo, realtà virtuale e aumentata).

Oggi non è possibile limitare l'ambito di indagine alla televisione se ci si interroga sui prodotti fruiti attraverso uno schermo: l'*infosfera*¹² è più composita e integrata, e va considerata nell'ambito di una *ecologia dei media*¹³. Secondo Bolter e Grusin:

12. Cfr. Luca De Biase, *Homo pluralis. Essere umani nell'era tecnologica*, Codice, Torino 2015.

13. Cfr. Paolo Granata, *Ecologia dei media. Protagonisti, scuole, concetti chiave*, Franco Angeli, Milano 2015.

Negli Stati Uniti la televisione ha rappresentato il medium dominante negli ultimi cinquant'anni. Non è certamente un'esagerazione sostenere che il carattere dell'America in quanto nazione è plasmato dalla televisione. Per questo motivo, quando gli americani pensano al futuro delle tecnologie digitali, sono orientati a concepirlo come *una forma espansa e più elaborata della televisione*¹⁴.

L'etimologia del termine "televisione" ("visione a distanza") implica la considerazione di tutti gli schermi che aprono finestre su altri mondi narrativi e la consapevolezza che la narrazione a video e la sua massiccia diffusione implicano una modifica profonda del pubblico. Il passaggio dalla prevalenza del testo scritto a quella delle immagini (in movimento) è paragonabile al processo che ha portato dall'oralità alla scrittura¹⁵, e c'è chi ha letto in questo una *diminutio* dell'*Homo Videns* nella capacità di pensare per astrazioni («Perché l'immagine, sappiamo, è nemica dell'astrazione, mentre spiegare è svolgere un discorso astratto. I problemi, ho detto più volte, non sono 'visibili'»¹⁶). Non è detto che una cultura visuale sia da demonizzare, ma si tratterà con ogni probabilità di una trasformazione notevole nelle modalità di apprendimento, memorizzazione e creazione artistica. E alcuni

14. Jay David Bolter e Richard Grusin, *Remediation. Competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi*, prefazione e cura di Alberto Marinelli, traduzione italiana di Benedetta Gennaro, Guerini Studio, Milano 2003, p. 23, corsivo mio.

15. Cfr. Walter J. Ong, *Oralità e scrittura. Le tecnologie della parola*, traduzione di Alessandra Calanchi, il Mulino, Bologna 2014.

16. Giovanni Sartori, *Homo videns. Televisione e post-pensiero*, Laterza, Roma-Bari 2011, p. 57.

dei suoi aspetti potrebbero configurarsi pericolosi come l'intrattenimento ipotizzato da Wallace in un futuro distopico a noi quasi contemporaneo.

Non relegata in una cartuccia letale, la minaccia dell'intrattenimento ipnotico è diffusa su più supporti, e si realizza in una somma di prodotti di visione. I fattori di pericolosità che concorrono al rischio di ipnosi («nessun'altra attività o rapporto poteva attirare la loro attenzione»¹⁷) sono caratterizzati dall'annullamento (volontario) della capacità di scelta (cfr. *infra*, § 2), dall'annacquamento della realtà come effetto di una rifrazione deformante (§ 3), dallo scardinamento della capacità critica del fruitore, messo in atto dall'ironia (§ 4) e, in definitiva, dall'impossibilità di collocarsi altrove se non in un limbo che ci rende schizofrenici abitanti dei due mondi – virtuale e reale – ormai indistinguibili (§ 5).

2. «Mi manca vedere e rivedere sempre le stesse cose». La volontaria rinuncia al libero arbitrio

David Foster Wallace ha scritto fra gli anni Ottanta del secolo scorso e gli anni Dieci del nuovo millennio: ha avuto modo di sfiorare le innovazioni transmediali dell'intrattenimento televisivo (*Lost* è stata trasmessa dal 2004 al 2010; sulla sua diramazione su più piattaforme cfr. *Cross-media* di Max Giovagnoli¹⁸), ma la sua

17. Wallace, *Infinite jest*, cit., p. 657.

18. Max Giovagnoli, *Cross-media: le infinite e possibili visioni della fiction post-seriale*, in Sergio Brancato (a cura di), *Post serialità. Per una sociologia delle tv-series. Dinamiche di trasformazione della fiction televisiva*, Liguori, Napoli 2011.

esperienza di spettatore televisivo è molto più radicata nella visione della TV via cavo, la «vecchia televisione delle trasmissioni commerciali»¹⁹.

Nella distopia tratteggiata in *Infinite jest*, l'intrattenimento volge verso le forme della selezione dell'utente, in grado di costruire il proprio palinsesto in maniera autonoma con le cartucce di intrattenimento. La società immaginaria Interlace, che ha sponsorizzato uno degli anni del tempo distopico di *Infinite jest*²⁰, ha rivoluzionato la modalità di fruizione televisiva, attribuendo allo spettatore il libero arbitrio nella scelta della programmazione.

Orin Incandenza, il figlio del regista James, esprime la sua nostalgia per una modalità di fruizione imposta, in grado di annullare il fastidio della scelta:

Può sembrare stupido. Mi mancano le pubblicità a volume più alto dei programmi. Mi mancano le frasi 'Ordinalo subito prima di mezzanotte' e 'Risparmia più del 50 per cento'. Mi manca quando dicevano che i programmi erano stati filmati in studio davanti a un pubblico vero. [...] Mi manca di prendere in giro le cose che amavo. [...] Mi mancano le repliche estive. Mi mancano le repliche infilate in fretta nei programmi per riempire gli intervalli degli scioperi degli scrittori o degli attori. Mi mancano Jeannie, Samantha, Sam e Diane, Gilligan, Hawkeye, Hazel, Jed e tutti gli altri onnipotenti

19. Wallace, *Infinite jest*, cit., p. 718.

20. L'«Anno dell'Upgrade per Motherboard-Per-Cartuccia-Vissore-A-Risoluzione-Mimetica-Facile-Da-Installare Per Sistemi Tp Infernatron/InterLace Per Casa, Ufficio, O Mobile Yushityu 2007».

mostri della televisione. Capito? Mi manca vedere e rivedere sempre le stesse cose²¹.

