

Imitazioni, successi mediatici, universi virtuali: è l'epopea del dilettante che prende il microfono o lo smartphone e improvvisa. La scrittrice croata Dubravka Ugrešić analizza i mutamenti di una società che adora i selfie e non vuole prendersi responsabilità

La prevalenza del karaoke

IL SAGGIO

La caccia al quarto d'ora di celebrità mediatica di cui parlava Andy Warhol? Un ricordo del passato, visto che oggi a dominare è la tendenza ad essere tutti, nello stesso istante, creatori e fruitori delle mode. Lo sostiene la saggista croata Dubravka Ugrešić in "Cultura karaoke", analisi delle logiche contemporanee affermatesi in ogni settore, impadronitisi di tv e letteratura, politica e web, sul modello del gioco-performance messo a punto all'inizio dei Settanta da Daisuke Inoue, un musicista giapponese. Che, ironia del destino, decise di non brevettare la sua invenzione, lasciando così che fossero altri a incassare gli enormi proventi che ne derivarono.

IL CONFORMISMO

Naturalmente il punto centrale del discorso di Ugrešić - trasferitasi da tempo in America dove ha ricevuto importanti riconoscimenti ed è stata apprezzata da Susan Sontag - non riguarda i brani musicali ma i mutamenti di natura più profonda avvenuti nell'intera società occidentale in un'epoca che adora i selfie e in cui, precisa, anche i comportamenti ritenuti ribelli o devianti recano l'impronta del karaoke, sono conformismi travestiti da rivolte.

TRUCCHI DI SCENA

«Le persone-karaoke - sottolinea - sono tutto tranne che rivoluzionari, innovatori o gente destinata a cambiare il mondo. Sono persone normali, consumatori che non produrranno alcun cambiamento». Perché, precisa, l'essenza della cultura-karaoke sta nell'ostentare un io anonimo con l'aiuto di giochi di simulazione, evitando di interrogarsi sulla propria personalità.

E' il trionfo del dilettante, favorito dallo sviluppo delle tecnologie. Un tempo, ricorda Ugrešić, chi visitava gli Universal Studios di Hollywood poteva utilizzare le sagome dei grandi attori del passato o del presente per farsi fotografare insieme a loro. In seguito questa idea si è trasferita nei programmi per computer o sul web. Ogni anno, ad esempio, per San Valentino un sito Usa offre un divertimento gratuito: le signore possono inviare un'immagine con il loro partner per poi riaverla indietro con un piccolo ritocco: al posto del partner c'è Barack Obama.

Inquietante è invece il racconto della città di Drvengrad, costruita in Serbia a circa duecento chilometri da Belgrado dal regista cinematografico Emir Kusturica, una sorta di museo modello karaoke di antiche tradizioni orientali, con case in legno e biglietto d'ingresso per i visitatori che possono affittare abiti per immergersi in un passato reso credibile da trucchi scenici.

E' grazie a internet se milioni di persone oggi possono rendere in qualche modo reali le loro fantasie. Il regno della replica anonima su scala planetaria è Second Life, un universo virtuale lanciato nel 2003 in cui gli utenti entrano attraverso i loro avatar, ovvero sostituti digitali. Gli avatar possono praticare sport, assistere a concerto o a spettacoli teatrali. Nel 2008 la Royal Shakespeare Company si è esibita da vivo in Second Life recitando una tragedia shakespeariana. Gli utenti adulti, commenta Ugrešić, con Second Life ritornano all'infanzia perché vivono esperienze senza rischi o conseguenze, sono in grado di connettersi o disconnettersi in base alla loro volontà, replicando all'infinito il gioco del karaoke.

L'ANONIMATO

Il web, afferma la saggista, costi-

tuisce il trionfo in epoca contemporanea della cultura-karaoke e non rappresenta certo il mezzo per costruire una democrazia diretta. In proposito Ugrešić ha opinioni molto nette: «Il karaoke si basa sull'epopea del dilettante che afferra il microfono per cantare la canzone di qualcun altro, non importa di chi perché conta solo cantare. Come in rete, dove ciascuno ha un blog o sintetizza idee in 140 battute e nessuno può richiamarlo alle proprie responsabilità perché resta sempre anonimo. E' in rete che si può lanciare un sasso e nascondere la mano, insultare senza timore di dover poi pagare un prezzo».

FAN FICTION

Sempre grazie a internet è stato possibile abbattere l'antica distinzione tra autore e lettore di un testo letterario. Il fenomeno si chiama "fan fiction" e consiste nel proporre sequel o prequel di romanzi famosi utilizzandone i personaggi.

Esistono inoltre varianti e sottogeneri in cui si inventano storie su individui reali. Ecco, allora, il "popslab" (sui personaggi pop), la "musicfiction" (sui divi delle classifiche discografiche) o "l'actorfiction" (sugli interpreti dei film di successo). In Giappone, da qualche anno, vanno ora di moda i "cell-novels", i romanzi per cellulare, vicende brevi e scaricabili da siti specializzati apprezzati solo durante il 2012 da almeno un miliardo di utenti.

Conseguenze dei cambiamenti in atto con l'avvento della cultura-karaoke? Ancora troppo presto per dirlo, secondo Ugrešić. Una cosa, comunque, è certa a suo giudizio: il web non favorisce l'espandersi della democrazia e permette al massimo l'incremento della libertà di imitazione. Sulla quale, appunto, si fonda il gioco del karaoke.

Roberto Bertinetti

Cultura Karaoke
Dubravka Ugrešić



**CULTURA
KARAOKE**
Dubravka Ugrešić
EDITORE **NOTTETEMPO**
401 pagg.
19,50 euro

xxx pagine
xxx euro

**DIFFUSA L'ABITUDINE
DI SCRIVERE SEQUEL
O PREQUEL
DI ROMANZI FAMOSI
UTILIZZANDO
GLI STESSI PERSONAGGI**

**Non solo
musica: si
imitano
anche attori,
scrittori e
stili di vita**

