DOPPIOZERO

Remix, di Vito Campanelli

Tiziano Bonini
10 Dicembre 2015

Il libro di Campanelli arriva in un momento storico in cui chi studia la cultura digitale, le sue proprietÃ estetiche e le sue conseguenze sociali ha ormai maturato un forte scetticismo e una buona dose di disincanto, dopo la grande sbornia degli entusiasmi generati dalla popolaritÃ del web 2.0 e dei social media. Dagli scandali della NSA in poi, passando per gli editoriali critici di Evgeny Morozov, Internet si Ã¨ rivelato essere non piÃ¹ soltanto uno strumento dallâ??enorme potenziale emancipatorio e liberatorio, bensÃ¬ (soprattutto, secondo alcuni) uno strumento di propaganda, controllo e censura. Il basso profondo che si ode sullo sfondo della lettura di tutto il libro di Campanelli (anche autore di *Info War*) Ã¨ in sintonia con questa lettura critica della cultura digitale e troverÃ oggi molti piÃ¹ lettori di quando uscÃ¬, in altre forme, la sua versione originale, cinque anni fa. *Remix* Ã¨ infatti la ri-scrittura e il re-mix di un libro â?? *Web aesthetics. How Digital media affect culture and society â??* pubblicato dallâ??Institute of Network Cultures di Lovink, che forniva, in anticipo, una chiave di lettura critica per capire le conseguenze sociali della cultura digitale.

Leggere oggi *Remix* in realtÃ Ã¨ come leggere un libro di storia che passa in rassegna le caratteristiche principali del liquido amniotico in cui siamo stati immersi negli ultimi dieci anni (da quando il web Ã¨ anche *social*). â??Remixâ?•, â??Memeâ?•, â??amatori vs. professionistiâ?•, â??bricoleur digitaleâ?• sono le parole chiave tramite le quali potremmo riassumere cosa Ã¨ successo negli ultimi dieci anni di storia di Internet. Campanelli disegna una dettagliata e raffinata genealogia di queste parole chiave, che solo oggi, a distanza di qualche anno dal loro affermarsi, riusciamo a guardare con un poâ?? di luciditÃ e distanza. Ã? un libro utile per riemergere dallâ??acqua in cui abbiamo nuotato per anni, sedersi a riva e guardare lâ??oceano con una prospettiva piÃ¹ ampia, per sollevarsi con lo sguardo oltre il livello di galleggiamento.

Campanelli discute con intelligenza ed eleganza teorica tutti quegli studiosi di media che prima di lui hanno aperto il solco della riflessione sul remix come nuovo paradigma compositivo popolare, da Bourriaud a Manovich, da Navas a Lessig, distruggendo, se ce ne fosse ancora bisogno, il mito dellâ??autorialitÃ e dellâ??originalitÃ . Lev Manovich, in particolare, Ã¨ chiamato in causa piÃ¹ volte, nel corso di tutto il libro, essendo stato tra i primi a cogliere le linee di frizione dellâ??estetica del web che si andava affermando. Un libro che riletto oggi Ã¨ molto piÃ¹ utile di cinque anni fa, oggi che quelle pratiche di remix collaborativo di cui parlava Manovich sono ancora piÃ¹ diffuse e piÃ¹ radicate nel quotidiano di quanto non lo fossero allora. Nel 2007, sullâ??onda del fascino per gli articoli di Manovich e Navas sul remix, scrissi un articolo sullâ??estetica del remix nelle opere collettive di Wu Ming, che terminava cosÃ¬:

â??La cultura del remix Ã¨ entrata a far parte del quotidiano, metabolizzando e neutralizzando le avanguardie. Se nel novecento le avanguardie artistiche arrivavano dalle Ã©lite, oggi, se ancora Ã¨ lecito parlarne, vanno cercate tra il popolo ignoto dei blogger, remixer, dj, musicisti che ogni giorno si incontrano e si scambiano contenuti sui siti di social networking. Un rumore bianco continuo attraversa costantemente la Rete, Ã¨ il buzz, il ruminare costante di milioni di utenti su materiale altrui, un processo di digestione infinito

che si moltiplica di giorno in giorno. In questo momento milioni di testi, immagini, video, narrazioni sotto forma di dati vengono campionate, taglincollate, replicate, manipolate, remixate e salvate in file diversi da quelli di partenza. La Rete Ã¨ una enorme macchina narrativa che agisce seguendo le tecniche del remix. Parafrasando Gertrude Stein, ogni

