



DRADEK

Vol. I Num. 1 2015

Studies in Philosophy of Literature, Aesthetics
and New Media Theories

AESTHETICS in the AGE of NEW MEDIA

Edited by Lorenzo Serini and Marta Vero

powered by

ZETESIS
RESEARCH GROUP

<http://zetesisproject.com/>

Scientific Board:

Prof. Leonardo Amoroso (Università di Pisa), Prof. Christian Benne (University of Copenhagen), Prof. Andrew Benjamin (Monash University, Melbourne), Prof. Fabio Camilletti (Warwick University), Prof. Luca Crescenzi (Università di Pisa), Prof. Paul Crowther (NUI Galway), Prof. William Marx (Université Paris Ouest Nanterre), Prof. Antonio Prete (Università di Siena), Prof. David Roochnik (Boston University), Prof. Antonietta Sanna (Università di Pisa), Prof. Claus Zittel (Stuttgart Universität)

Executive Board

Matteo Bensi, Danilo Manca (coordinator), Lorenzo Serini, Valentina Serio, Marta Vero

Review Board:

Alessandra Aloisi, Ester Fuoco, Annamaria Lossi, Nikos Loukidelis, Cathrin Nielsen, Francesco Rossi

ODRADEK. Studies in Philosophy of Literature, Aesthetics and New Media Theories.

Edited by Associazione “Zetesis-Progetto di studi e Dialoghi Filosofici”,
via Paoli, 15 - 56126 Pisa. Registered by Agenzia delle Entrate di Pisa, n. 3705, serie III,
23.10.2014



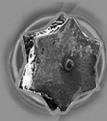
License Creative Commons

Odradek. Studies in Philosophy of Literature, Aesthetics and New Media Theories
di Zetesis is licensed under a Creative Commons attribution, non-commercial 4.0
International.

Further authorization out of this license terms may be available at <http://zetesisproject.com> or writing to: zetesis@unipi.it.

Layout editor: Stella Ammaturo

Volume Editors: Lorenzo Serini, Marta Vero



DRADEK

Studies in Philosophy of Literature, Aesthetics
and New Media Theories

Vol. I Num. 1 2015

AESTHETICS in the AGE of NEW MEDIA

Edited by Lorenzo Serini and Marta Vero

powered by



<http://zetesisproject.com/>

Nuovi media, nuova estetica?

Elisabetta Di Stefano

Abstract

The aim of this essay is to explore the soundness of traditional definitions of Aesthetics (as Theory of Beauty, as Theory of Sensibility, as Philosophy of Art) in the Age of New Media. By referring to Walter Benjamin, the essay focuses on some ideas (montage, innervation, aura-choc) that, in different way, we can find in the current Media Studies (McLuhan, de Kerckhove, Ortoleva).

Particularly, the concept of the “Innervation” comes to that “Technological body” (subject of various performances) in which technical medium and human body complement each other.

Digital devices strengthen the human body’s capacities of communicating and perceiving; accordingly, they give a new relevance to Aesthetics as Theory of Sensibility (aisthesis) taken in its original Baumgartenian meaning.

L'estetica è stata intesa storicamente attraverso tre modalità interpretative: come teoria della bellezza – secondo la tradizione antecedente al suo battesimo settecentesco quale disciplina autonoma e ripresa poi durante il XVIII e il XIX secolo – ; come teoria della percezione (*aisthesis*), secondo l'impostazione di Alexander Baumgarten (*Meditationes philosophicae de nonnullis ad poema pertinentibus*, 1735); come filosofia dell'arte nell'accezione idealistica e romantica¹. Nell'età dei nuovi media², in cui le tecnologie digitali appaiono onnipresenti nella vita quotidiana – dal lavoro, all'istruzione al tempo libero – trasformando il contesto sociale, le abitudini e persino l'orizzonte della nostra creatività e immaginazione, queste chiavi interpretative sono ancora valide? Quale appare più significativa? Oppure si ritiene che le trasformazioni messe in atto rendano necessario avviare un ripensamento dell'estetica?