All'obiezione che gli viene mossa («Naturalmente può rivedere gli intrattenimenti tante volte, senza sosta, sui dischi TelEntertainment di memoria e recupero»), Orin risponde: «Ma non è la stessa cosa. La scelta, capisci. In un certo senso rovina tutto. Con la televisione eri *obbligato* alla ripetizione. La familiarità ti veniva inflitta. Ora è diverso»²².

La possibilità di scelta è connotata negativamente lungo tutto *Infinite jest*: i tennisti devono allenarsi tanto da rendere automatici i loro movimenti, senza doverci più pensare, gli Alcolisti Anonimi devono accettare le regole senza discuterle se vogliono venire a capo della loro dipendenza («Non chiedere PERCHÉ / se non vuoi MORIRE / fai quello che ti viene DETTO / Se non vuoi MORIRE»²³).

Se la possibilità di scelta induce all'errore – e in ogni caso alla *responsabilità* –, sembra suggerire Wallace, è invece rassicurante affidarsi a decisioni eterodirette, anche nella scelta di un programma televisivo. Un palinsesto raffazzonato, in cui le trasmissioni fanno solo da contesto alla pubblicità e le repliche sono il vociare rassicurante di una comunità di *amici* («Jeannie, Samantha, Sam [...]»²⁴), consente di trasformarsi in spettatore passivo, risolvendo il problema di dover pensare. Meglio affidarsi a

21. Wallace, *Infinite jest*, cit., p. 718.

22. Ivi, p. 719.

23. Ivi, p. 450.

24. Ivi, p. 718.

un flusso di immagini che illuminino i volti in penombra di spettatori sul divano, incantati e presi al laccio²⁵.

Le cartucce di intrattenimento implicano la scelta, responsabilizzano lo spettatore e rappresentano il futuro della visione come immaginato da Wallace nel 1996 nella proiezione in un futuro a lui prossimo.

Anche se gli occidentali, nella riflessione narrativa di Wallace, preferiscono non dover pensare, e assistere a spettacoli selezionati da altri, il futuro dell'intrattenimento potrebbe volgere – suggeriva *Infinite jest* – verso la capacità di scelta dell'utente, verso una possibilità di selezione degli spettacoli dettata dal gesto consapevole di inserire una “cartuccia” nel proprio dispositivo di visione assumendosi la responsabilità della scelta. È per questo che gli indipendentisti quebecchiani utilizzano come arma contro l'ONAN uno spettacolo che libera lo spettatore dal peso della scelta, che costringe alla visione compulsiva, che immerge in un flusso ripetitivo e ipnotico (l'Intrattenimento per antonomasia).

In uno scritto del 1997, un anno dopo la pubblicazione di *Infinite jest*, Wallace si interroga sulla condizione degli spettatori statunitensi; in questo caso il focus è sul ruolo che la letteratura può ancora avere in un contesto in cui la televisione compete con la narrativa nella conquista del pubblico. *E Unibus Pluram: Gli scrittori americani e la televisione*²⁶ già nel titolo fornisce

25. Come suggerisce il nome della società che produce le cartucce in *Infinite jest*, 'Interlace'.

26. David Foster Wallace, *E Unibus Pluram: Gli scrittori americani e la televisione*, in Id., *Tennis, Tv, Trigonometria, Tornado (e altre cose)*

una chiave di lettura: gli statunitensi non sono più *e pluribus unum*²⁷, la molteplicità del *melting pot* unificata dalla nazionalità, ma *e unibus pluram*, una massa di spettatori composta da tante individualità solitarie. In questo saggio Wallace riflette sulla fallacia dell'impressione di osservare, in TV, una mimesi della realtà:

quello che stiamo guardando attraverso il vetro dello schermo non sono situazioni reali che si svolgerebbero – e neppure potrebbero svolgersi – allo stesso modo senza la consapevolezza di avere un Pubblico. Cioè, il materiale che i giovani scrittori esaminano per avere i dati su qualche realtà da elaborare in una storia è già composto da personaggi di finzione in una struttura narrativa altamente formalizzata²⁸.

Il problema, sottolinea Wallace, è che anche gli scrittori hanno smesso di osservare la realtà, e che l'han-

divertenti che non farò mai più), traduzione di Christian Raimo e Martina Testa, minimum fax, Roma 1999.

27. «Adopted in 1782 by an Act of Congress for the Seal of the United States, E Pluribus Unum was the new country's de facto motto until 1956 when Congress passed an act (H.J. Resolution 396), adopting "In God We Trust" as the official motto», H. John Lyke, *What Would Our Founding Fathers Say? How Today's Leaders Have Lost Their Way*, p. 34, nota 20, su Google Books all'indirizzo: https://books.google.it/books?id=HTNZsXe5qawC&pg=PA34&lpg=PA34&dq=De+facto+motto+of+the+United+States&source=bl&ots=lqipTx7Duo&sig=X2TQXAE1Kh62sv6iQZvguII-N2A&hl=en&sa=X&ei=T61CVPzfPKH2iQKLyICIBQ&redir_esc=y#v=onepage&q=De%20ofacto%20motto%20of%20the%20United%20States&f=false, ultima consultazione 19 febbraio 2018, 08:44.

