

Note & Recensioni

Volumi

Vito Campanelli, *Web Aesthetics. How Digital Media Affect Culture and Society*; **Id.**, *Remix It Yourself. Analisi socio-estetica delle forme comunicative del Web* [Emanuele Crescimanno, p. 188]
• **Jean-François Bordron**, *Image et vérité. Essais sur les dimensions iconiques de la connaissance* [Veronica Estay Stange. p. 191] • **Stéphane Dumas**, *Les peaux créatrices – Esthétique de la sécrétion* [Marc-Vincent Howlett, p. 194]

Note

Quidam veritatis effectus. A proposito di *A Plea for Balance in Philosophy. Essays in honour of Paolo Parrini* [Fabrizio Desideri, p. 198] • *A Single Face to Capture the Whole World: Literary Shapes and Shadows. An Interview With Tolm Coibin* [Fabrizia Abbate, p. 202] • Convegno *Le sensible a l'oeuvre: savoirs du corps entre esthétique et neurosciences*, Parigi, 15 Maggio 2014 [Jessica Murano, p. 204]

Volumi

Vito Campanelli, *Web Aesthetics. How Digital Media Affect Culture and Society*, NAI Publishers, Rotterdam and the Institute of Network Cultures, Amsterdam 2010, 276 pp.; Id., *Remix It Yourself. Analisi socio-estetica delle forme comunicative del Web*, Clueb, Bologna 2012, 176 pp.

Da diversi anni Vito Campanelli – Research Fellow presso il *Vilém Flusser Archiv* a Berlino –, preso atto dell’ubiqua presenza dei media digitali nell’esperienza quotidiana, conduce un’interessante ricerca volta a evidenziare le ricadute che essi hanno sui modi di esperire, percepire e comunicare tenendo presente tanto gli aspetti sociologici quanto quelli più strettamente estetologici. I volumi che qui si presentano costituiscono un’efficace messa a fuoco dei problemi in questione e danno alcune precise indicazioni e risposte utili per trovare dei punti fermi in un ambito troppo spesso restio a una corretta organizzazione teorica.

In *Web Aesthetics*, pubblicato dall’*Institute of Network Cultures* di Amsterdam con il patrocinio di Geert Lovink, Campanelli concentra la propria attenzione sul ruolo del web e, in particolare modo, su quelle che definisce *Web-related forms*, cioè la capacità del web di divenire lo strumento principale dell’estetizzazione del reale e della cultura che caratterizza la contemporaneità; l’obiettivo principale del volume è dunque quello di fornire gli strumenti necessari per non essere passivi utilizzatori del web e delle sue logiche di potere bensì di formare attivi utenti capaci di smascherare questi pericoli, avendo ben presenti le inevitabili interazioni tra esseri umani, strumenti meccanici e percezione estetica che regolano il suo utilizzo. Il web dunque diviene lo strumento principale dell’estetizzazione e da esso non si può prescindere se si vuole dare una spiegazione esauriente al fenomeno: l’espressione *Web aesthetics* non è semplicemente relativa a una riflessione estetica sui media digitali bensì connessa con «the concept of “distributed aesthetics” [estetica diffusa], according to which contemporary aesthetic forms are not only disseminated in “techno-social networks”, but also made of them» (p. 73).

Il testo pone di conseguenza immediatamente l’attenzione sulla specificità dell’esperienza estetica in relazione con il web evidenziando come esistano nuove forme di percezione strettamente connesse e dipendenti dalle tecnologie digitali: con un approccio fenomenologico volto a fare *epoché* delle troppe e sfuggenti alternative teoriche che la digitalizzazione ha comportato, Campanelli si propone di mettere in dialogo il web con tutto ciò che lo circonda al fine di tirarsi fuori da una logica di monadi che non comunicano avendo tuttavia la sensazione di essere connessi e comunicanti con gli altri attori sul web. Troppo spesso infatti, seppure le forme di comunicazione on line diano l’impressione di mettere in comunicazione i differenti utenti, non si instaura un reale dialogo: ci si trova piuttosto nella paradossale situazione che tutti scrivono (per esempio in un blog) ma quasi nessuno effettivamente legge ciò che gli altri hanno scritto. Smentendo le ottimistiche posizioni di teorici quali Pierre Lévy, Campanelli evidenzia che nel web vi è un enorme potenziale che resta inespresso a causa di un certo «autism, self-referentiality and monolin-

gualism» (p. 26) che lo contraddistingue: se i primi due elementi sono sufficientemente chiari (ed esperiti quotidianamente da chiunque si trovi a navigare), il terzo è sintomo di un'ulteriore potenzialità insita nel web che tuttavia si trasforma in una zavorra. Infatti l'assoluto predominio di un inglese non pienamente dominato (come ben evidenziato con una serie di esempi) rappresenta un impoverimento dei contenuti e rafforza l'incomunicabilità piuttosto che il dialogo, riducendo la comunicazione a frasi stereotipate e concettualmente povere di significato. È necessario dunque sviluppare le condizioni per un atteggiamento dialogico senza tuttavia rischiare di cadere né in atteggiamenti utopici né nella semplice demonizzazione della tecnologia: in prima istanza prendendo atto del multiculturalismo insito nel web che impone, riprendendo Ian Chambers, di «*dwell in hybridity as home*» (p. 45).