narrazione Ã¨ sempre piÃ¹ un remix di un remix di un remix di un remix.â?•

Non immaginavo quanto questa estetica si sarebbe espansa negli anni a venire e non avevo ancora sviluppato quegli anticorpi che, come invece avviene nel libro di Campanelli, mi avrebbero permesso di coglierne anche gli aspetti piÃ¹ critici, il fatto cioÃ¨, che questo flusso costante di remix di oggetti digitali produca anche una messe di dati che rappresentano il petrolio delle nuove corporation dei media globali. Eppure, nonostante ora quegli anticorpi siano molto piÃ¹ diffusi e anche io abbia imparato a svilupparli, câ??Ã¨ ancora qualcosa che mi divide dal sintonizzarmi completamente con la tesi del libro. Campanelli appartiene pienamente a una tradizione di filosofia critica che discende da Adorno passando per Debord e Baudrillard, una tradizione in cui i media sono soltanto manipolatori produttori di false coscienze e in cui gli spettatori (oggi utenti) credono di divertirsi con i prodotti dei media mentre invece ne vengono sfruttati. Questo distacco dalle frequenze del libro per me avviene al capitolo 3 â?? â??AmatorialitÃ in polvereâ?•, quando Campanelli, anche a ragione, mette in discussione i miti della creativitÃ e dellâ??interattivitÃ che hanno pervaso la retorica intorno alla rete negli ultimi anni:

â??Meno comprensibile Ã¨ lâ??elogio, ricorrente in una certa letteratura, delle esistenze creative che sarebbero rese possibili dallâ??avvento del digitale. CiÃ² che sfugge in tali panegirici Ã¨ che, in questi anni, piÃ¹ che a una liberazione di energie creative si Ã¨ assistito allâ??espropriazione del tempo libero di masse sempre piÃ¹ numerose di individui. Si Ã¨ ben lontani dallâ??ideale marxiano del superamento della dicotomia lavoro-tempo libero, ovvero se superamento vi Ã¨ stato esso Ã¨ avvenuto nella direzione di inglobare il tempo libero nello spazio del lavoro: al lavoro in fabbrica o in ufficio, lâ??individuo â?? soggiogato dal mito della creativitÃ â?? ha aggiunto un nuovo tipo di lavoro, quasi

mai retribuitoâ?• (p. 101).

Se Ã¨ vero, come sostiene Jonathan Crary, che il capitalismo contemporaneo sta sottraendo lâ??ultima risorsa del tempo libero, il sonno, per metterlo a valore, Ã¨ anche vero che câ??Ã¨ molta differenza tra chi Ã¨ costretto a lavorare, malpagato, e chi invece, come un utente di internet, si diverte a passare il proprio tempo libero su Facebook, generando indirettamente del valore per questa azienda. Io non credo che gli utenti della rete si siano fatti â??espropriareâ?• il proprio tempo libero da Facebook. Espropriare significa sottrarre qualcosa contro la volontÃ di qualcuno. Ecco, nel caso degli utenti dei social media, non credo che nessuno si senta espropriato del proprio tempo libero dedicato al mantenimento di relazioni sociali su Facebook. Mi riconosco invece di piÃ¹ nella tradizione di pensiero che discende da Henry Jenkins, che vede in questa â??perdita di tempoâ?• una forma di coinvolgimento emotivo, e non un semplice sfruttamento. Che questo coinvolgimento venga poi trasformato in valore e commercializzato, non câ??Ã¨ piÃ¹ alcun dubbio e fa bene Campanelli a sottolinearlo. Ma, come Adam Arvidsson sostiene da un poâ?? per confutare le ipotesi del sociologo critico Christian Fuchs, lâ??appropriazione di valore non sta nello sfruttamento del lavoro degli utenti, quanto nella messa a valore dellâ??affettivitÃ e delle passioni degli utenti. Câ??Ã¨ una differenza, sottile ma câ??Ã¨, tra chi crede che gli utenti si facciano prendere per il naso dalla furbizia dei media commerciali senza ottenere niente in cambio e chi crede che invece gli utenti sanno impiegare forme di resistenza e trarre anche dei benefici dalle loro attivitÃ di remix dentro il recinto dei media commerciali.

Adorno credeva che gli ascoltatori della radio fossero degli idioti intontiti dalla musica popolare che serviva per attrarre la loro preziosa attenzione e rivenderla alla pubblicitÃ ; Smythe (un altro sociologo dei media della tradizione critica) credeva che chi guardava la tv lavorasse gratuitamente per gli investitori pubblicitari e Fuchs e i teorici del â??digital laborâ?• credono, sulla stessa lunghezza dâ??onda dei loro predecessori, che gli utenti della rete lavorino gratis per Zuckerberg. Se da un lato hanno tutti ragione, la loro teoria svela soltanto una parte del processo, sminuendo il ruolo di chi guarda, ascolta, remixa, dentro e fuori i confini delle industrie culturali (un tempo) e *creative* (oggi).