28. Wallace, *E Unibus Pluram*, cit., p. 33.

no sostituita con un surrogato fruibile attraverso lo schermo del televisore; fra le prospettive che si pongono agli scrittori per continuare a essere penetranti nella loro indagine sulla realtà e nella restituzione mimetica al pubblico attraverso la narrativa, Wallace ritiene che si possa «Proclamare che la televisione di oggi è il male»²⁹, ma non è una via realisticamente percorribile; un'altra soluzione è quella di sperare che l'avanzamento della tecnologia consenta l'autodeterminazione dello spettatore: in questo modo, forse, «la capacità istintiva di selezione del Piccolo Consumatore correggerà tutti gli squilibri se solo il Grande Sistema la smetterà di soffocare la sua Libertà di Scelta»³⁰.

A distanza di più di vent'anni da *Infinite jest* e da *E unibus pluram*, il sistema televisivo è notevolmente cambiato: l'on demand e lo streaming (Sky, Netflix, Amazon) consentono la costruzione di un palinsesto personalizzato e "intelligente", per cui le proposte di visione sono in linea con le scelte precedentemente effettuate dall'utente.

Il contesto di visione contemporaneo nelle sue sfaccettature e nella moltiplicazione degli schermi, specchi deformanti che restituiscono – e definiscono – l'immagine della realtà, rende ancora più complesso lo scenario delineato vent'anni fa da Wallace: lo spettatore è libero di scegliere, non ha più solo il tubo catodico a proiettare sul suo viso assorto un flusso di immagini selezionate dalle emittenti televisive (la «vecchia tele-

29. Ivi, p. 91.

30. Ivi, p. 92.

visione delle trasmissioni commerciali»³¹), ma ora una moltitudine di schermi di diverse dimensioni veicola un flusso – ora sì, quasi ininterrotto – di intrattenimento. Computer, tablet, smartphone, smartwatch sono superfici che proiettano immagini sottoponendo lo spettatore a narrazioni continue: infatti al termine della visione di un video su YouTube si attiva la riproduzione automatica di altri video; sulla guida on line di YouTube c'è scritto che:

La riproduzione automatica su YouTube *semplifica la scelta del video successivo* da guardare. Grazie a questa funzione, al termine di ogni video di YouTube viene riprodotto automaticamente un altro video correlato, in base alla tua cronologia visualizzazioni. [...] Sulla rete Wi-Fi, la riproduzione automatica si arresta automaticamente dopo quattro ore *per impedire che vada avanti all'infinito se ti dimentichi di interromperla*³².

Wallace si mostrava scettico nei confronti dell'ipotesi che la libertà di scelta del palinsesto potesse essere risolutiva. In *E Unibus Pluram* la posizione ottimistica nei confronti della tecnologia è riportata dal «futurologo dei media George Gilder»³³:

Per Gilder, il nuovo elettrodomestico che libererà Joe Valigetta [= l'uomo qualunque] dalla sua passiva dipendenza dal proprio elettrodomestico sarà «il telecomputer, un personal computer adattato

31. Wallace, *Infinite jest*, cit., p. 718.

32. <https://support.google.com/youtube/answer/6172631?hl=it>, ultima consultazione 27 luglio 2016, ore 18:45, corsivi miei.

33. Wallace, *E Unibus Pluram*, cit., p. 91.

per l'elaborazione delle immagini e connessi [sic] mediante cavi in fibra ottica ad altri telecomputer in tutto il mondo". Il telecomputer "spezzerà per sempre il cappio" della struttura piramidale della diffusione di immagini televisive³⁴.

La TV connessa a internet, insomma. Una profezia avverata.

Una volta che ogni esperienza sia finalmente ridotta a immagine da immettere sul mercato, una volta che il ricevente, avendo a disposizione ricevitori facili da usare, si stacchi dal gregge e scelga liberamente, americanamente, fra una varietà americanamente infinita di immagini filmate *appena distinguibili da immagini della vita reale*, e possa poi scegliere ulteriormente il modo esatto in cui desidera memorizzare, migliorare, editare, ricombinare e riproporre a se stesso quelle immagini nell'intimità della sua casetta e del suo cervello, allora la presa ironica e totalitaria della tv sui coglioni psicologici degli americani sarà spezzata!!!³⁵

Evidentemente, Wallace non era ottimista nei confronti delle proiezioni di Gilder, e per due motivi principalmente: in primo luogo, come evidenziato dal corsivo, perché la confusione fra la realtà e la sua rappresentazione si sarebbe fatta tangibile – il che è accaduto, con i reality – (cfr. *infra*, § 3), in secondo luogo perché, padrone di ricombinare immagini e suoni, il non-più-solo-spettatore avrebbe potuto continuare la

34. Ivi, p. 94.

35. Ivi, p. 95, corsivo dell'autore.

spirale di ironia utilizzata dalla televisione per inglobare le critiche che le vengono rivolte (cfr. § 4).

La passività dello spettatore – il suo desiderio di rinunciare alla possibilità di scelta, la sua volontaria, rassicurante e deresponsabilizzante resa alla visione – è il primo elemento necessario all'efficacia dell'intrattenimento ipnotico: bisogna essere predisposti all'abbandono (una *volontaria sospensione della realtà*, modificando la nota definizione di Coleridge sull'incredulità del lettore). Se l'offerta che si prospetta allo spettatore è talmente vasta da obbligare a scegliere – fra opzioni pressoché infinite –, basta allargare la prospettiva per ridimensionare il libero arbitrio: c'è una scelta sovraordinata che è interdetta, quella fra *essere o non essere* spettatori. Possiamo scegliere cosa guardare, ma è diventato sempre più difficile scegliere di *non guardare*³⁶.

