



Cinzia Schiavini¹

SENZA MARE ALL'ORIZZONTE: TURISMO DI MASSA, CONSUMO E SPETTACOLO IN *A SUPPOSEDLY FUN THING I'LL NEVER DO AGAIN* DI DAVID FOSTER WALLACE

1. David Foster Wallace, il viaggio per mare e gli studi (post)culturali

Nonostante la letteratura di mare statunitense sia sovente identificata soprattutto con la grande narrativa ottocentesca, da James Fenimore Cooper a Richard Henry Dana e fino a Herman Melville (e con una regione, il New England, per cui il mare è stato a lungo motore economico primario), l'oceano non ha mai perso il proprio fascino nella cultura degli Stati Uniti, e ancora oggi le geografie d'acqua continuano a essere un terreno fertile di metafore e di paradigmi per leggere e interpretare la cultura e la società.

Accanto alla centralità simbolica di uno spazio di terra divenuto ben presto incarnazione delle proiezioni identitarie ed espansionistiche di una nazione "altra" non da ultimo per il suo essere, allo sguardo europeo, oltreoceano, anche i contorni d'acqua di quel mondo si sono prestati fin dagli albori della parabola nazionale a farsi riflesso di volontà e di tensioni politiche, sociali e culturali che hanno profondamente plasmato la storia coloniale prima e statunitense poi.

Da vuoto che separava il noto dall'ignoto e dalla promessa nella tradizione puritana, l'oceano è divenuto nei secoli successivi lo spazio imprescindibile per capire la rapida espansione economica e politica statunitense, legato indissolubilmente com'è alle esplorazioni, alla tratta degli schiavi, alla pirateria, all'industria nautica, all'immigrazione, al contrabbando. Al contempo, esso si è caricato nell'immaginario occidentale di significati plurimi e non di rado antitetici: simbolo di vita e della sua distruzione, soglia di protezione e pericoloso limine, legame fra mondi e spazio dell'esilio - in una complessità e fantasmagoria di letture tale per cui "the instability, changeableness, even paradoxicality of water accounts for much of the human relationship to it." (Klein e Mackenthun 1-2).

Nel contesto teoretico post-moderno, l'oceano è divenuto un mezzo ideale per ripensare i paradigmi modernisti dell'identità e della soggettività, e i modi in cui questi ultimi vengono traslati in spazio (Steinberg 156-169). Si pensi alla lettura che dell'oceano danno Gilles Deleuze and Félix Guattari, lo "spazio liscio per eccellenza" che si posiziona apparentemente (anche se temporaneamente) al di fuori delle "striature" che rendono la differenza calcolabile e dunque riconducibile ad una gerarchia. Si pensi alle riflessioni sul concetto di eterotopia di Michel Foucault e all'analisi della nave come eterotopia per eccellenza, luogo senza luogo (Foucault); o ancora alla fluidità dell'esperienza e del capitale e l'equazione fra mobilità, immaterialità e potere analizzate da Zygmunt Bauman nel suo *Modernità Liquida* (2000), per cui quest'ultima è sinonimo delle più recenti forme fenomenologiche assunte dal capitale globale, coi suoi contorni instabili e le forze profonde e spesso invisibili che lo muovono.

Oltre che del capitale, la liquidità è stata più in generale il paradigma per comprendere la materialità apparentemente indistinta e anonima del contesto trans-nazionale e delle sue invisibili (ma esistenti) sedimentazioni storiche, nonché l'emblema dei criteri ontologici attraverso cui è possibile riconfigurare le teorie sul contemporaneo. Come sottolinea Iain Chambers, "The centrality of sea to modernity promotes the adoption of a more fluid cartography in which the stability of the historical archive, together with the stability of its associated facts, territorial museums, and nationalist interpretations, is set afloat: susceptible to drift, unplanned contacts, even shipwreck. Histories and cultures are held in an indeterminate suspension in the sea, connected, rather than divided, by water" (681).

Proprio in quanto serbatoi metaforici e teoretici usati per illustrare i fenomeni e le temperie culturali, sociali ed economiche che agitano la post-modernità, non sorprende che echi delle geografie d'acqua compaiano, a

¹ Cinzia Schiavini è autrice di *Strade d'America*. L'autobiografia di viaggio statunitense contemporanea (*Shake*, 2011) e di *Leggere Twain* (*Carocci*, 2013). Insieme a M. Maffi, C. Scarpino e M.S. Zangari, è co-autrice di *Americana*. *Storie e culture degli Stati Uniti dalla A alla Z* (*Saggiatore* 2012) e, con C. Scarpino e M. S. Zangari, di *Guida alla letteratura degli Stati Uniti. Percorsi e protagonisti (1945-2014)*. Fa parte della redazione di *Àcoma*: Rivista internazionale di studi Nord-Americani.



livello reale e metaforico, anche nelle opere dei più importanti esponenti del postmoderno americano. Se già in Thomas Pynchon l'universo oceanico torna a riaffiorare ripetutamente, da *Gravity's Rainbow*, 1973 a *Mason & Dixon*, 1997 (Berressem), nel caso di John Barth si è addirittura parlato di una "metafiction nautica" che parte dalla sua opera più famosa, *The Floating Opera* (1956), con la narrazione che fluttua proprio come una nave galleggiante, attraversa *The Sot-Weed Factor* (1969), satira dell'impresa coloniale a fine Seicento, fa capolino in *Lost in the Funhouse* (1968, con la nuotata iperbolica degli spermatozoi), culmina in *Sabbatical* (1982), con le vicende dell'ex agente della CIA e della moglie e le riflessioni su letteratura e vita, e prosegue con *The Tidewater Tales* (1987) e *The Last Voyage of Somebody The Sailor* (1991), a rinsaldare ulteriormente, fin dai titoli, il legame fra il viaggio per acqua e la scrittura (Berthold; Beressem).²

Tuttavia, come diversi studiosi ci hanno ricordato (Klein 2002; Klein e Mackenthun; Blum), il mare non è solo una metafora; è spazio reale, una arena economica, di storia, attraversata da merci e persone – marinai, pescatori, schiavi, emigranti ed immigrati, legali e illegali. È tanto il paradigma del capitalismo moderno quanto una sua revisione e messa in discussione, con gli spazi trans-nazionali delle navi che divengono siti di conflitto fra culture, generi, classi. Declinazione e metafora del transitorio, del movimento, di legami e di identità divise, l'oceano è anche uno spazio economico in grado di fagocitare persino quell'immaginario che da sempre cerca di circoscriverlo – come, rispondendo all'affermazione di Foucault (secondo il quale "Le navire, c'est l'hétérotopie par excellence. Dans les civilisations sans bateaux les rêves se tarissent, l'espionnage y remplace l'aventure, et la police, les corsairs" – Foucault 49), sottolineò David Harvey: "I keep expecting these words to appear on commercials for a Caribbean Cruise."³

Il riferimento di Harvey alle navi da crociera va al cuore di ciò che oggi è il mare nella vita e nell'immaginario popolare americani: con un numero sempre minore di statunitensi che si guadagnano da vivere grazie alla pesca e al commercio, l'esperienza oceanica assume principalmente le forme del turismo, da quelle più sofisticate del mondo della vela, all'intrattenimento diversificato e sovente massificato offerto dalle meganavi. Sono proprio queste ultime a costituire un terreno di indagine particolarmente significativo per quanto riguarda la relazione fra il turismo di massa e le dinamiche del postmoderno, nonché, più in particolare, per la rinegoziazione dei confini fra il qui e l'altrove, fra il sé e l'altro da sé in esso insita.