Campanelli dunque richiede che l'utente del web non si lasci schiacciare da questo stato di cose ma che assuma un atteggiamento attivo capace di vivificare gli aspetti positivi: si tratta innanzi tutto di dar vita a strategie non di semplice resistenza ma capaci di opporsi fattivamente alle logiche di potere che oggi dominano la rete. Bisogna indagare le modalità di interazione tra atto creativo e soggettività umano-macchinica: la domanda da porsi è relativa ai modi e ai vincoli dell'esperienza che si creano tra uomo e media digitali, il web primo fra tutti. A questa questione Campanelli risponde mettendo in evidenza che, in un'epoca in cui non c'è più spazio per una nozione esteticamente complessa e carica di teoria come quella di bellezza, ne emerge necessariamente una nuova, quella di *cool*, indice tuttavia di una superficialità del giudizio in sintonia con la rapidità delle esperienze mediate dal web. Tale approccio è indice, più che di un atteggiamento realmente estetico, di una confortante omologazione che spinge a rifugiarsi nel certo e nel condiviso piuttosto che rischiare nell'affrontare l'esperienza a tutto tondo, con i suoi pericoli ma anche con le possibili e auspicabili soddisfazioni. In questo quadro il web diviene quindi il luogo privilegiato in cui l'atteggiamento estetico può trovare nuovamente senso per far sì che l'esperienza riacquisti significato: si tratta tuttavia di individuare apposite strategie di resistenza che si accompagnino alla volontà di riattivare le potenzialità sopite dell'individuo.

La forma che organizza l'esperienza e i contenuti sul web è l'interfaccia; essa, secondo Campanelli, non è analizzabile in tutta la sua complessità con le categorie estetiche classiche poiché sul web il rapporto forma-contenuto è riassumibile dalla formula «*the flowing of digital data*» (p. 108): la navigazione on line alla ricerca di contenuti è infatti un'esperienza assolutamente inedita – quasi il nuovo modo di vivere specifico dei nostri tempi – e richiede la ristrutturazione dei modelli di esperienza esistenti. Per far ciò Campanelli conduce una completa e articolata panoramica delle differenti modalità di esperienze che le differenti tecnologie sul web impongono (a cui premette un capitolo in cui viene ripercorsa, seppure rapidamente, la genesi della nozione di esperienza estetica con l'obiettivo di rintracciare un forte fondamento teorico alla povertà dell'esperienza che caratterizza spesso il contemporaneo): l'esperienza sul web infatti oscilla tra due differenti antinomie, tra forma e contenuto e tra percezione ottica e aptica. La prima antinomia è conseguenza in prima istanza dell'opacità dei motori di ricerca e della stessa struttura a rete di internet: non è infatti possibile una organizzazione rigorosa e gerarchica dei contenuti poiché essi fluttuano e sono di continuo riorganizzati in una continua tensione tra forme preim-

postate e forme editabili; di conseguenza secondo Campanelli «digital media, and the Web in particular, give rise to forms that emerge regardless of the content and, conversely, to contents that can be expressed by a variety of forms, with a rapid shifting between experience in which the form tends to prevail and experiences in which the contents dominate» (p. 107). L'altra antinomia – quella tra ottico e aptico – è da fare risalire a Walter Benjamin e, sulla scia di questi, a Wölfflin e Riegl: nel web, secondo Campanelli, vi è un continuo scivolare da una dimensione all'altra attraverso delle interfacce che coinvolgono in maniera sempre più integrata l'utente sino a farlo divenire, secondo un'espressione di Manovich, «*Human Computer Interface*» (p. 137).

Il volume più recente, *Remix It Yourself*, prende avvio da una delle considerazioni conclusive del precedente saggio per indagare più nel concreto e mettere di fatto in pratica la logica del *remix*, della rimediazione e del "riutilizzo" specifico della rete ed evidenziare come questa caratteristica possa essere in fin dei conti generalizzata e dunque considerata una peculiarità che da semplice qualità dell'esperienza del web è divenuta una caratteristica generale dei modi di esperire. Si pone dunque in continuità con il testo precedente costituendone una sorta di appendice, rimettendo in discussione e ricontestualizzando secondo la stessa logica del *remix* di cui dà conto materiale eterogeneo precedentemente prodotto: se il primo infatti si era posto l'obiettivo di far tabula rasa di certe visioni ottimistiche del web, limitandosi tuttavia a segnalare i limiti di tale approccio, il secondo testo prova a essere maggiormente costruttivo, a indicare possibili soluzioni e a delineare un modello di esperienza che dal web si propaghi alle altre dimensioni.