3. «Our way makes us sexy». La realtà non è più quella di una volta

La televisione digitale ha prodotto una moltiplicazione di canali che consente di spiare dal buco di innumerevoli serrature; lo stesso pubblico dei reality ambisce a parteciparvi, e quando lo fa ha già visto e interiorizzato i tempi, gli scambi e l'impressione prodotta sul pubblico (su sé stessi in qualità di pubblico) dalla visione. Così i partecipanti, "istruiti" ai meccanismi te-

36. Stefano Ercolino lega *Infinite jest* a «un topos di lunga durata, quello della "visione che uccide" (dai miti di Atteone, Medusa, Narciso, Orfeo [...])» (*Il romanzo massimalista*, Bompiani, Milano 2015, p. 142).

levisivi da ore di visione, sanno come comportarsi per essere una versione di sé più televisiva, e il principio del reality – restituire una visione immediata, non filtrata o poco filtrata (come nascondere ai partecipanti la presenza delle telecamere?) – viene meno. La realtà si perde progressivamente di vista, perché le persone reali *recitano il ruolo di persone reali*, e la spirale della visione di finzioni di realtà si allontana sempre più dalla spontaneità.

La dialettica costante fra immediatezza/trasparenza e ipermediazione/opacità, i due poli individuati da Bolter e Grusin in *Remediation*³⁷, opera con tale rapidità da sovrapporsi costantemente nei reality: da una parte l'immediatezza pretende di restituire un contenuto (la realtà) non mediato, non rielaborato; dall'altra l'opacità data dalla fruizione su uno schermo (grafiche sovrapposte, inserimenti pubblicitari e riferimenti espliciti alla consapevolezza di essere in televisione) ricorda allo spettatore la natura finzionale di ciò che sta vedendo.

Un esempio di deformazione della realtà è stato il reality *Here Comes Honey Boo Boo*³⁸, andato in onda per quattro stagioni su TLC, un canale statunitense via cavo e via satellite: seguiva le vicende quotidiane di una famiglia umile della Georgia e in particolare di Alana “Honey Boo Boo” Thompson (6 anni nella prima stagione), che partecipava a concorsi di bellezza per bambine. Iperconsapevoli della telecamera che li filmava, Alana e i suoi famigliari non evitavano

37. Cit.

38. USA, 2012-2014.

comportamenti socialmente sanzionabili, come lavarsi i capelli nel lavandino della cucina o mangiare voracemente palline di formaggio. Apparentemente la mancanza di contegno avvalorerebbe l'idea di reality come mimesi (sguardo trasparente) della vita quotidiana della famiglia di Alana, ma il protagonismo della bambina e il suo travestimento per i concorsi di bellezza (trucco, messa in piega, abbigliamento) rendevano evidente la sua consapevolezza di essere sotto i riflettori. Sapere di essere oggetto di spettacolo pur non avendo particolari qualità (l'incremento del numero di reality impone la ricerca di contesti *naïve*) innesca la rivendicazione della *naïveté* come degna di spettacolarizzazione, e ne consegue un'ostentazione paradossale dell'immediatezza che porta all'opacità e all'ipermediazione. Ma la spirale che si allontana dalla realtà non termina con la messa in onda dello show né con l'apparato paratestuale di commenti indignati³⁹, perché esistono anche rielaborazioni di *Here Comes Honey Boo Boo*, come quella della serie TV animata *South Park*⁴⁰, un esempio di satira intelligente e dissacrante della società e dei costumi statunitensi. Nella nona puntata della sedicesima stagione (significativamente intitolata *Raising The Bar*, "alzando l'asticella"), Alana e sua madre sono guardate in TV dai protagonisti bambini

39. Per esempio su "Hollywood Reporter": «At some point, awful is just awful instead of entertaining. And isn't it about time TLC was held accountable for making the world a worse place?», www.hollywoodreporter.com/bastard-machine/here-comes-honey-boo-boo-alana-mama-364933, ultima consultazione 11 luglio 2016, 14:12.

40. USA, 1997-in corso.

di *South Park*: la piccola star deve subire il trapianto del cuore di un maiale. Nello schermo televisivo all'interno della serie (una inquietante *mise en abyme*), "Mama June" dice, con accento meridionale: «We ain't got no shame about our way, because our way makes us sexy» ("Non ci vergogniamo di come siamo, perché è come siamo che ci rende sexy").

Quello che Wallace definisce il "voyeurismo televisivo"⁴¹ genera tre illusioni:

L'illusione n. 1 è proprio l'idea che noi siamo spie: gli spiati dietro lo schermo stanno soltanto fingendo di ignorare la cosa. Loro sanno perfettamente che noi siamo lì fuori. E che noi stiamo lì ce l'hanno ben presente anche quelli che stanno dietro alla seconda lastra di vetro, cioè alle lenti e ai monitor che i tecnici e i registi usano per scagliare contro di noi le immagini visibili con la massima ingenuità. Ciò che vediamo è lungi dall'essere un'immagine rubata, ci viene offerta: illusione n. 2. Inoltre, illusione n. 3, quello che stiamo guardando attraverso il vetro dello schermo non sono situazioni reali che si svolgerebbero – e neppure potrebbero svolgersi – allo stesso modo senza la consapevolezza di avere un Pubblico⁴².

Per questo diventa difficile capire quale sia la realtà e quale la rappresentazione. Il principale problema che ne deriva è che la realtà stessa si piega ai modi della rappresentazione, e lo fa a partire da "narrazioni" che non sono state concepite da uno scrittore,

41. Wallace, *E Unibus Pluram*, cit., p. 32.

42. Ivi, p. 33.

sceneggiatore o regista, ma improvvisate dagli stessi spettatori televisivi, il che genera l'impoverimento della capacità del pubblico di fruire di prodotti culturali elaborati con un consapevole bilanciamento delle informazioni, per non parlare di veicolare un messaggio o una morale. La televisione dei reality non veicola altro che sé stessa.