Nella sua forma apparentemente anti-gerarchica, con un limine sempre più indistinto fra rappresentazione e reale, fra prodotto e spettacolo; nell'intreccio fra fruizione estetica e profitto commerciale, il turismo di massa odierno condensa e amplifica molte delle dinamiche della condizione postmoderna, declinata nei suoi aspetti più squisitamente materiali. Come ricorda Chris Royek, l'espandersi dell'industria turistica si fonda sulla *commodification* dello spazio - uno spazio che, proprio in quanto bene di consumo, diviene soggetto a un sempre più rigido controllo, solo in apparenza negato dall'equazione fra vacanza e libertà.

All'interno del turismo di massa, il segmento crescente rappresentato dalle meganavi costituisce, tanto nei suoi riverberi nella cultura popolare quanto nelle sue zone d'ombra di ordine economico, l'essenza stessa della globalizzazione. A riflettere quanto il turismo da crociera ne rappresenti forse la miglior sintesi vi sono, inconfutabili, i numeri: con un incremento del 1000% dal 1970 ad oggi (e negli Stati Uniti del 2200%, con un passaggio da 500.000 a quasi 11 milioni all'anno fra il 1970 e il 2004 – Klein 2006), è il settore turistico a più rapida crescita, la cui ascesa in termini di passeggeri è direttamente proporzionale al loro reddito e inversamente alla loro età. All'aumento di questi ultimi è corrisposto quello degli investimenti delle pochissime compagnie che operano nel settore, la cui riduzione in seguito a fusioni, acquisizioni e fallimenti ha portato a un oligopolio esercitato da due-tre compagnie. Forti dei loro capitali e per massimizzare i profitti, queste ultime hanno investito negli ultimi decenni nella costruzione di navi di dimensioni impensabili fino a qualche decennio fa, passate da una capienza di meno di mille passeggeri degli anni Settanta a tremila o addirittura quattromila negli ultimi vent'anni.

Oltre alla concentrazione di capitali in una manciata di grandi *corporation*, il sistema del turismo da crociera è particolarmente significativo nel discorso sulla globalizzazione per un'altra sua caratteristica, centrale per

² Anche se meno sperimentali, non vanno poi dimenticati *Ship of Fools* (1962) di Katherine Anne Porter, cronaca di un viaggio transatlantico del 1932 di un gruppo di passeggeri di diverse provenienze, ma accomunati tutti dalla sterilità delle rispettive vite; e *What a Way to Go* (1962) di Wright Morris, peregrinazione nel Mediterraneo in cerca della giovinezza perduta. Si veda Springer.

³ David Harvey, "Cosmopolitanism and the Banality of Geographical Evils", <http://davidharvey.org/media/cosmopol.pdf>.



comprenderne, insieme all'aumento dei passeggeri, l'altissima redditività: il suo livello unico di deterritorializzazione: come nota Robert Wood, "Huge floating chunks of capital, they are intrinsically mobile and capable of being repositioned at a moment's notice. Unlike land resorts, cruise ships can change their locations to escape bad weather, political instability, or other things their owners may not like" (398).⁴

Tale deterritorializzazione si traduce in un duplice vantaggio economico: le grandi navi prosperano grazie sia alla loro sede non di rado ubicata nei paradisi fiscali, sia grazie all'accesso a una forza lavoro globale (Wood 401), in larga parte sfruttata a causa dell'assenza di tutele sindacali nei paesi dove la nave è registrata (Dallen), che non richiedono, oltre a salari minimi, nemmeno i necessari standard di sicurezza e di ridotto impatto ambientale.⁵

Al turismo di massa per mare David Foster Wallace, uno degli scrittori statunitensi maggiormente legati alla tradizione del post-moderno e ai suoi due riferimenti iconici, John Barth e Thomas Pynchon, ha dedicato uno dei reportage più celebri, divertenti e al contempo disperanti della narrativa contemporanea: *Una cosa divertente che non farò mai più (A Supposedly Fun Thing I'll Never do Again, 1997)*, *travelogue* che reinscrive la relazione fra la nave e il mare nelle dinamiche della globalizzazione e di un consumismo materiale tanto concreto quanto iconico, trasfigurato in immagine e reso così universale grazie alla sua relazione imprescindibile con i media. Ispirato al *New Journalism* di Thomas Wolfe e Hunter S. Thompson (un genere che ha il merito di ridurre la distanza fra il lettore e l'oggetto della narrazione), nonché uno dei pochi saggi verso cui l'autore non fu a posteriori critico, *A Supposedly Fun Thing I'll Never Do Again* dimostra l'acuto sguardo di Wallace nelle vesti di critico sociale, nonché la sua capacità di cogliere la stretta interdipendenza fra i diversi livelli di cui si compone l'esperienza del turismo di massa: il piano economico, l'immaginario culturale e le dinamiche psicologiche indotte che plasmano la percezione dell'individuo nei confronti del reale. È questo un elemento ricorrente nella produzione letteraria di Wallace, sia finzionale che saggistica: come sottolinea Paul Giles, "the coruscating brilliance of Wallace's posthumanist style is to find objective correlatives for this American experience of dislocation, to describe how globalization works not just as a distant political theory but as something that affects the hearts and minds of the national community" (340). L'occasione per il viaggio si presentò a Wallace quando la rivista *Harper's*, interessata a un *reportage* sull'esperienza a bordo di una nave da crociera, propose all'autore di imbarcarsi sulla Zenith (da Wallace immediatamente ribattezzata Nadir, a sottolineare l'intento di osservare quel mondo da una prospettiva antitetica), nel suo tour di quattordici giorni nei mari dei Caraibi. Seguendo le orme di Mark Twain, il primo scrittore statunitense che descrisse il turismo di massa marittimo (*Innocents Abroad, 1867*), anche Wallace, per usare le parole del critico T. D. Max, "joins the American hordes dosing themselves on fabricated amusement" (201), attratte dalla promessa della brochure di *non fare assolutamente nulla*, se non divertirsi. Attraverso la cronaca immersa nel tempo sospeso della crociera, Wallace prende in esame il paradosso di un altrove temporale e spaziale che, da contraltare al tempo lavorativo, viene cannibalizzato e re-inglobato nelle dinamiche del quotidiano. Soprattutto, Wallace illustra come tali dinamiche trascendano l'*hic et nunc* e divengano un frammento di una esperienza inesorabilmente distorta e traslata in spettacolo che è motore propulsore del consumo - una spirale a cui si sottrae solamente ciò che non viene percepito come fruibile, poiché in apparenza privo di qualsiasi valore.

⁴ Come nota sempre Wood, "the concept of deterritorialized destinations may also be applied to the private islands frequented by a number of the major cruise companies in the Caribbean. While these technically are part of Caribbean nations, no locals live or are allowed on the premises unless they work there. Royal Caribbean even markets as a 'private island', a heavily fortified piece of Haiti and the promotion of a generic 'island paradise' have, according to one account [Orenstein, 1997], resulted in visitors not even realizing what country they are in" (Wood 399).

⁵ "Not only their ships but also the major companies that own and operate them are uniquely deterritorialized as well. The largest ones are incorporated in places around the world that may have little or nothing to do with where they operate, or with who owns and manages them. Despite the fact that the world headquarters for both are in Florida, Carnival is technically a Panamanian company and Royal Caribbean a Liberian one. Malaysian based Star Cruises is incorporated in Bermuda. While offshore incorporations have become increasingly common in the contemporary global environment, these companies derive special tax benefits from long-standing tax agreements that exempt foreign-owned passenger transport companies from most taxation in the countries they operate" (Wood 399).