L'urgenza e la complessità di tali interrogativi ha prodotto in Italia nell'ultimo decennio un intenso incremento di studi³. Le ricerche si sono orientate sia

1 D'Angelo (2010), pp. 25-49.

2 Dopo il saggio di Manovich (2005) p. 37, che ha definito la nascita e le caratteristiche dei nuovi media, con questo termine si intendono quei mezzi di comunicazione che si basano sul linguaggio digitale, ovvero su un codice numerico binario (siti web, computer multimediali, videogiochi elettronici, CD Rom, DVD, realtà virtuale, film in 3D ecc.) e che hanno operato una rivoluzione culturale senza precedenti, investendo tutte le fasi del processo comunicativo (dall'acquisizione alla manipolazione, dall'archiviazione alla distribuzione) e tutti i tipi di media (testi, immagini statiche e in movimento, suono e costruzione spaziale).

3 Nell'ampia produzione bibliografica dedicata a queste tematiche nell'ultimo decennio, alcuni saggi si richiamano fin dal titolo al confronto tra l'estetica e i (nuovi) media: Scacco (2004), Diodato (2005), Tursi (2007); De Leo (2008),

sul versante dell'arte, esplorando le nuove modalità produttive e fruttive, sia sul versante della comunicazione e della fenomenologia della percezione; ma il confronto tra l'estetica e i nuovi media rimane ancora una questione aperta. Si tratta di un'aporia congenita all'ambito dei *media studies* dove l'instabilità concettuale è dovuta alla maggiore velocità dell'innovazione rispetto alla riflessione e all'analisi.

Per questo motivo si è preferito prendere le mosse da un filosofo che può ormai considerarsi un classico nella storia dell'estetica mediale, Walter Benjamin. Infatti, egli ha individuato alcune chiavi ermeneutiche ("montaggio", "innervazione") e alcune coppie concettuali ("vicinanza-lontananza", "aura-choc") che, trovando riscontro nelle teorie contemporanee, acquistano particolare significato e possono risultare ancora utili per una riconfigurazione dell'estetica e delle sue categorie nell'età dei nuovi media⁴.

In realtà la stessa qualificazione di novità in relazione ai media è ambigua. Infatti, tutti i media appaiono all'inizio nuovi e rivoluzionari, imponendo un'alterazione di ritmi e schemi nei rapporti umani e nell'esperienza percettiva dei gruppi che hanno adottato quelle innovazioni, ma se ne consideriamo la storia, ci accorgiamo che essi sono spesso l'esito di tendenze,

Granata (2009), Tavani (2011), Diodato, Somaini (2011), Bordoni (2011), Farulli (2012), Gurisatti (2012), Brega (2012) Granata (2012), Mazzocut-Mis, Tavani (2012), Diodato (2013), Montani (2014).

4 Sul dibattito internazionale relativo all'immagine elettronica e alle sue implicazioni teoriche cfr. Poissant (1995), Stiegler, (1994, 1996, 2001), Grau (2003).

ricerche, emergenze culturali vive già in precedenza⁵. Del resto non si tratta di una totale innovazione ma, secondo Bolter e Grusin⁶, è preferibile parlare di “ri-mediazione”, ovvero di una rielaborazione in cui media vecchi e nuovi interagiscono tra di loro, in un continuo processo di confronto ed integrazione.

Alla luce di queste considerazioni, senza voler adentrarci in un ambito di studi che vanta una ricchissima bibliografia, analizzeremo alcuni testi di Benjamin per riflettere sulla storia dei media e delle conseguenti trasformazioni nell’esperienza percettiva. La centralità di questo filosofo per l’estetica dei media è ampiamente riconosciuta⁷, come conferma l’interesse sia per le varie versioni del saggio su *L’opera d’arte*⁸ sia per gli altri scritti di natura mediologica. Tuttavia vedremo come, spaziando dalla radio alla fotografia al cinema e interpretando la teoria teatrale di Brecht alla luce del montaggio cinematografico, Benjamin offra chiavi di lettura utili pure in relazione ai nuovi contesti teorici del digitale.