Per non correre il rischio di identificare il mezzo (i mezzi) con i suoi (loro) contenuti, occorre considerare che la qualità di alcuni prodotti video – non solo in termini tecnici ma anche narrativi – è tale che riescono a illuminare aspetti del reale e la deriva negativa delle tecnologie dagli stessi schermi che vengono identificati come l'origine del problema. È il caso della serie televisiva britannica *Black Mirror*⁴³, che in puntate autoconclusive realizza piccole distopie sulla tecnologia. La seconda puntata della prima stagione, *15 Millions of Merits*, è ambientata in un futuro in cui tutti devono pedalare per produrre energia e guadagnare dei crediti (*merits*) da spendere in cibo, dentifricio e gadget per il proprio avatar, mentre guardano le trasmissioni dagli schermi della loro postazione lavorativa o dalle pareti del cubicolo in cui abitano. L'unica possibilità di riscatto è fornita dalla partecipazione allo *Show*, un reality della tipologia talent tragicamente simile a quelli che si sono moltiplicati negli ultimi anni (*X Factor*, *Italia's Got Talent...*) e che, lungi dal fornire l'occasione per essere sinceri di fronte a milioni di spettatori, inglobano e fanno propria qualsiasi forma di dissenso.

43. 2011-in produzione.

Che la critica alla condizione di spettatori privi di ambizioni provenga da un prodotto la cui visione presuppone di essere spettatori non è più paradossale, è una delle strade per operare una analisi critica penetrante, diametralmente opposta alla prassi ironica del *pastiche* insensato.

4. «Oddio come sei banale a chiedermi cosa voglio dire davvero». L'ironia e l'impossibilità di avanzare critiche costruttive

Un altro rischio evidenziato da Wallace – sia in *Infinite jest* che in *E Unibus Pluram* –, oltre a quello della confusione fra la realtà e la sua rappresentazione, è l'incremento dell'ironia dissacrante, che impedisce ogni critica seria al panorama televisivo:

E state attenti: l'ironia ci tiranneggia. La ragione per cui l'ironia onnipresente nella nostra cultura è allo stesso tempo così potente e così insoddisfacente è che chi usa l'ironia è impossibile da inchiodare. Tutta l'ironia degli Stati Uniti è basata su un implicito “non sto dicendo sul serio”. Quindi che cosa dice seriamente l'ironia, in quanto modello culturale? Che è impossibile dire qualcosa sul serio? [...] Più probabilmente, penso, l'ironia di oggi finisce col dire: “Oddio come sei *banale* a chiedermi cosa voglio dire davvero”⁴⁴.

Se da un lato la satira di *South Park* è funzionale alla denuncia delle aberrazioni della società statunitense,

44. Wallace, *E Unibus Pluram*, cit., pp. 88-89.

dall'altro i fenomeni parodistici – che oggi si manifestano anche semplicemente con internet meme e gif – sono paragonabili a «quegli stili artistici e architettonici 'contaminati' e citazionisti in cui 'il passato diventa pastiche'»⁴⁵.

In *E unibus pluram* Wallace riassume un percorso che va dall'ironia postmoderna letteraria, volta a smascherare un sistema di valori che erano propagandati dalla televisione negli anni Sessanta pur essendo ormai in disuso (l'autorità paterna, l'ingenuità, il sentimentalismo) all'ironia televisiva autoreferenziale, che ha «la capacità di interdire la domanda senza occuparsi del suo oggetto»⁴⁶: in questo modo, sostiene Wallace, diventa impossibile far sentire la propria voce e criticare i programmi televisivi, perché la televisione stessa ha fatto propria l'ironia rendendola asse portante del suo palinsesto.

In più di vent'anni si sono estese le possibilità dissacratorie: la multimedialità e la convergenza dei media hanno messo al servizio del chiacchiericcio ironico più piattaforme, e la possibilità per chiunque abbia una connessione internet di dire la propria (la capacità di «scegliere ulteriormente il modo esatto in cui desidera memorizzare, migliorare, editare, ricombinare e riproporre a se stesso quelle immagini nell'intimità della sua casetta e del suo cervello»⁴⁷), in più queste rielaborazioni sono on line, a disposizione del pubblico.

In assenza di qualcosa da dire, si è optato per il *pastiche*. Alcuni esperimenti di footage ironico sono

45. Ivi, p. 84, corsivo originale.

46. Ivi, p. 89.

47. Ivi, p. 95.

molto divertenti⁴⁸ da fruire e, su computer, smartpho-
ne o tablet, possono diventare il focolare attorno cui
trascorrere serate in compagnia; ciò non toglie che
non rappresentino una forma di produzione dal basso
in grado di illuminare aspetti inediti della società né
consentano di dare voce a contesti e istanze. E, nella
misura in cui lo fanno, raccontano una generazione
cresciuta di fronte a schermi di varie dimensioni, che
ha più familiarità con Peppa Pig che con una fattoria.

Un esempio delle elaborazioni più articolate di
pastiche in cui la somma dei riferimenti non dà un
risultato maggiore è offerto dal canale YouTube di
Nocoldiz⁴⁹. Il video *È finito il vino*⁵⁰, visualizzato oltre
tre milioni di volte dalla sua pubblicazione on line nel
2013, è un montaggio di scene dalla prima stagione
di *Game of Thrones* il cui leitmotiv è dato dalla ripe-
tizione di poche battute del personaggio di Robert
Baratheon («Tu sei Rob»; «Vino!»), da cartoni anima-
ti su Gesù, dall'audio del reality sugli allievi di una
scuola di danza come commento vocale a scene di
battaglia, da scene di *The Lord of The Rings* e dalla te-
sta di Enrico Mentana che compare sulla Barriera che
difende Westeros dai *wildings*. Si tratta di un collage
di riferimenti culturali pop contemporanei che non

48. In *Infinite jest* si parla del saggio di una docente che si
interrogava «sul perché tanti film esteticamente ambiziosi fossero
così noiosi e perché l'intrattenimento commerciale, merdoso e
riduttivo com'era, fosse così divertente» (1.137).

49. www.youtube.com/user/nocoldiz, ultima consultazione 19
febbraio 2018, 09:00.