2. Consumo, dunque sono: fenomenologia della crociera

Il punto da cui partire è la promessa di quell'assolutamente nulla evocata dall'industria turistica delle navi da crociera: "Just standing at the ship's rail looking out to sea has a profoundly soothing effect. As you drift along like a cloud of water, the weight of everyday life is magically lifted away, and you seem to be floating on a sea of smiles" (Wallace 265), recita la *brochure* della Nadir. Il piacere dovrebbe dunque scaturire dalla libertà dai vincoli imposti dalla vita quotidiana, dalla contemplazione di un altrove senza confini e da un soddisfacimento anche emozionale, in cui la cortesia pare trasformarsi nell'affetto. Eppure, nonostante il tono decisamente comico del racconto (grazie a un'ironia che sembra in realtà l'unica forma di auto-difesa rimasta all'autore), ciò che caratterizza buona parte della crociera è la desolazione, quando non l'autentica disperazione – tanto più profonda quanto più inconfessabile. Una desolazione intrinseca nell'esperienza di viaggio in sé, piuttosto che imputabile alla leggera agorafobia tanto sottolineata di Wallace, o al suo essere altro nel contesto del turismo di massa. Questa disperazione viene emblematicamente sintetizzata dal suicidio di un passeggero sedicenne, poche settimane prima del viaggio dell'autore; un evento che aleggia come un'ombra su tutta la crociera e non scevro, dopo la tragica fine dello stesso Wallace, di un inquietante valore premonitore.

A differenza di buona parte della narrativa di viaggio moderna e parte di quella post-moderna, la delusione sperimentata da questi turisti non è legata alla consapevolezza di come l'altrove sia un miraggio, alla frustrazione di una esperienza autentica impossibile, sostituita da "staged authenticities" (MacCannell)⁶ a uso e consumo turistico. Sia Wallace che i compagni di crociera sono, in questo senso, post-turisti – il cui atteggiamento "involves the cultivation of an ironic disposition to the tourist site. The post-tourist accepts that the site will be swarming with other tourists and treats this as a part of the tourist experience (...) Post-tourists have come to terms with the commodified world and do not hanker after pre-commodified experience" (Royek 45). Il cortocircuito non scaturisce dal mancato contatto fra il qui della nave e l'altrove, ma dal suo esatto opposto: è intrinseco al sistema chiuso che l'esperienza della crociera mira a ricreare, alle dinamiche di fruizione che al suo interno vengono generate e che ne garantiscono il successo sul piano economico. In altri termini, è proprio lo svago a innescare la frustrazione – perché strettamente legato al sistema di produzione e consumo.

Le grandi navi, ora autentiche mete di vacanza invece che mezzi di trasporto verso di essa, possono essere lette come declinazioni dell'eterotopia descritta da Foucault – il luogo in cui il tempo storico è sospeso, che simultaneamente rappresenta, contesta e sovverte gli spazi del quotidiano, ma che sugli stessi principi si fonda. È simbolo di un dissenso incanalato in una rottura del patto sociale che di fatto non infrange quest'ultimo, ma risulta complementare ad esso, come nella logica del carnevalesco bachtiniana, perché temporaneo e reversibile (Urry). Entità chiusa su se stessa invece che ponte con l'altrove, la nave diviene elemento funzionale della società a cui solo in apparenza si oppone, come luogo di quel divertimento necessario per reggere le pressioni della vita quotidiana che è segno dell'addomesticamento della fuga. Nonostante i principi su cui l'evasione si basa siano i medesimi della società che si pensa di aver lasciato alle spalle, Wallace sottolinea come a caratterizzare l'esperienza della nave sia l'illusione di una purezza primigenia, con le tracce dello scorrere del tempo che vengono sistematicamente cancellate, per ricreare il miraggio di una fruizione da parte del passeggero totalmente individuale e genuina: "all so white and clean, for they're clearly meant to represent the Calvinist triumph of capital and industry over the primal decay-action of the sea" (263).

L'ossessività maniacale dedicata alla cura della nave, con i segni del tempo o ogni traccia di un qualsivoglia uso prontamente rimossi, siano essi asciugamani, sedie a sdraio, impronte, serve al contempo a negare il consumo e a perpetuare l'illusione che nulla sia in realtà fruito, o che sia continuamente rigenerabile. Un'illusione che alimenta la bulimia consumistica, invece di soddisfarla, perché sollecita quel narcisismo che già Wallace indicava alla base della cultura materiale americana. Come nota Holland,

⁶ Il medesimo concetto sarà poi ripreso e ampliato nell'opera più famosa di McCannell, *The Tourist: A New Theory Of the Leisure Class* (1976).



When his despair only deepens and ripens over two weeks of uninterrupted self-indulgence, Wallace begins to understand that cruise-ship culture breeds a particular kind of despair, rooted not in existential angst but in the solipsistic narcissism of contemporary American culture: his need to validate his existence ceases when he learns from the cruise the superior reassurance of ceasing to need. (221)

In questo narcisismo consumistico un ruolo sempre maggiore è rivestito da ciò che è stato definito il “processo di carnevizzazione,”⁷ tale per cui “it has become a kind of compulsion – that cruise takers feel compelled to have pleasure” (Berger 126). Legato a tale imperativo, vi è quello del consumo consapevole e inconsapevole con cui il divertimento viene identificato. Sotto la promessa del “nulla,” mostra Wallace, è infatti celata quella ben più concreta e materiale del tutto, di un soddisfacimento totale e pieno al punto di non far desiderare altro. E questo “tutto,” se da principio si identifica soprattutto con esperienze, prende in realtà forma soprattutto attraverso bisogni indotti materiali – e un desiderio di essi abilmente generato dalle strategie di marketing che portano a volere (e pagare) anche per quello che non è incluso nel prezzo. Come dimostrano gli ingenti profitti delle compagnie navali derivati, più che dal biglietto, dagli extra offerti a bordo (oltre a drink e souvenir, ora anche centri commerciali, spettacoli di intrattenimento, gioco d’azzardo e aste d’arte – tutti elementi che Wallace individua come le attività più popolari a bordo della *Nadir*), le meganavi sono divenute autentici *resort* mobili, che riproducono sul mare i loro corrispettivi di terra per alimentare le fantasie bulimiche e inevitabilmente mai sazie dei passeggeri.⁸

Il soddisfacimento del turista, la capacità persino di anticiparne i desideri, porta l’offerta commerciale delle meganavi a infantilizzare i passeggeri a uno stadio quasi neonatale. Come già notava Berger esaminando le dinamiche del turismo da crociera, ciò che caratterizza questa forma di turismo in particolare è una “regression to their oral stages, where eating and ingesting become primary” (126). Nella cronaca di Wallace, la nave assume sempre più i tratti di una presenza materna: di notte ti culla addirittura nel sonno (“In heavy seas you feel rocked to sleep, with the windows’ spume a gentle hushing, the engines’ throb a mother’s pulse.” – 285); di giorno ti vizia con un servizio accurato e amichevole – sotto cui si cela quell’“emotional labour” apparentemente disinteressato che tuttavia si esaurisce bruscamente con la fine del consumo stesso – come Wallace, in procinto di lasciare la nave, non manca di notare (si veda anche Weaver, 392, 395).

Se questa regressione vede nell’abbondanza di cibo uno dei fattori preponderanti (dai tanti ristoranti aperti a tutte le ore con un’offerta alimentare variegata, fino al servizio in camera per i più pigri), essa non è che la prima delle declinazioni di un appagamento basato sul consumo, o sulla possibilità di scelta che si vorrebbe infinita, come senza fine è il desiderio di avere comunque di più, in termini non solo quantitativi, ma anche qualitativi. Come nota Mary K. Holland,

After days of being almost forcibly gratified, cleaned-up after, and guided, Wallace finds himself looking longingly from his own island of luxury to a far superior and more luxurious—he thinks—cruise ship anchored nearby. In this longing, he realizes the sinister result of his pampered days: he is desperately dissatisfied. But a more terrifying element of the problem is how very much we want to believe such satisfaction is possible—our willingness to believe the lie, our need to believe it, a need that Wallace identifies as a definitively American one: “[T]he source of all the dissatisfactions isn’t the *Nadir* at all but (...) that ur-American part of me that craves and responds to pampering and passive pleasure: the Dissatisfied Infant part of me, the part that always and indiscriminately WANTS.” (222)⁹

⁷ Evidente peraltro anche nella scelta del nome delle compagnie, come la Carnival Cruise Line, che si pubblicizza come “Fun Ships.”