5 Bettetini, Colombo (1996), p. 18. Cfr. anche Bettetini (1996).

6 Bolter, Grusin (2002), p. 103.

7 Su Benjamin teorico dei media cfr. le antologie (con relative introduzioni e bibliografia) a cura di Schöttker (2002), a cura di Jennings, Doherty, Levin (2008) e in italiano la recente raccolta curata da Pinotti e Somaini (2012).

8 La versione più nota de *L’opera d’arte nell’epoca della riproducibilità tecnica* è una stesura del 1939, che tiene conto dei suggerimenti di Horkheimer e Adorno. In Italia fu tradotta per la prima volta nel 1966, a cura di Cesare Cases, riedita nel 1991 per la cura di Pullega e ancora nel 2011 per la cura di Cacciari (con nota introduttiva di Valgussa). In realtà il saggio era stato già pubblicato nel 1936 nella traduzione francese curata da Klossowski. A questa sono antecedenti una prima versione manoscritta (1935) e un dattiloscritto (1935-1936) che teneva conto dei soli commenti di Horkheimer e costituiva la base della pubblicazione francese. Nel 2012 sono state pubblicate la versione francese e le due tedesche (1935-36 e 1939) per la cura di Desideri (traduzioni di Baldi).

Sebbene la multimedialità in senso stretto nasca quando la tecnologia viene convogliata su un'unica piattaforma digitale grazie all'uso del computer, il concetto nel suo significato etimologico di interazione fra diversi media trova nel teatro la sua prima forma di applicazione, dal momento che lo spettacolo teatrale integra diverse arti (pittura, scultura, architettura, musica, danza, performance), fondendo elementi visivi e auditivi⁹.

Non è un caso che la riflessione di Benjamin sul teatro prenda avvio con il saggio *Il dramma barocco tedesco*, in cui l'autore si sofferma su un periodo storico, il barocco, che sente avere profonde analogie con il XX secolo, secondo una chiave interpretativa che ha trovato successivi riscontri sia nella prospettiva semiologica¹⁰ sia in quella mediologica¹¹.

Tuttavia, alla luce del concetto di *remediation*, appaiono più significative le riflessioni di Benjamin sul teatro di Bertolt Brecht «che, invece di entrare in concorrenza con < i > moderni strumenti di comunicazione, cerca di applicarli e di imparare da essi, insomma di dialogare e di discutere con essi»¹².

9 Nonostante la sua innata multimedialità, il teatro ha incontrato più difficoltà, rispetto alle altre arti visive, ad appropriarsi delle tecnologie digitali, a causa della necessità di condividere con lo spettatore uno spazio fisico e una rappresentazione "qui e ora". Oggi tuttavia si stanno diffondendo sperimentazioni teatrali che, grazie alle nuove tecnologie multisite, mostrano su uno schermo più luoghi contemporaneamente oppure trasmettono lo spettacolo (o parte di esso) in live streaming o fanno interagire immagini virtuali con veri attori su un palcoscenico tradizionale o utilizzano scenografie virtuali.

10 Calabrese (1987).

11 Tursi (2004).

12 Benjamin (2004), p. 55.

Il teatro epico di Brecht è un teatro costituito da gesti e azioni interrotte che sottopongono lo spettatore a continui choc stranianti¹³, impedendo la commozione empatica. Per questo motivo Benjamin riconosce in esso la tecnica del montaggio e ritiene che questo tipo di rappresentazione, discontinua e antiauratica, possa essere accomunata, per quanto riguarda gli effetti sulla percezione sensibile, alle nuove forme tecniche del cinematografo e della radio¹⁴.

Ma il montaggio è anche una delle modalità con cui ci orientiamo quotidianamente, in modo a volte anonimo a volte “autoriale”, nel palcoscenico della rete attraverso un gioco di scomposizione e ricomposizione di contenuti audiovisivi. Come ha messo in rilievo Ortoleva, nell’iconosfera on line il montaggio è inteso non tanto come atto di scrittura quanto come parte di un’azione di conoscenza/costruzione del mondo da parte sia di chi “genera” contenuti sia di chi li percepisce. Le due attività infatti non sono rigidamente distinguibili: la fruizione può tradursi, oltre che in un giudizio critico espresso attraverso i commenti, anche in un’operazione di appropriazione e rielaborazione delle immagini¹⁵.