50. www.youtube.com/watch?v=2K2ZODIjnZY, ultima
consultazione 19 febbraio 2018, 09:05.

dice null'altro se non che la condizione di spettatori seriali fa sì che Gandalf e Ned Stark siano personaggi familiari a numerosi occidentali. Il procedimento artistico di Nocoldiz è caratterizzato dalla reiterazione, dalla sovrapposizione ironica di audio e video di fonti differenti, dalla giustapposizione di scene, dall'inserimento di immagini sul video. L'opacità (effetto dell'ipermediazione) è evidente: l'autore non nasconde i montaggi, che sono volutamente grossolani, intenzionalmente dilettareschi. Si tratta di una rimediazione (una trasposizione su nuovo un *medium*) che non mira alla trasparenza.

Gli stessi procedimenti di montaggio sono utilizzati da Gioele Gentile⁵¹, che utilizza i video di interviste a persone comuni di Bari montandoli in modo da deformare e reiterare l'audio, creando l'effetto del nonsense, applicando effetti alle immagini, che si fanno speculari o gonfiate. Il più visualizzato, *La brace accesa*⁵² (più di un milione di visualizzazioni) è un montaggio di interviste sul menù delle festività natalizie baresi; i materiali giustapposti e deformati sono inframmezzati da una finta interferenza televisiva, il rumore grigio delle TV a tubo catodico, che ribadisce la natura mediata dei contenuti e restituisce l'effetto dello zapping televisivo.

Nocoldiz e Gioele Gentile si inseriscono in un filone definito YTP, acronimo di YouTube Poop: nonostante la definizione poco lusinghiera, se ne è occu-

51. www.youtube.com/channel/UCREXAXFJ6do7Qehp24Vz36A, ultima consultazione 19 febbraio 2018, 09:30.

52. www.youtube.com/watch?v=MoU7zdpCKos, ultima consultazione 19 febbraio 2018, 09:35.

pata anche l'accademia. Sul sito dei corsi di Law & Technology dell'università di Yale, la YTP viene spiegata così:

As its name implies, YouTube Poop involves video remixes that reduce their source material into nonsense. The resulting video (called a "poop") subverts its original content by slicing and dicing the video and audio, adding visual effects, and mashing several videos into one⁵³.

Tornando a Wallace: «Questo è in fondo quello che fa la televisione: sceglie, fa bollire, filtra e ripropone come un decotto ciò che essa pensa che la cultura americana voglia vedere e sentire dire di se stessa»⁵⁴.

Inutile chiosare che, se si riducesse a questo, la produzione artistica dal basso darebbe conto di una deriva ironica incapace di creare senso.

5. «Tu, rimani con noi». L'imperativo televisivo e il limbo fra realtà e finzione

Ero da solo [...] e cercavo di farmi ruotare un pallone da calcio sul dito guardando la soap opera della Cbs *Così gira il mondo* sul piccolo Zenith in bianco e nero, senza simpaminarmi né spipacchiare niente di particolare, stavo solo lì come un allocco demotivato. [...] Fatto sta che ero lì che cercavo di

53. www.yalelawtech.org/fair-use-remix-culture/youtube-poop-meme-as-art-community, ultima consultazione 19 febbraio 2018, 09:50.

54. Wallace, *E Unibus Pluram*, cit., p. 89.

farmi ruotare il pallone sul dito e guardavo la soap opera, tra l'altro strapiena di pubblicità [...] e alla fine di ogni stacco pubblicitario compariva l'inquadratura simbolo della soap opera con un pianeta terra rotante visto dallo spazio, e la voce dell'annunciatore diurno della Cbs diceva: «Così gira il mondo e tu, rimani con noi», e, quel giorno in particolare, sembrava dirlo ogni volta con più incisività: «Così gira il mondo e tu, rimani con noi», finché il tono non ha cominciato a sembrare quasi incredulo: «Così gira il mondo e tu, rimani con noi» e tutt'a un tratto mi ha colpito la realtà nuda e cruda di quella frase. Non dico una metafora ironica di stampo umanistico, ma quello che diceva, alla lettera, il semplice livello superficiale. [...] L'annunciatore in realtà continuava a dire che cosa stavo letteralmente facendo⁵⁵.

Come evidenziato da questo passo del postumo *Re pallido*, nonostante la diversificazione degli schermi da cui farsi ipnotizzare, è possibile essere colpiti dalla rivelazione improvvisa di stare vivendo parasitariamente vite altrui, narrativamente costruite, al posto della propria. La visione di numerosi schermi impedisce, di fatto, l'esperienza diretta. Per quanto un atteggiamento ironico mantenga nello spettatore nell'illusione di essere superiore a ciò che guarda («l'alibi allora in voga [era] di farsene gioco»⁵⁶), di fatto ci si trasforma in spettatori.

Il rischio di intrattenimento ipnotico qui rappresentato è forse più pericoloso sia dell'annacquamen-

55. David Foster Wallace, *Il re pallido*, traduzione di Giovanna Granato, Einaudi, Torino 2011, pp. 287-289.

56. Ivi, p. 288.

to della realtà frutto della rifrazione messa in atto dai reality show che dell'ironia non costruttiva, e di questi due è una somma: si tratta della visione compulsiva di un prodotto narrativamente elaborato (nel caso del *Re pallido*, una soap opera) con l'alibi di avere un atteggiamento ironico, una posizione interpretativa di superiorità ma, di fatto, annullando il contesto reale attorno a sé e trasformandosi da individuo a funzione del vedere. Lo slittamento della realtà non avviene più, in questo caso, all'interno dello schermo (con i concorrenti dei reality che recitano nella parte di sé stessi), ma dalla parte di chi guarda, che trasfigura la realtà in funzione del proprio essere spettatore.