⁸ La rete economica dell’industria turistica è talmente onnipervasiva da far sì che nemmeno lo stesso Wallace si possa ritenere esterno ad essa – come l’autore stesso implicitamente ammette quando riconosce il proprio incarico retribuito di reporter e dunque parte del sistema, sebbene con posizioni fortemente critiche.

⁹ Tali desideri sono sapientemente orchestrati dall’industria turistica: come nota Berger, “the cruise industry is highly segmented and people are able to establish social distance by choosing lines that the kind of people they do not want to be with cannot afford” (128).



La spinta al consumo materiale compulsivo ha come diretto corollario il paradosso di una rigida temporalizzazione del divertimento organizzato che contraddice in parte il “nulla” con cui l’elegante *brochure* della compagnia identificava il relax. Il *tour de force* tragicomico per tenere il passo e vivere il maggior numero di eventi (consumando sempre di più) a cui Wallace si sottopone nell’ultima sezione del testo riflette ciò che da diversi critici è stata definita la “McDonaldization” dell’esperienza, ovvero “the way in which rationalization permeates many aspects of contemporary society” (Weaver 395), fra cui l’industria turistica e quella delle crociere in particolare. Questa “macdonaldizzazione,” che pure si estende a vari livelli alle diverse forme del turismo di massa, ha però nella crociera uno dei suoi spazi privilegiati, proprio per le caratteristiche geografiche e spaziali che la contraddistinguono. È infatti grazie anche e soprattutto alla dimensione extra-territoriale e alla chiusura quasi totale delle meganavi verso l’esterno che l’industria turistica riesce a convertire così proficuamente il viaggio in consumo: da un lato, con modelli di imbarcazione che hanno ora come centro il *mall* su cui affacciano i numerosi negozi a discapito degli spazi aperti rivolti verso il mare; dall’altro, con la diminuzione della durata delle escursioni a terra, che si riducono sovente a non più di qualche ora e sono talvolta persino scoraggiate dall’equipaggio (Downing).

A ciò si aggiunga la sempre più confusa distinzione fra divertimento e consumo grazie alla spettacolarizzazione di quest’ultimo, un processo di “disneyficazione”¹⁰ creato attraverso ambientazioni a tema e *merchandising* che non solo satura il viaggio di beni, ma lo trasforma in oggetto, con la promessa implicita di una fruizione e di una permanenza continua di tale esperienza, anche negli spazi del quotidiano al termine della vacanza.

Come nota Holland (222), anche se i passeggeri della Nadir non sono rappresentativi di tutta la società statunitense, lo sono però di quel segmento dotato del potere economico necessario per influenzare le restanti parti – almeno a livello sociale, ponendosi come modello e miraggio. Il consumo del turista non è dunque significativo solo nella dimensione contingente, ma per il valore simbolico e iconico che esso assume in una società in cui la vacanza è anche oggetto di fruizione indiretta attraverso i media.

Questo modello narcisistico e solipsistico, che Wallace identifica come di matrice statunitense, non rimane tuttavia ristretto all’ambito puramente nazionale. Al contrario, come Wallace intuisce, esso si trasforma e si rifonda su scala globale – proprio grazie alla capillarità dei processi economici (Wood 399) e, non da ultimo, grazie al riverbero degli strumenti mediatici - che non solo generano il desiderio di vivere in prima persona l’esperienza, ma arrivano a trasformare il reale in virtuale, spettacolare, esasperando, come vedremo, la già labile distinzione, in una società altamente visuale, fra immagine e realtà.

3. Un cielo di lapislazzuli e soli come limoni: i media e il viaggio nell’iper-reale

Oltre che metafora e prodotto dell’economia globale, Wallace evidenzia come la vita sulla Nadir sia paradigmatica del rapporto fra consumo ed esperienza visiva, e in particolare delle dialettiche che legano e rinsaldano i processi consumistici, il linguaggio e le forme dei media. La critica ha più volte sottolineato come il postmodernismo abbia articolato e messo in discussione la distinzione fra rappresentazioni e realtà, con un accento sul valore visuale dei significanti tale per cui la realtà facilmente si confonde, o fonde, nella rappresentazione. Come scrive Scott Lash, “modernism conceives representation as being problematic whereas postmodernism problematizes reality” (13). Si è detto che nella spinta al consumo un ruolo fondamentale è giocato dal potere dei mezzi di comunicazione di confondere la distinzione fra bisogni e desideri. È dunque giocoforza che i cortocircuiti fra rappresentazione e reale si facciano più evidenti proprio nel contesto del turismo: anticipando la tendenza alla mancata differenziazione fra i due ambiti, avviene che “(the) tourist is prefiguratively postmodern because of its particular combination of the visual, the aesthetic, and the popular” (Urry 87).

¹⁰ “Disneyization is a process whereby the principles that shape the way in which Disney theme parks operate have come to dominate many sectors across American society and other parts of the world. These principles, in essence, influence the character of many different institutions and built environments – in particular, restaurants, casinos, zoos, theme parks and cruise ships (...) Disneyized realms are themed; they are, in other words, oriented around (often visual) motifs; clear distinctions between different types of consumption within themed environments have, in some instances, disappeared” (Weaver 389).



Sia nella produzione finzionale, sia in quella saggistica, in particolare in “E Pluribus Unam: Television and U.S. Fiction” (1997), dedicato all’impatto sulla società americana della televisione, Wallace torna incessantemente alla riflessione sui media e sulla riduzione a spettatorialità del soggetto post-moderno, nonché sulla necessità di resistere, anche attraverso la scrittura, alla passività indotta da un sistema sempre più onnivoro. Come sottolinea Brendan Beirne,

The eerie humor resides in the appositional relation between perceiving subject and aesthetic object that occurs when television inculcates both “the deep thesis that the most significant quality of truly alive persons is watchableness” (“EUP,” 26) *and* that television is “a mirror.” The ouroboric outcome of this “ontology of appearance” is the harrowing notion that “true actualization of self would ultimately consist in [our] becoming one of the images that are the *objects* of this great herd-like watching. That is, television’s real pitch ... is that it’s better to be inside the TV than to be outside, watching” - EUP,” 56. (21)

Se, come afferma Giles, “Wallace envisages American space as a level playing field where the electronic media operate in all zones simultaneously” (328), la nave di *A Supposedly Fun Thing* può essere considerata la sintesi, proprio per il suo doppio valore di sineddoche dello spazio nazionale e prodotto di dinamiche economiche globali, della ramificazione e della pervasività dell’influsso mediatico, tanto in termini di persuasione al viaggio quanto nel momento della fruizione e interpretazione dell’esperienza stessa. Nel *travelogue*, Wallace mostra come l’occhio del turista incorpori, filtri e rifletta, proiettandola sulla realtà circostante, i modelli di percezione e fruizione del reale, nonché i valori della cultura del consumo dell’esperienza quotidiana.¹¹

L’onnipervasività dei media è duplice: se la Nadir, come già accennato, è colma di persone il cui stile di vita è riprodotto e disseminato dai media, e dunque oggettificate, è anche vero che l’esperienza del viaggio di queste ultime viene a sua volta plasmata dal condizionamento mediatico anche mentre è in fieri, da quel miraggio evocato dalla pubblicità del *diventare felice* che è il bene più ambito e più inconfessabile. Come nota Holland:

The passengers probably have been drawn to the cruise experience by the same highly mediating and manipulative advertising materials that Wallace details in his essay: they come on the ship hoping to *become* the happy people in the ads, whose images reflect for them the identity they lack in their real lives but hope to attain during the unreal life of the cruise. As such the people are models of what happens in American culture when one submits to the promises of consumption, disempowerment, and mediation as avenues to selfhood and self-fulfilment: one becomes caught in the cycle of needing to consume and merge into media to compensate for the social and individual identities that one lacks, and then one withdraws further to deny that the craving continues. (223)

La ricerca di una identità altra, il più possibile vicina ai modelli ideali evocati dalla pubblicità (e reiterata da una ulteriore mercificazione dello spazio – quel desiderio “to send postcards wishing everyone was here” (Wallace 268) che è autenticazione di sé prima che del luogo), è strettamente legata alla fruizione e costruzione dell’immagine: è attraverso la nostra rappresentazione nell’immagine che possiamo divenire temporaneamente ma permanere come vogliamo. Come nota Osborne, “photographs provide visual guides to the right settings, moves and gestures of the performance. Like religion, tourism and photography transform the world into a dramatic text but a text illumined, suffused with enhanced perceptions, with the desire for happiness” (89).