La creativitÃ e lâ??interattivitÃ che Campanelli cerca di smontare sono due proprietÃ dellâ??attuale cultura digitale molto piÃ¹ complesse e sfuggenti di quanto vorremmo credere ed Ã¨ troppo facile ridurle alla categoria di â??falsi mitiâ?•. Personalmente, nonostante il disincanto sopraggiunto alla sbornia delle potenzialitÃ del web 2.0, mi interessa di piÃ¹ soffermarmi su come le persone usano i media e perchÃ© lo fanno, su quella porzione della cultura digitale che il pensiero critico mette in secondo piano. Quando le persone, loro malgrado costrette dentro strumenti digitali non conviviali come Facebook, pubblicano un meme che si prende gioco di un politico e lo fanno girare allâ??interno delle loro reti sociali, oltre che generare del profitto per Facebook stanno anche affermando le proprie identitÃ politiche di cittadini, stanno compiendo azioni politiche, come dimostrano Jenkins, Ford e Green in *Spreadable media* e queste azioni, spesso, non si limitano ai recinti digitali di Facebook, ma tracimano (o piÃ¹ spesso, iniziano) nel mondo reale. Anche quando pubblichiamo il video (terribilmente montato) del compleanno di nostro nipote su You Tube, oltre a generare profitti per Google, stiamo compiendo un atto, che secondo il sociologo inglese David Gauntlett, Ã¨ in sÃ© *creativo*: â??la creativitÃ quotidiana si riferisce a un processo che mette in relazione almeno una mente umana attiva con il mondo materiale o digitale, allo scopo di realizzare qualcosa. Tale attivitÃ non Ã¨ mai stata svolta prima in questo modo dalla persona. Il processo puÃ² suscitare varie emozioni, tra cui lâ??eccitazione e la frustrazione, ma specialmente gioia. Quando ci troviamo di fronte al risultato e lo apprezziamo, possiamo percepire la presenza del realizzatore e riconoscere tali sentimentiâ?• (Gauntlett, *La societÃ dei makers*, p. 106). Sfido chiunque, ad esempio, a non riconoscere come un atto creativo e gioioso il remix fatto dai fan di Star Wars in â??Star Wars Uncutâ?•. Eppure secondo la lente del pensiero critico dovremmo intendere questâ??opera come unâ??appropriazione da parte del Capitale (la casa produttrice di Star Wars) del lavoro gratuito degli appassionati della saga. Se lo avesse visto Adorno lo avrebbe liquidato come una perdita di tempo, lui che considerava, per esempio, il juke box come una macchina per attirare i babbei nei bar con la promessa della gioia e della felicitÃ . Forse, come ha scritto David Byrne, â??Adorno non si era mai divertito in una sala da balloâ?•. Non si puÃ² eliminare la gioia dallâ??analisi dei media. â??Sfruttati e feliciâ?•, direbbe Carlo Formenti, un altro esponente del pensiero critico intorno ai media. PuÃ² darsi, ma Ã¨ solo una parte del discorso. Il problema Ã¨ che la cultura digitale corrente ha molte facce, inestricabili e irriducibili. La gioia della creativitÃ quotidiana e del mantenimento delle relazioni sociali sui social media Ã¨ inestricabilmente connessa alla sua messa a valore (qualcuno parla di â??digital enclosuresâ?•) da parte delle piattaforme, ma esiste e va riconosciuta, senza essere liquidata come semplice â??falsa coscienzaâ?•. Lâ??analisi â??socio-esteticaâ?• della cultura digitale fatta da Campanelli, illumina, molto bene, soltanto una facciata delle nostre pratiche digitali quotidiane.

Il libro di Campanelli non parla solo di questo, anzi, forse io mi sono soffermato fin troppo su questo aspetto a me molto caro. Ã? un libro che vale la pena leggere, per essere piÃ¹ consapevoli delle nostre azioni quotidiane, mentre ruminiamo costantemente immagini, notizie e soprattuttoâ?¦ notifiche.

Il libro: Vito Campanelli, *Remix, Analisi socio-estetica delle forme comunicative del Web*, doppiozero books 2015, e-book, â?¬ 8,00

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

Vito Campanelli

REMIX

Analisi socio-estetica delle forme comunicative del Web

DOPPIOZERO | saggi