Wallace fornisce un altro esempio del rischio di essere catturati da una trasmissione televisiva al punto da considerarla "vera", addirittura più reale della realtà, o ad essa sovraordinata, come un manuale di istruzioni sul mondo; Steeply, uno dei personaggi impegnati nella sottotrama complottista di *Infinite jest*, racconta al suo interlocutore:

Mio padre [...] Lo guardavamo consumarsi per una specie di intrattenimento. [...] Ma niente di simile a questo Intrattenimento [la cartuccia ipnotica] – un normalissimo programma televisivo di quelli vecchi⁵⁷.

Come nel passo citato all'inizio di questo paragrafo, Steeply confonde i piani della finzione e della realtà: «Il programma si chiamava M*A*S*H. Il titolo era un

57. Wallace, *Infinite jest*, cit., p. 766.

acronimo, non un comando⁵⁸. Mi ricordo che quando ero bambino facevo un po' di confusione su questo punto»⁵⁹. Il padre di Steeply aveva cominciato a non uscire più di casa per rivedere non solo M*A*S*H nella sua programmazione ordinaria, ma anche le repliche, ritenendo che «fossero importantissime per lui. Da non perdersi»⁶⁰, quindi aveva iniziato a citare battute della serie per spiegare le proprie idee e poi, dopo anni di schiavitù seriale,

stava lavorando a un libro segreto che rivedeva e spiegava molto della storia militare, medica, filosofica e religiosa del mondo per mezzo di analogie con certi codici tematici sottili e complessi di M*A*S*H⁶¹.

La follia del padre di Steeply, incapace di distinguere il piano della finzione da quello della realtà, preconizza la condizione catatonica delle vittime dell'Intrattenimento letale, la cartuccia *Infinite jest*. È questo il rischio che possiamo intravedere nella società contemporanea, mediatizzata al punto da integrare lo spettacolo nella quotidianità, da non consentire una separazione fra diegetico ed extradiegetico.

Riprendendo una delle prime citazioni di questo saggio:

La teoria personale di Tom Flatto è che il fascino abbia qualcosa a che fare con la densità. Il bisogno

58. Mash significa 'schiacciare', 'tritare', e si può leggere come un imperativo.

59. Wallace, *Infinite jest*, cit., p. 766.

60. Ivi, p. 767.

61. Ivi, p. 773.

compulsivo della visione. La teoria consiste nel fatto che con una pièce olografica veramente sofisticata si arriva alla densità neurale di un vero e proprio spettacolo teatrale senza perdere il realismo selettivo dello schermo-visore. Che la densità e il realismo siano troppo potenti, insieme⁶².

L'Intrattenimento letale immaginato da Wallace è denso e realistico. L'impressione di realismo causa la confusione dei piani, e questo rischio oggi è amplificato con YouTube e i social network. Videorecensioni, blog personali e piattaforma social creano l'impressione della trasparenza, della comunicazione diretta, non filtrata fra produttore di contenuti e pubblico (ruoli quasi completamente sovrapposti); se è possibile perdere il senso della realtà anche in narrazioni strutturate e concepite come interamente finzionali, come le serie TV (lo fa il personaggio del *Re pallido* che interpreta il «tu, rimani con noi» non come una esortazione ma come una constatazione, lo fa ancor più il padre di Steeply sedotto da $M^*A^*S^*H$), nel flusso narrativo privo di centro dei social network diventa impossibile trovare un appiglio che distingua la realtà dallo spettacolo. Le telecamere del computer nelle stanzette dei vlogger sembrano consentire incursioni nelle vite reali di questi ragazzi, e d'altra parte lo sono, perché i videogame a cui giocano mentre filmano il proprio schermo⁶³ costituiscono la loro realtà, un contesto a

62. Ivi, p. 589.

63. Al primo posto nella classifica degli youtuber italiani nel 2016 (<http://socialblade.com/youtube/top/country/it>, ultima consultazione 12 luglio 2016, ore 14:11) c'è FavijTVM, che

loro più familiare della vita “vera”; lo scorrimento ipnotico della propria bacheca di Facebook è il corrispettivo virtuale di una passeggiata nella piazza di paese, e le “voci” degli “amici” sono indistinguibili da esternazioni reali.

In *Remediation*, a proposito della produzione di contenuti, si osserva che

Ciò che caratterizza l'arte contemporanea è l'insistenza con la quale l'osservatore continua a focalizzare la propria attenzione sulla superficie o, in casi estremi, il tentativo di tenere l'osservatore legato alla superficie per un tempo indefinito. All'interno della logica dell'ipermediazione l'artista (o programmatore multimediale o web designer) cerca di rendere lo spettatore consapevole del medium come medium e di far sì che si rallegri di questa scoperta⁶⁴.

È, ancora una volta, la dialettica fra trasparenza e opacità e costituire il rischio maggiore per la realizzazione dell'intrattenimento ipnotico: la consapevolezza del *medium* in quanto tale cede il posto all'annullamento della distanza fra produttore e consumatore di contenuti; consapevole del mezzo, lo spettatore *se ne rallegra*, e fa sì che la comunicazione mediata sia inglobata nel proprio orizzonte reale come parte altrettanto concreta del proprio contesto. Con le continue innovazioni

commenta videogiochi, in una finestra sovrapposta in alto sullo schermo, mentre li svolge. Anche St3pNy, al terzo posto nella classifica, commenta dei videogiochi (principalmente Minecraft), così come ilvostrocaraDexter (1.736.156 iscritti al canale).

64. Bolter e Grusin, *Remediation*, cit., p. 67.

tecnologiche la fruizione si fa sempre più ipermediata ma allo stesso tempo immersiva: con i video girati a 360°, che si sovrappongono alla realtà in maniera sempre più definita e dettagliata, con la realtà aumentata – la cui stessa definizione è distopica, sembra provenire da un libro di Philip Dick o William Gibson, da 1984 o *Brave New World* – che inserisce elementi in un contesto reale – benché filtrato, ancora una volta dallo schermo (un esempio su tutti la app PokemonGo).