¹¹ Come nota Osborne, “tourism specializes in visual goods and services, variously described as ‘virtual’, ‘non-material’, symbolic’ or ‘postmodern’: views, spectacles, environments, simulations, ‘experiences’, sensations, home movies, videos and photographic images. [...] All tourists, whether or not they take photographs, consume places and experiences which are photographic, as they have been made or have evolved to be seen, above all to be photographed” (79).



Non solo: la ricerca della felicità attraverso una spettacolarizzazione del reale fa sì che i passeggeri siano ridotti ad agenti passivi, quando non ad autentici spettatori, perché sollevati dalla responsabilità di dover decidere alcunché, persino il proprio divenire. Il processo di regressione a uno stadio orale evocato in precedenza si amplia fino a includere cosa e come percepire ciò che circonda il turista – una passività che in apparenza diviene la vera fuga dal quotidiano. Quanto Wallace esplora nel *travelogue* è così anche la capacità del processo consumistico di alterare la percezione stessa del vissuto, mostrando come i passeggeri vedano e fruiscano ciò che li circonda attraverso il filtro della pubblicità, dei mezzi di comunicazione e delle aspettative indotte dall'industria commerciale.

Se già tradizionalmente l'esperienza turistica costituisce una sospensione del reale, ponendosi come “performance limited in time and space, [that] concentrates in itself the capitalist spectacle with all its parade of special effects: media support, advertisement imagery, luxury exhibitions, marketing fireworks, ‘memorable’ events” (Bonadei 58), i media nella prospettiva di Wallace arrivano quasi a sostituire il viaggio stesso. Non solo grazie alla televisione i turisti dell'era digitale possono fruire dei luoghi più remoti anche dal divano di casa; l'esperienza mediatica influenza fortemente la percezione del turista anche quando il viaggio è reale. Da un lato, perché l'esperienza del viaggio è già intrinsecamente strutturata attorno a immagini pre-esistenti del luogo, “in which the physical object is barely ‘seen’ at all” (Urry 66), in cui il fine primario è il piacere, il consumo immediato, più che la sedimentazione di un ricordo (di cui si fa invece depositario l'oggetto materiale, il souvenir). Dall'altro, perché i media rispecchiano e anticipano “il formato”, quella cornice reale e metaforica attraverso cui parte del viaggio viene fruita: da quella del televisore al *frame* (stanze d'albergo, parabrezza, o, nel caso della crociera, gli oblò e le vetrate) che incornicia, realmente e metaforicamente, lo sguardo del viaggiatore, separandolo sempre più dall'esterno e dunque l'altrove.

In questo processo, un ruolo primario è ancora una volta rivestito dallo status extra-territoriale della nave, il contesto ideale nella costruzione simbolica di un mondo visto come segmentabile, incorniciabile appunto, slegato dalle dinamiche politiche, sociali ed economiche del quotidiano, che ne trascende le leggi. La deterritorializzazione operata dalla geografia del viaggio per mare non fa che rendere ancora più indistinta la separazione fra qui e altrove, e al contempo fra realtà e media, in uno slittamento da reale a virtuale che diviene parte intrinseca della strategia commerciale delle meganavi, costruite, secondo Wood, attorno al concetto di “postmodern glitz” (Wood 399).¹²

In quanto voyeurismo istituzionalizzato, il turismo fa sì che il desiderio di consumare beni si fonda con quello visivo/esperienziale – il desiderio di trasformare la sfera del visuale in bene di consumo riproducibile all'infinito, in un dominio dell'immagine che da ricordo dell'esperienza diviene essa stessa esperienza. È l'immagine, in un mondo dominato dai media, a preservare l'identità e al contempo la sua essenza transitoria. Un fenomeno non nuovo, che caratterizza tutta la società statunitense (e occidentale) novecentesca. Ma mentre i turisti moderni fotografavano per ribadire la loro stessa esistenza, da conservare negli album fotografici, il turista postmoderno predilige la videocamera, con filmati che, cancellabili, riutilizzabili e dunque non vincolati dal permanere dei fotogrammi, riproducono la fluidità del processo esperienziale, nonché la sua artificiosità, “as both proof, records and mementoes of tourist actualities, while accepting these same actualities as set-up performances, idealizations or romanticisations - fictions” (Osborne 77).

Simbolo di questa bulimia visuale e della sua riproducibilità infinita è l'unico altro passeggero solitario/isolato della crociera, Capitan Video, così chiamato perché con una videocamera immortala qualsiasi evento – o anche la mancanza assoluta di eventi. E quando per una volta rimane senza la propria telecamera, osserva il mondo attraverso un obiettivo formato dalle sue stesse mani (Wallace 312). Nel racconto di Wallace, tutto è percepito e vissuto dai passeggeri in maniera analoga all'esperienza televisiva, spettatori dinnanzi a uno schermo – come ben sintetizzano le due coppie anziane, con lo sguardo annebbiato, che siedono sul ponte più alto “facing out, i.e. out through the plastic sheeting, watching the ocean and ports like they're something on TV, and also never once visibly moving” (308-309).

Ogni frammento del reale all'esterno della nave diviene spettacolo da fruire: i luoghi visitati (o solo osservati a debita distanza) non sono altro che versioni addomesticate dell'altrove, ridotto a una estensione della

¹² A sostegno della spettacolarizzazione del consumo, Wood cita il caso della Celebrity Cruise che nel 2004 ha ingaggiato gli artisti del Cirque Du Soleil ad esibirsi sulle proprie navi, portando in scena “The Bar at the End of the Earth™,” where guests are invited “to cross the mirror to another universe” (Wood 399).



Nadir. Non da ultimo perché fuori da quest'ultima i passeggeri non vedono che ulteriori *set up performances* a loro uso e consumo. Le meganavi da crociera trasportano i turisti non verso l'altrove, ma in una versione iper-reale, elevata a potenza della "società dello spettacolo," come Guy Debord aveva definito il mondo contemporaneo.¹³ Per questo, dopo aver rimpianto attraverso le cartoline l'assenza di coloro che sono rimasti a casa, nel racconto di Wallace è l'esperienza turistica stessa a trasformarsi (o ridursi?) in una "big experiential postcard" (257).

In un microcosmo che diviene consumo travestito da spettacolo, tutto appare come *performance*, a cui prendono parte anche coloro per cui il viaggio dovrebbe costituire un lavoro: e così se i passeggeri che partecipano al tour guidato della nave "are all the kind of men who look like they're smoking cigars even when they're not smoking cigars", il borioso direttore della crociera Scott Peterson "looks like he's constantly posing for a photograph nobody is taking" (339).