13 Benjamin (2006), p. 357: «Il teatro epico, come le immagini di una pellicola cinematografica, procede a scossoni. La sua forma fondamentale è quella dello shock. I song, le didascalie, le convenzioni fantomatiche staccano ogni situazione dall'altra. Così si generano intervalli che tendono a limitare l'illusione del pubblico».

14 Benjamin (2004), p. 55: «Qui (e cioè nel principio dell'interruzione) il teatro epico adotta [...] un procedimento che negli ultimi anni il cinema e la radio, la stampa e la fotografia, hanno reso [...] familiare. Parlo del procedimento del montaggio: il pezzo montato interrompe il contesto in cui viene montato».

15 Ortoleva (2011), p. 310. Cfr. anche idem (2009).

Il merito e l'attualità di Benjamin quale teorico dei media consiste soprattutto nell'aver compreso la variabilità storica della percezione sensoriale e nell'aver considerato il medium l'insieme delle condizioni che riconfigurano diversamente il reame della sensibilità in relazione alle varie contingenze storiche, secondo una linea interpretativa che trova conferma nei massmediologi contemporanei.

Nel corso di lunghi periodi storici, insieme al modo di esistere complessivo delle collettività, si trasforma anche la modalità della loro percezione. La modalità in cui si organizza la percezione umana – il medium in cui essa si realizza – non è condizionata solo in senso naturale, ma anche in senso storico¹⁶.

Con il termine latino medium Benjamin indica le condizioni tecniche e artificiali capaci di filtrare l'esperienza sensoriale. La radio, il telefono, il cinema, secondo il filosofo, stavano trasformando profondamente la funzione dell'apparato percettivo umano. Tale rimodulazione funzionale poteva essere subita passivamente o governata attivamente attraverso un training sensoriale volto ad allenare l'individuo moderno a far fronte ai continui test percettivi e motori a cui era sottoposto sia nei luoghi di lavoro sia di svago.

L'apice di questo allenamento sensoriale avrebbe dovuto essere una sorta di "innervazione", in virtù della quale «medium tecnico e corpo umano cessa-

¹⁶ Benjamin (2004), p. 51. Si fa riferimento alla versione tedesca del 1936, ritrovata in forma dattiloscritta, che delle tre versioni rappresenta la più ricca dal punto di vista filosofico.

no di essere contrapposti come l'artificiale al naturale, ma si integrano reciprocamente in un complesso protesico funzionale»¹⁷. Questo è il risultato di quella seconda tecnica che, a differenza della prima radicata nella magia e nel dominio sulla natura, si rivela capace di giocare con la natura stessa e con le valenze di una mimesi perfettiva nei suoi confronti¹⁸.

Tale modalità di incorporazione, in linea con la concezione dei media come estensioni dell'uomo, formulata da McLuhan¹⁹, ha trovato esito in quel "corpo tecnologico" oggetto di varie performance artistiche volte a evidenziare il potenziamento comunicativo e percettivo apportato dai nuovi media (Stelarc)²⁰, e trova conferma nell'uso attuale di alcuni dispositivi digitali, come ad esempio tablet e smartphone, i quali hanno talmente ampliato le nostre possibilità comunicative (WhatsApp oppure Facebook, Twitter e vari altri social network), orientative (Google maps, etc.), visive (grazie alla fotocamera e alla videocamera integrata) da rendere obsoleti e impraticabili i vecchi sistemi.

Divenuti ormai una sorta di "integrazione protesica" indispensabile alla nostra vita quotidiana, questi dispositivi tecnologici consentono oggi di interagire con altri, per svago o per lavoro, a qualsiasi distanza, all'interno di quella nuova realtà antropologica che Manovich ha definito "software culture"²¹.