Perdersi nell'infinito intrattenimento significa essere sospesi fra reale e finzionale, galleggiare fra due contesti che sono interconnessi e indistinguibili, esserne ipnotizzati e non desiderare altro che vedere ancora, riducendo la propria individualità alla funzione della visione, farsi recettori acritici, trasformarsi in spettatori.



Carlotta Susca (1984) è editor, ghost writer e consulente editoriale. Laureata in Scienze della Comunicazione, ha due lauree specialistiche (in Editoria libraria e multimediale e in Filologia moderna) ed è dottoranda all'Università degli Studi di Bari 'Aldo Moro' con un progetto di ricerca sulle serie TV nell'ambito della Teoria della narrazione. È stata docente per tre anni del del laboratorio di Editoria libraria e multimediale all'Università di Bari; tiene corsi di editoria e scrittura e scrive di serie TV su Letteratitudine e su Culture Future.

Ha pubblicato la monografia *David Foster Wallace nella Casa Stregata. Una scrittura tra Postmoderno e Nuovo Realismo* (Stilo, Bari, 2012) e ha curato la raccolta *Addicted. Serie TV e dipendenze* (Liberaria, Bari, 2017).

Bibliografia

- Bolter Jay David, Grusin Richard, *Remediation. Competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi*, prefazione e cura di Alberto Marinelli, traduzione italiana di Benedetta Gennaro, Guerini Studio, Milano 2003 [ed. orig. *Remediation. Understanding New Media*, Cambridge, London, The MIT Press, 1999].
- De Biase Luca, *Homo pluralis. Essere umani nell'era tecnologica*, Codice, Torino 2015.
- Ercolino Stefano, *Il romanzo massimalista*, Bompiani, Milano 2015.
- Giovagnoli Max, *Cross-media: le infinite e possibili visioni della fiction post-seriale*, in Sergio Brancato (a cura di), *Post serialità. Per una sociologia delle tv-series. Dinamiche di trasformazione della fiction televisiva*, Liguori, Napoli 2011.
- Gotschall Jonathan, *L'istinto di narrare. Come le storie ci hanno reso umani*, traduzione italiana di Giuliana Oliviero, Bollati Boringhieri, Torino 2014 [titolo originale *The Storytelling Animal. How Stories Make Us Human*].
- Granata Paolo, *Ecologia dei media. Protagonisti, scuole, concetti chiave*, Franco Angeli, Milano 2015.
- Ong Walter J., *Oralità e scrittura. Le tecnologie della parola*, traduzione di Alessandra Calanchi, il Mulino, Bologna 2014 [ed. orig. *Orality and Literacy: The Technologizing of the World*, London and New York, Methuen, 1982].
- Sartori Giovanni, *Homo videns. Televisione e post-pensiero*, Laterza, Roma-Bari 2011.
- Susca Carlotta, *David Foster Wallace nella Casa Stregata. Una scrittura fra Postmoderno e Nuovo Realismo*, Stilo, Bari 2012.
- Wallace David Foster, *E Unibus Pluram: Gli scrittori americani e la televisione*, in Id., *Tennis, Tv, Trigonometria, Tornado (e altre cose divertenti che non farò mai più)*, traduzione di Christian Raimo e Martina Testa, minimum fax, Roma 1999.

Id., *Infinite jest*, traduzione di Edoardo Nesi, con la collaborazione di Annalisa Villoresi e Grazia Giua, Einaudi Torino 2006 [tit. orig. *Infinite Jest*].

Id., *Questa è l'acqua*, in Id., *Questa è l'acqua*, a cura di Luca Briasco, traduzione di Giovanna Granato, Einaudi, Torino 2009 [tit. orig. *This is Water*].

Id., *Il re pallido*, traduzione di Giovanna Granato, Einaudi Torino 2011 [tit. orig. *The Pale King. An Unfinished Novel*].

Filmografia

Black Mirror, Regno Unito, ideata da Charlie Brooker, 2011-in produzione.

Here Comes Honey Boo Boo, USA, 2012-2014.

South Park, USA, di Trey Parker, Matt Stone, 1997-in produzione.

Sitografia

Gentile, Gioele, pagina YouTube, www.youtube.com/channel/UCREXAXFJ6do7Qehp24Vz36A.

Gentile, Gioele, *La brace accesa*, www.youtube.com/watch?v=MoU7zdpCKos.

Goodman, T., 'Honey Boo Boo': *That Joke Isn't Funny Anymore*, www.hollywoodreporter.com/bastard-machine/here-comes-honey-boo-boo-alana-mama-364933.

Lyke H.J., *What Would Our Founding Fathers Say? How Today's Leaders Have Lost Their Way*, p. 34, nota 20, su Google Books all'indirizzo https://books.google.it/books?id=HTN-ZsXe5qawC&pg=PA34&lpg=PA34&dq=De+facto+motto+of+the+United+States&source=bl&ots=lqipTx7Duo&sig=X2TQXAE1Kh62sv6iQZvguII-N2A&hl=en&sa=X&ei=T61CVPzfPKH2iQKLyICIBQ&redir_esc=y#v=onepa

ge&q=De%2ofacto%2omotto%2oof%2othe%2oUnited%2o States&f=false.

Nocoldiz, pagina su YouTube, www.youtube.com/user/nocoldiz.

Nocoldiz, *È finito il vino*, www.youtube.com/watch?v=2K2ZO-DIJnZY.

Riproduzione automatica dei video, Centro assistenza YouTube, <https://support.google.com/youtube/answer/6172631?hl=it>.

Scott, A.O., *The Best Mind of His Generation*, www.nytimes.com/2008/09/21/weekinreview/21scott.html?_r=0.

Top 100 YouTubes in Italy by SB Score, <http://socialblade.com/youtube/top/country/it>.

William A., *YouTube Poop: Meme as Art, Community*, www.yalelawtech.org/fair-use-remix-culture/youtube-poop-meme-as-art-community.