Se il consumo materiale viene perpetuato attraverso la sua spettacolarizzazione, al contempo la dimensione visiva si lega anche metaforicamente alla sfera economica: molte immagini sono accomunate dal fatto che rimandano a qualcosa di costoso (306). È questo "commodified eye" e le sue distorsioni che Wallace parodia quando descrive lo scenario che lo circonda: vi sono così "sunsets that looked computer-enhanced and a tropical moon that looked more like a sort of obscenely large and dangling lemon" (256), mentre "whenever I'd look up at the sky it wouldn't be the sky I was seeing, it was the *vast lapis lazuli dome of the sky*" (287), proprio come lo descrive la *brochure*.

In un universo simbolicamente imprigionato nel tubo catodico, in cui la fuga dalle responsabilità della vita quotidiana si traduce nel sostituire la realtà con una grande illusione collettiva, nulla pare sottrarsi alla disneyficazione/spettacolarizzazione del reale – almeno fino a quando si osserva quel mondo dall'interno, senza gettare uno sguardo al retro dello schermo, ai meccanismi che mantengono in vita l'illusione virtuale. Per vedere oltre, suggerisce Wallace, è necessario mutare la propria prospettiva; è necessario quel *side glance* possibile solo con uno scarto, fisico e metaforico, che porti l'osservatore al di fuori dei binari dell'esperienza turistica. Così, basta non seguire i propri connazionali all'escursione organizzata al porto di Cozumel e soffermarsi invece sul ponte 12 per cogliere come "looking down from a great height at your countrymen waddling in expensive sandals into poverty-stricken ports is not one of the funnier moments of a 7NC Luxury Cruise" (310). Non è ovviamente solo la (moderata) agorafobia di Wallace a tenerlo a bordo; è la consapevolezza che qui e altrove nel mondo post-turistico non sono più una questione di distanza geografica; che l'altrove può essere ritrovato non tanto oltre le balauste della Nadir, quanto dentro il suo stesso ventre.

4. Dietro lo schermo: l'altro e l'altrove

Si ritorni al "triumph of Capital and Industry" e alla cura maniacale che viene dedicata alla manutenzione della nave, con qualsiasi segno del tempo (e persino traccia della fruizione da parte dei passeggeri) immediatamente rimosso e cancellato. Non si tarda a scoprire come questo trionfo possa esistere solo grazie ai tanti lavoratori stranieri, impiegati nelle mansioni più umili, che vi sono a bordo, presenze quasi invisibili che agli occhi di Wallace si materializzano solo per compiere uno specifico lavoro, per poi subito scomparire nei ponti inferiori, preclusi ai passeggeri. Pochi metri sotto l'esperienza consumistica, visiva, postmoderna che caratterizza la vita dei turisti (e in parte degli ufficiali che li intrattengono), Wallace intravede un altro, e ben più oscuro lato della vita a bordo – quello della quotidianità e del lavoro, tanto reale (e sovente drammatico) che, nella esperienza altamente manipolata da pubblicità e media, non può non solo essere divulgato, ma nemmeno visto, poiché svelerebbe l'artificiosità stessa del sistema. E dunque la prima e forse principale trasgressione di Wallace a bordo della nave, l'insistere per prelevare il proprio bagaglio e portarlo in cabina senza aiuto, non è tale solo per l'affermazione di una propria autonomia contrapposta all'accudimento de-responsabilizzante offerto dalla nave, ma anche per aver svelato la presenza di una

¹³ Come nota Richard K. Popp, "Ironically, mass tourism – a phenomenon that in many ways symbolized the full democratization of leisure in consumer society – helped to eventually diminish the presence of free time in American life. By making spending more and more totemic of one's identity, the American standard of living has almost exclusively been redefined around buying power and possessions rather than personal time" (9).



comunità di lavoratori che, nella funzione di nastro trasportatore o in quella di manutentori della nave, è ridotta a macchina essa stessa – che esiste solo se funzionante.

L'esempio forse migliore di questa de-materializzazione dei corpi, presenze che esistono solamente nella loro *performance* lavorativa, e addirittura rimangono invisibili se ciò non aggiunge il surplus dell'*emotional labour*, è Petra, l'inserviente slava che pulisce la stanza dell'autore. Nel racconto di Wallace, Petra sembra prevedere quanto quest'ultimo si allontanerà dalla propria cabina, entrando in azione solo quando il passeggero rimane assente per più di trenta minuti: mai visibile al lavoro, mantiene così l'illusione della propria immaterialità. Una forzatura del racconto – se non un'invenzione vera e propria dell'autore, che tuttavia non fa che sottolineare l'artificialità dell'esperienza turistica, ottenuta attraverso la doppia strategia della spettacolarizzazione del consumo e dell'invisibilità del lavoro. È una finzione che coinvolge due comunità, più o meno della stessa grandezza, che coabitano all'interno della nave - una guidata dai desideri indotti attraverso i media, l'altra dai bisogni reali. Ponti superiori e ponti inferiori parlano, non solo metaforicamente, lingue diverse, con la comunità in larga parte caucasica dei passeggeri contrapposta alla babele etnica dei lavoratori, rigidamente divisi in categorie in base alla loro appartenenza razziale. Nell'implosione di qui e altrove dello scenario postmoderno, con le distanze geografiche annichilite nel microcosmo della nave e tuttavia riaffermate da barriere di ordine economico, culturale, linguistico, non c'è bisogno di cercare l'"altro" su spiagge e porti esotici, mostra Wallace: l'altro è a bordo, e nonostante questo più remoto e invisibile che mai.

Attraverso la frattura fra sé e altro da sé in un microcosmo che racchiude la società americana e insieme ad essa il mondo globalizzato, Wallace delinea un universo senza apparente via d'uscita, in cui sembra non esistere un luogo altro in grado di sfuggire alle dinamiche di consumo e sfruttamento. Tuttavia, anche questa è un'illusione generata dal sistema stesso, teso a celare tutto ciò che non può essere inglobato nella logica della mercificazione – primo fra tutti quell'elemento d'acqua che garantisce alla nave il suo status extraterritoriale, ma che ne costituisce anche un potente, e a tratti inquietante, contraltare.

Come nel caso dei lavoratori, anche il mare sembra inizialmente destinato all'invisibilità, se si giudica in base all'importanza attribuitagli, nel racconto di Wallace, dai passeggeri, quasi riluttanti nel rivolgere lo sguardo verso l'oceano, salvo quando "an anchor is spilled from the ship's navel" (Wallace 309) per fare tappa in un porto turistico. L'indifferenza, quando non l'autentica repulsione per il mare, sembra essere propria anche di Wallace, che dopo averlo osservato attraverso le immagini pubblicitarie patinate e iper-reali, una volta a bordo se ne tiene a più che debita distanza, limitandosi ad osservarlo dai ponti più alti della Nadir.

Lungi dal rappresentare una idiosincrasia individuale, il progressivo distanziamento dell'esperienza turistica dal mare, la sua riduzione a mero sfondo, è il risultato di una precisa politica dell'industria del divertimento, per cui il mare rappresenta un elemento non mercificabile. Questo è evidente fin dalla forma stessa delle più recenti imbarcazioni:

For ship buffs, the ultimate form of deterritorialization might be seen as the gradual distancing of the ship from the sea itself. To maximize passenger cabins in desirable areas, ships have become boxier and taller (Cartwright and Baird, 1999, pp. 168–198; Dawson, 2000; Cudahy, 2001, pp. 21–26), prompting traditionalists to bemoan the loss of an era when ships were ships, not floating resorts. A variety of onboard design features have reinforced the shift from the sea to the ship interior as the centre of vision and activity: deck chairs facing the pool and bar area, dining rooms with curtains covering the windows, even staterooms facing inward to the promenade and mall area. (Wood 399)

Come tuttavia non tarda ad emergere, il mare è il vero contraltare dell'esperienza consumistica della nave, e con essa della sublimazione in iper-reale dell'esperienza.