17 Pinotti, Somaini (2012), p. 10.

18 Benjamin (2004), p. 58.

19 McLuhan (1990).

20 Capucci (1994).

21 Manovich (2010).

La riflessione di Benjamin mette in luce alcune categorie che si rivelano dense di successivi sviluppi. Ad esempio l'importanza dell'interazione tra autore e fruitore, caratteristica tra le più significative dei nuovi media, è individuata da Benjamin nelle potenzialità offerte dai dispositivi mediatici del suo tempo: la radio e il telefono. Già Brecht, ne *La radio come mezzo di comunicazione* (1932), aveva colto il valore positivo di questo strumento nella capacità «non solo di trasmettere ma anche di ricevere, non solo di far sentire qualcosa all'ascoltatore ma anche di farlo parlare, non di isolarlo ma di metterlo in relazione con gli altri»²².

Anche Benjamin (*Riflessioni sulla radio*²³) ritiene lo scambio di ruoli tra emittente e ascoltatore insito negli stessi fondamenti tecnici del mezzo radiofonico e comprende l'utilità didattica di una radio interattiva. Infatti, in un altro scritto, *Teatro e radio. Sul reciproco controllo della loro azione educativa* (1932), afferma la necessità per la radio di rifarsi ai principi fondanti del teatro epico (interruzione e montaggio) per costringere l'uditore ad abbandonare la passività e prendere posizione nei confronti dell'evento²⁴.

L'interattività tanto auspicata da Benjamin è ormai diventata una peculiarità sia dei mezzi di comunicazione di massa (dalla televisione alla rete) sia di

²² Brecht (1973), p. 45.

²³ Benjamin (2012), p. 293: «Qualsiasi bambino riconosce che è proprio dello spirito della radio il fatto di condurre innanzi al microfono un numero qualsivoglia di persone per una qualsivoglia occasione; di trasformare il pubblico in testimone di interviste e dialoghi in cui prende la parola ora questo ora quello».

²⁴ Benjamin (2003), pp. 198-201.

molte produzioni di New media art. Tali pratiche artistiche infatti sono costituite da processi dinamici che richiedono uno stimolo esterno di carattere fisico per esistere (Interactive art), l'opera diviene un work in progress che si rimodella, di volta in volta, mediante l'intervento dei fruitori²⁵; di conseguenza il destinatario non è più solo uno spettatore, ma diviene, secondo la definizione entrata già nel lessico dell'arte relazionale, *spett-attore*²⁶.

Il telefono è invece per Benjamin un inquietante dispositivo che sottopone l'individuo a una sorta di "esperienza medianica", consentendo di ascoltare la voce di un interlocutore invisibile che sembra provenire dall'aldilà²⁷. Sia la radio sia il telefono trasformano l'esperienza sensibile, avvicinando, grazie al contatto sonoro, persone fisicamente lontane. I nuovi media hanno ulteriormente amplificato queste possibilità consentendo persino la comunicazione visiva a distanza (ad esempio tramite skype), grazie all'immagine che appare nello schermo.

Emerge da queste considerazioni sui media la polarità *lontananza-vicinanza* che Benjamin elabora invertendo il modello estetico-percettivo degli storici dell'arte Alois Riegel e Heinrich Wölfflin, i quali, nel passaggio dallo stile egizio al tardoromano l'uno²⁸, e dal Rinascimento al Barocco l'altro²⁹,

25 Capucci (1993), p. 116.

26 Cremaschi (1997).

27 Pinotti, Somaini (2012), pp. 280-281.

28 Riegl (1953).

29 Wölfflin (2010, 2012).

vedevano un movimento dalla visione ravvicinata e tattile a quella distanziata e ottica. Al contrario per Benjamin la storia della percezione si fonda su una progressiva transizione dal lontano al vicino, dall'ottico al tattile, secondo un modello teorico che trova conferma nelle odierne possibilità dei nuovi media di mettere in contatto grafico/visivo/sonoro persone distanti e nella sempre maggiore diffusione di dispositivi dotati di *touch screen*.