La principale questione insoluta del primo volume era infatti quella della completa presa di coscienza delle nuove modalità di esperienza e del loro corretto orientamento etico, estetico, sociale e politico: a partire dunque dalla pratica del *remix*, individuata come una di quelle maggiormente significative per comprendere il senso dell'esperire odierno, Campanelli evidenzia alcune tendenze capaci di rispondere alle domande di fondo delle sue ricerche sulla cultura di massa. Prima fra tutte quella della coppia correlata e interdipendente di originalità e ripetizione: il *remix* è dunque un «irreversibile processo di ibridazione di fonti, materiali, soggettività e media, in atto nella società contemporanea» che tende a divenire «una possibile metafora applicabile al generale processo di amalgamazione e digitalizzazione della cultura» (p. 10). Questa seconda condizione per Campanelli dà luogo addirittura a un «dovere evoluzionistico» (p. 17) poiché è frutto delle inedite condizioni di accesso al materiale da far interagire e agli strumenti tecnologici che rendono tale compito facile, immediato e quasi necessario.

Il *remix* dunque diviene nell'ottica di Campanelli la pratica di riferimento per comprendere il più generale fenomeno dell'estetizzazione diffusa che caratterizza il contemporaneo poiché agisce nel cuore pulsante del web e consente di creare nessi tra questo e la società: sfruttando infatti meccanismi quali quello del meme e sulla scia del concetto di engramma così come l'ha teorizzato Aby Warburg (cfr. *Web Aesthetics*, p. 74 ss.; *Remix It Yourself*, p. 31 ss.), l'autore elabora una convincente estetica della ripetizione capace di spiegare i fenomeni virali, quelli di ripetizione e di citazione, di riarticolazione del ruolo dell'autore e del fruitore in un'unica ed inedita figura di utente che agisce; punto fondamentale di questa prospettiva è tuttavia la disposizione in maniera non contrapposta dei concetti di imitazione e innovazione. Infatti, sulla scia de *Les lois de*

l'imitation del 1890 del sociologo francese Gabriel de Tarde, perché «la novità introdotta dall'innovazione si radichi è necessario che essa sia trasmessa alla società attraverso l'imitazione» (p. 44): quest'ultima dunque, sfruttando la capillarità della rete, diviene il meccanismo della diffusione dei contenuti e si estende a tutti i campi della produzione culturale; il prodotto non è mai un prodotto finito ma è destinato a un utente che, come un DJ, riarticola il noto in inedite forme espressive (noto di passaggio alcune assonanze con le posizioni di Richard Shusterman espresse in *Estetica pragmatista* a proposito del rap e della sua capacità di ripensare il rapporto forma-contenuto). Ne consegue che l'arte diviene una rete di relazioni, un *network* aperto all'azione di un utente-attore che agisce come un bricoleur favorito nella sua azione da strumenti che consentono e anzi quasi impongono l'azione e dunque la creatività.

Quest'ultimo concetto è determinante per comprendere lo specifico della situazione attuale di un'esperienza mediata da strumento digitali; Campanelli infatti più volte individua nel legame tra soggetto e macchina la chiave di volta per comprendere il presente e dare il giusto spazio alla pretesa dell'uomo di non essere schiacciato dall'enorme potenzialità dei propri strumenti; è dunque valido ciò che era emerso come conclusione di *Web Aesthetics*: un «hyper-subject [...] made up of human and machinical/technological components, including the topology of networks, the relevant communication protocols, processes and the new hardware and software platforms regulating the functioning of digital networks» (p. 226), soggetto che ha superato il mito dell'originalità a vantaggio di un inedito dualismo tra innovazione e ripetizione.

Nel complesso le ricerche di Vito Campanelli svolgono la preziosa funzione di individuare il necessario e robusto retroterra teorico ai media digitali (standone al loro interno) e di prospettare interessanti modelli euristici capaci di valorizzarne la funzione facendo passare l'utente da semplice (e quasi passivo) utilizzatore ad attivo soggetto di un'esperienza capace di essere formativa: infatti, al di là di una inevitabile dimensione ludica e di passatempo spesso connessa all'esperienza sul web, è possibile individuare dei caratteri inediti che divengono quelli caratteristici della nostra epoca. Di conseguenza spetta ancora una volta all'uomo l'onere di ripensare i concetti, i modi di agire ed esperire della propria tradizione per farli interagire positivamente con la nuova dimensione digitale per sfruttarne sino in fondo le potenzialità.

Emanuele Crescimanno

Jean-François Bordron, *Image et vérité. Essais sur les dimensions iconiques de la connaissance*, Liège, Presses Universitaires de Liège 2013, pp. 190.

«Il semble que nous percevions le monde comme une image et cela [...] sous toutes les modalités sensorielles» (p. 169). La sémiotique pour Jean-François Bordron inclut d'un même tenant le monde dans la perception, les produits langagiers qui la traduisent et les processus qui mènent sans cesse de l'un à l'autre. Cette interrogation générale sur les rapports du sens et du sensible, constante dans les ouvrages de l'auteur (Cf. *L'iconicité et ses images*, Paris, PUF, 2011), est ici ap-