Già sottolineava in *The Friday Book* John Barth, autore non a caso centrale nella formazione di Wallace, la potente valenza simbolica del mare nella cultura occidentale: è il simbolo del caos primordiale, e sotto una apparente staticità e immutabilità custodisce i processi di decadenza e di morte. Anche per questo esso è espressione delle paure umane, dell'inconscio, delle dinamiche più recondite del sentire. L'analogia affiora ben presto anche in Wallace, per cui il mare è il depositario dei timori più profondi e apparentemente



immotivati - a cominciare dal terrore che accompagna l'autore fin dall'infanzia, quello per gli squali. Come l'orrore conradiano, anche qui il mostro è chiaramente un riflesso dell'io – la paura non tanto della natura selvaggia, quanto degli impulsi autodistruttivi che essa suscita, il desiderio di annullamento del sé nell'oblio di un nulla primordiale a cui tutto ritorna. Wallace riconosce in esso la paura atavica, l'“intuition of the sea as a primordial nada, bottomless, depths inhabited by cackling tooth-studded things rising toward you at the rate a feather falls” (Wallace 262). Una paura da cui l'autore cerca di tenersi debitamente a distanza, anche fisicamente, e da cui è al contempo magneticamente attratto poiché rappresenta l'unico confronto con il reale: “The railing I do most of my contemplative gazing from is on Deck 10, so the sea is way below, and the sounds of it slopping and heaving around are far-away and surflike, and visually it's a little like looking down into a flushing toilet. No fins in view” (Wallace 279).

Nella sua materialità incontrollabile, l'oceano è la sola forza che si oppone alla riproducibilità (e con essa alla mercificazione e al congelamento temporale) dell'esperienza turistica. È il suo moto turbolento a rovinare i primi giorni di crociera ai passeggeri colti da mal di mare e ad attentare alla sicurezza delle donne arrampicate su vertiginosi tacchi. È sempre il mare a minacciare il biancore e l'immutabilità dell'imbarcazione, dal momento che “seawater corrodes vessels with amazing speed – rusts them, exfoliates paint, strips varnish, dulls shines, coats ship's hulls with a nautical snot that seems like death incarnated” (Wallace 263). Gettando il proprio sguardo oltre le paratie, appare quasi un controsenso a Wallace che i turisti possano concepire il divertimento e la vacanza a bordo di quello che l'autore definisce un motore primordiale di morte e disfacimento:

A vacation is a respite from unpleasantness, and since consciousness of death and decay are unpleasant, it may seem weird that Americans' ultimate fantasy vacation involves being plunked down in an enormous primordial engine of death and decay. But on a 7NC Luxury Cruise, we are skilfully enabled in the construction of various fantasies of triumph over just this death and decay. (Wallace 263-264)

Il mare costituisce nel racconto di Wallace l'unica alternativa possibile, anche se temuta, alla vita di bordo e ai processi consumistici che essa induce; e non a caso esso appare all'autore inizialmente come un alleato nel metaforico scontro con la compagnia di crociera: “Anyway, hence the atavistic shark fetish, which I need to admit came back with a long-repressed vengeance on this Luxury Cruise, and that I made such a fuss about the one (possible) dorsal fin I saw off starboard that my companions at supper's table finally had to tell me, with all possible tact, to shut up about the fin already” (262).

E dunque è forse per liberarsi non tanto dalla paura degli squali, quanto più dalla prigione che la routine consumistica di bordo sta diventando, che Wallace cerca di trasformare l'orrore in *entertainment*, sull'onda della spettacolarizzazione e del gusto voyeuristico che caratterizzano l'esperienza sulla Nadir. Un *entertainment* legato non al consumo, ma alla sua conseguenza e per alcuni versi contraltare, lo scarto:

...I'll admit that on the very first night of the 7NC I asked the staff of the *Nadir's* Five-Star Caravelle Restaurant whether I could maybe have a spare bucket of *au jus* drippings from supper so I could try chumming for sharks off the back rail of the top deck, and this request struck everybody from the maître d'o down as disturbing and maybe even disturbed. (262)

Questo tentativo di addomesticamento dell'oggetto del terrore si rivela impossibile non solo per il diniego del personale di esaudire la bizzarra richiesta di un passeggero (guardato da quel momento in poi con sempre maggiore sospetto), ma perché impossibile da conciliare con la distanza che lo spettacolo, fruito dai ponti riservati ai passeggeri, cioè quelli più alti, implica. Questa fantasia infatti “also revealed how little I understood the *Nadir's* sheer size: twelve decks and *au jus* would have dispersed into a vague red cologne by the time they hit the water, with concentrations of blood inadequate to attract or excite a serious shark, whose fin would have probably looked like a pushpin from that height, anyway” (262). Il tentativo di Wallace di racchiudere il lato oscuro del mare attraverso una fantasia di addomesticamento e dominarlo a distanza di sicurezza è destinato al fallimento, e l'unico sangue versato sulla nave resta quello del sedicenne suicidatosi gettandosi dal ponte più alto dell'imbarcazione.



Proprio perché agente di corruzione, legato al sangue e alla carne in quanto vita e trasformazione, il mare è in grado di scardinare la rigida compartimentalizzazione del consumo e la sua astrazione in iper-realtà, in spettacolarizzazione. Solo accettandone la materialità è possibile stabilire una connessione, un legame con esso – in un rapporto che non è più di controllo e dominio a distanza, ma di inclusione e di inglobamento, anche con i suoi aspetti più rimossi. In questo percorso di avvicinamento al reale, il punto di partenza è, ancora una volta, una irrazionale paura di Wallace: l'*horror vacui* generato non più dallo spazio aperto, ma dal luogo più angusto e nascosto dell'imbarcazione: il "vacuum sewage system" dell'aspirazione del wc della propria cabina, agli occhi di Wallace "fascinating and potentially malevolent" (304), in cui "your waste seems less removed than *hurded* from you, and hurled with a velocity that lets you feel as though the waste is going to end up someplace so far away from you that it will have become an abstraction...a kind of existential-level sewage treatment" (305).

Se lo scarto è parte intrinseca della strategia consumistica (il rifiuto come elemento necessario e prova tangibile del benessere)¹⁴ e come tale imprescindibile nelle dinamiche commerciali della Nadir, esso è accuratamente rimosso dalla vista, per perpetuare l'illusione di una pulizia e asetticità che non fanno che marcare la distanza fra il consumatore e ciò che questi fruisce. Nella fantasia di Wallace tuttavia, il corpo visto come processo, come destinatario del consumo e produttore dello scarto, nella sua materialità più inconfessabile e nascosta, non separa il soggetto dalla sfera materiale, ma al contrario lo incorpora all'interno di essa. Tanto che, negli iperbolici deliri persecutori dell'autore, il suo stesso corpo, in quanto elemento indesiderato agli occhi degli ufficiali, potrebbe essere trattato da questi ultimi come *waste*, in una grottesca Soluzione Finale (305) che ha nel wc lo strumento di morte ed espulsione: "the *Nadir's* Greek episcopate will somehow contrive to use the incredibly potent and forceful 1009 toilet itself for the assassination – I don't know, that they'll like somehow lubricate the bowl and up the suction to where not just my waste but I myself will be sucked down through the seat's opening" (306).

La morte per wc (che sembra riecheggiare e parodiare la celebre morte per acqua eliotiana), che si contrappone alla "death-denial/ -transcendence fantasies that the 7NC Luxury Megacruise tries to enable" (305), diviene però al contempo anche processo di rinascita, e si trasforma nella fantasia di Wallace da annullamento del sé a immaginaria via di fuga, dal momento che collega, come un passaggio segreto, il cuore del microcosmo di Wallace sulla Nadir allo spazio fuori da essa – il mare.