Di conseguenza la tradizionale gerarchia dei sensi subisce una trasformazione; come ha messo in evidenza de Kerckhove: «Il tatto è un argomento difficile per una civiltà fondata sulla visualità, dove l'occhio è più forte il tatto è represso. Oggi, tuttavia, assistiamo a un rovesciamento di questa gerarchia, il tatto diventa importante e gli artisti cominciano ad esplorarlo»³⁰. Siamo passati da un'era prospettica, dominata dal paradigma della visione, all'era della propriocezione, in cui il corpo attraverso l'epidermide diviene la prima interfaccia col mondo³¹.

Nella riflessione di Benjamin la tensione polare tra visione a distanza e visione ravvicinata costituisce il fondamento di due diverse esperienze percettive: quella dell'aura e quella dello choc. L'aura, definita «apparizione unica di una lontananza»³², si radica nell'originalità dell'opera d'arte che si offre alla contemplazione in raccolto isolamento, lo choc, invece,

30 de Kerckhove (1993), p. 50.

31 de Kerckhove (1993).

32 Benjamin (2012), p. 52.

costituisce il tratto distintivo della modernità ed è connotato dalla prossimità, dall'interruzione, dalla distrazione e dalla fruizione a scatti.

La ricezione distratta [...] è il sintomo di una radicale trasformazione della funzione dell'apparato appercettivo umano, che vede innanzi a sé compiti che possono essere risolti solo collettivamente. La ricezione distratta è allo stesso tempo il sintomo della crescente importanza dell'appercezione tattile, che a partire dall'architettura, dove ha avuto origine, si è estesa alle restanti arti³³.

L'architettura è stata da sempre il prototipo di una creazione artistica recepita nella distrazione collettiva. Richiamare alla mente la sua estesa influenza è di decisiva importanza per ogni tentativo di comprensione del rapporto delle masse con l'opera d'arte e della funzione storica di quest'ultima. Il dipinto ha sempre rivendicato il diritto esclusivo di essere contemplato dal singolo o tutt'al più da pochi individui. L'osservazione simultanea di dipinti da parte di un vasto pubblico, quale si delinea nel XIX secolo, è un primo sintomo della crisi della pittura, che non è stata pertanto provocata affatto solo dalla fotografia, ma che è stata anzi relativamente indipendente da essa, essendo prodotta per lo più dalla pretesa dell'opera d'arte di rivolgersi alla massa³⁴.

³³ Benjamin (2002), p. 313.

³⁴ Op. Cit., p. 308.

La transizione dalla fruizione in isolato raccoglimento a quella collettiva e distratta è individuata da Benjamin in due fenomeni che trovano ulteriore riscontro ai giorni nostri: il turismo di massa e i nuovi mezzi di riproduzione tecnica (per Benjamin fotografia e cinema, per noi i dispositivi digitali con fotocamera e videocamera integrata), i quali consentono di moltiplicare e avvicinare l'immagine, divenuta letteralmente manipolabile:

«portare più vicino» a sé le cose è un ardente desiderio delle masse attuali, <nella stessa misura in cui ciò rappresenta> la loro tendenza a un superamento del carattere unico di ogni realtà effettiva mediante la ricezione della sua riproduzione. Ogni giorno si fa valere in maniera sempre più irrefutabile il bisogno di impadronirsi dell'oggetto, a distanza più ravvicinata, nell'immagine o piuttosto nella copia, nella riproduzione³⁵.

Se la riproducibilità tecnica ha privato l'opera d'arte della sua auratica venerabilità, “banalizzandola” tra le merci o confondendola con la *réclame*, la fruizione di massa ha cambiato la qualità dell'esperienza percettiva: «La massa è una matrice dalla quale, attualmente, esce rigenerato ogni abituale atteggiamento di fronte alle opere d'arte. La quantità si è convertita in qualità: *Le masse sempre più grandi dei partecipanti hanno fatto emergere una mutata modalità di partecipazione*»³⁶.

³⁵ Benjamin (2012), p. 52.

³⁶ Op. cit., p. 86.

Ma al contempo comprende che la trasformazione non implica una degenerazione:

L'osservatore non deve farsi confondere dal fatto che, in un primo momento, questa partecipazione si manifesta in una forma screditata. <Ci si lagna con lui del fatto che le masse cerchino nell'opera d'arte *distrazione*, mentre l'amante dell'arte si avvicina ad essa con *raccoglimento*. Che per le masse l'opera d'arte sia un'occasione d'intrattenimento, mentre per l'amante dell'arte è un oggetto della sua devozione>. Occorre qui vedere le cose più da vicino³⁷.