Il corpo, la nave e il mare si riuniscono simbolicamente in una visione dell'ultima giornata trascorsa da Wallace sulla Nadir e nell'ultimo frammento del *travelogue*, grazie al racconto del più invisibile degli ufficiali di bordo, Scott Peterson. Davanti alla platea dei passeggeri riuniti per ascoltare le sue avventure di mare e la vita sulle navi da crociera, Peterson narra di come l'eccezionale sistema di aspirazione avesse imprigionato la sua consorte durante una crociera insieme, e di come ciò avesse richiesto l'intervento di un addetto alla manutenzione (341). Il racconto di Peterson è solo un *joke* per intrattenere gli ospiti, sottolinea Wallace in una delle innumerevoli note al testo; ma è questo *joke* che fornisce all'autore lo spunto per trovare una strada, metaforica se non reale, di fuga dall'iper-realtà della nave. Al termine della giornata e del susseguirsi frenetico dei "Divertimenti Organizzati", a intrattenere il pubblico appare uno sgradevole illusionista di cui l'autore teme di diventare preda, essendo facilmente suggestionabile. Per distrarsi Wallace inizia così a sognare ad occhi aperti, in un "Creatively Visualizing" (352) che lo porta a immaginare di allontanarsi dalla sala e poi dalla nave e ad osservare la Nadir dall'esterno, dal mare; da qui la nave "would look like a floating palace, majestic and terrible, to any poor soul out there on the ocean at night, alone in a dinghy, or not even in a dinghy but simply and terribly floating, a man overboard, treading water, out of sight of all land" (352). La fantasia riduce Wallace in uno stato semi-ipnotico da cui questi è incapace di uscire per un giorno e una notte intera, fino all'ultima mattina a bordo. Tutto il tempo è trascorso da Wallace chiuso in cabina, circondato da vassoi e avanzi, in una sorta di "trance visionaria creativa e profonda" in cui Wallace trova una propria pace interiore. Può apparire singolare che la pace sia data dalla visione di un uomo a mare, senza terra in vista, mentre guarda da lontano la reggia galleggiante che è la nave. Eppure l'elemento di supremo terrore, il mare (a cui il naufrago approderebbe dopo un impervio percorso nelle viscere della Nadir, come il racconto di Scott Peterson suggerirebbe), appare infine all'autore come l'unica libertà possibile – il vero

¹⁴ Cohen Elisabeth, *A Consumers' Republic: The Politics of Mass Consumption in Postwar America*, New York, Vintage, 2003.



“tutto” esperienziale e spirituale, opposto all’“Absolutely Nothing” (353) promesso dalla *brochure* e al perverso accumulo e consumo materiale che sotto di esso si cela. L’unico effimero momento di fuga fra la nave e quella vita quotidiana pronta a fagocitare nuovamente l’autore all’arrivo in porto e a sigillarlo in un universo “landlocked” (353), senza sbocco al mare, come nota Wallace a fine racconto, forse più reale, ma non meno inquietante, della stessa Nadir.

Opere Citate

- Bauman, Zygmunt. *Liquid Modernity*. Cambridge: Polity Press, 2000.
- Beirne, Brendan. “Can We Say What We Mean?” *In Memoriam. David Foster Wallace*. A cura di Steven Moore, Dave Eggers, Kathleen Fitzpatrick e Marshall Boswell. *Modernism/Modernity* 16.1 (2009): 1-24.
- Berger, Arthur A. “Sixteen Ways Of Looking At an Ocean Cruise: A Cultural Studies Approach.” *Cruise Ship Tourism*. A cura di Ross Downing. Wallingford: Cabi, 2006. 124-30.
- Berressem, Hanjo. “Sailing with Serres, Deleuze and Guattari: Writing Nautical Space.” *The Sea and the American Imagination*. A cura di Klaus Benesch, John Adams e Krestin Schmidt. Tübingen: Stauffenburg Verlag, 2004. 216-45.
- Berthold, Dennis. “Prose Since 1960.” *America and the Sea: A Literary History*. A cura di Haskell Springer. Athens: University of Georgia Press, 1995. 307-26.
- Blum, Hester. “The Prospect of Oceanic Studies.” *PMLA* 125.3 (2010): 670-7.
- Bonadei, Rossana. “Travelling Across Disciplines: The Tourist Practice in Theory.” *The Language of Tourism. Turismo e mediazione*. A cura di Clotilde de Stasio e Oriana Palusci. Milano: Unicopli, 2007. 53-64.
- Chambers, Iain. “Maritime Criticism and Theoretical Shipwrecks.” *PMLA* 125.3 (2010): 678-84.
- Dallen J. Timothy. “Cruises, Supranationalism and Border Complexities.” *Cruise Ship Tourism*. A cura di Ross Downing. Wallingford: Cabi, 2006. 407-13.
- Cohen, Elisabeth. *A Consumers’ Republic: The Politics of Mass Consumption in Postwar America*. New York: Vintage, 2003.
- Deleuze, Gilles e Félix Guattari. *Mille Plateaux: Capitalisme et Schizophrénie*. Paris: Les editions de Minuit, 1980.
- Foucault, Michel. “Des Espaces Autres.” *Architecture, Mouvement, Continuité* 5 (1984): 46-9.
- Giles, Paul. “Sentimental Posthumanism: David Foster Wallace.” *Twentieth-Century Literature* 53.3 (2007): 22-51
- Harvey, David. “Cosmopolitanism and the Banality Of Geographical Evils.” <http://davidharvey.org/media/cosmopol.pdf>
- Holland, Mary K. “‘The Art’s Heart’s Purpose:’ Braving the Narcissistic Loop Of David Foster Wallace’s *Infinite Jest*.” *Critique* 47.3 (2006): 218-42.
- Klein, Bernhard. *Fictions of the Sea: Critical Perspectives on the Ocean in British Literature and Culture*. Ashgate: Aldershot, 2002.
- Klein, Bernhard e Gesa Mackenthun, a cura di. *Sea Changes: Historicizing the Ocean*. London: Routledge, 2004.
- Klein, Ross A. “Turning Water Into Money: The Economics Of the Cruise Industry.” *Cruise Ship Tourism*. A cura di Ross Downing. Wallingford: Cabi, 2006. 261-9.
- Lash, Scott. *Sociology of Postmodernism*. London: Routledge, 1990.
- MacCannell, Dean. “Staged Authenticity: Arrangements Of Social Space In Tourist Settings.” *American Journal of Sociology* 79.3 (1973): 589-603.
- Max, D. T. *Every Love Story Is a Ghost Story: A Life Of David Foster Wallace*. New York: Viking, 2012.
- Osborne, Peter. *Travelling Light: Photography, Travel and Visual Culture*. Manchester: Manchester University Press, 2000.
- Popp, Richard K. *The Holiday Makers: Magazines, Advertising, and Mass Tourism In Postwar America*. Baton Rouge: Louisiana State University Press, 2012.



- Royek, Chris. "Cybertourism and the Phantasmagoria of Place." *Destinations: Cultural Landscapes of Tourism*. A cura di Greg Ringer. London: Routledge, 1998. 33-48.
- Springer, Haskell, a cura di. *America and the Sea: A Literary History*. Athens: University of Georgia Press, 1995.
- Steinberg, Philip E. "Of Other Seas: Metaphors and Materialities In Maritime Regions." *Atlantic Studies* 10.2 (2013): 156-69.
- Urry, John. *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. London: Sage, 1990.
- Wallace, David Foster. *A Supposedly Fun Thing I'll Never Do Again: Essays and Arguments*. New York: Little, Brown and Co., 1997.
- Waver, Adam. "The Disneyization of Cruise Travel." *Cruise Ship Tourism*. A cura di Ross Downing. Wallingford: Cabi, 2006. 389-96.
- Wood, Robert E. "Cruise Tourism: A Paradigmatic Case Of Globalization?" *Cruise Ship Tourism*. A cura di Ross K. Downing. Wallingford: Cabi, 2006. 397-406.