Approfondendo la riflessione Benjamin chiarisce che raccoglimento e distrazione non devono essere considerate alla luce della contrapposizione positivo/negativo, ma come modalità percettive legate al mutare dei tempi. Ne consegue un differente orientamento tra opera e fruitore, dal soggetto verso l'opera nel primo caso, dall'opera verso il soggetto nel secondo: «Colui che si raccoglie di fronte all'opera d'arte sprofonda in essa; egli entra dentro quest'opera [...]. La massa distratta, di contro, fa sì che l'opera d'arte sprofondi in lei; la trascina con la sua onda, la avvolge nel suo flutto»³⁸.

Mettendo a frutto la lezione di Riegl che aveva conferito dignità al periodo tardoromano, tradizionalmente considerato deterioro, la decadenza dell'aura non viene vista da Benjamin secondo l'ottica negativa della perdita, ma in quella positiva dell'evolu-

³⁷ Op. cit., pp. 86-87. Corsivo nostro.

³⁸ Op. cit., p. 87.

luzione storica. Un atteggiamento che trova conferma nei *Passagenwerk*, dove, considerando progresso e decadenza come due facce della stessa medaglia, Benjamin interpreta l'insieme delle nuove modalità percettive attraverso la categoria della traccia (*Spur*) definita, in contrapposizione all'aura, come «apparizione di una vicinanza per quanto possa essere lontano ciò che essa ha lasciato dietro di sé»³⁹.

La dimensione esperienziale descritta dal filosofo tedesco trova conferma oggi nell'età dei nuovi media. Infatti, il turismo di massa si è ulteriormente incrementato e la fruizione “a interruzione” ha raggiunto livelli più elevati: folle di turisti si muovono rapidamente tra le sale dei musei, sostando brevemente per un rapido scatto con la fotocamera digitale. La pratica del *selfie* (l'autoscatto con lo smartphone o il tablet) ha determinato un nuovo cambiamento nell'esperienza estetica, portando a estreme conseguenze quella ricezione distratta e quello spostamento vettoriale dall'opera al fruitore (dall'aura alla traccia), di cui parlava Benjamin. La riproduzione infatti non si focalizza sull'opera che diviene sfondo, ma sul soggetto che aspira ad affermare la sua presenza in uno specifico spazio/tempo.

L'immagine digitale, però, a differenza della fotografia analogica, non vuole essere memoria di un

39 Benjamin, (2002), pp. 499-500: «La traccia e l'aura. La traccia è l'apparizione di una vicinanza, per quanto possa essere lontano ciò che essa ha lasciato dietro di sé. L'aura è l'apparizione di una lontananza, per quanto possa essere vicino ciò che essa suscita. Nella traccia noi facciamo nostra la cosa; nell'aura essa si impadronisce di noi».

passato da custodire in un album privato e da condividere nell'ambiente familiare, bensì comunicazione generalizzata e immediata, tramite upload nei social network, di un eterno presente⁴⁰. L'intimità viene così trasformata in momento pubblico e offerta alla curiosità voyeuristica del popolo della rete. Il medium diventa il messaggio, per dirla con McLuhan, poiché la velocità e la quantità di immagini condivise consentono solo una visualizzazione rapida e "distratta", mentre si è impegnati a fare altro con lo smartphone perennemente in mano.

Anti-auratica e tattile, l'immagine digitale acquista così valore di "traccia" (*Spur*), poiché consente una visione ravvicinata per quanto lontano possa essere l'oggetto «che essa ha lasciato dietro di se»⁴¹. La stessa sensazione del piacere non valuta più l'opera ma la condivisione dell'esperienza nel palcoscenico della rete in una continua ricerca di approvazione collettiva misurata dal numero dei "mi piace", quale fattore di successo personale o commerciale.

La dimensione dell'aura e della contemplazione cedono così il posto a quella dello choc, inteso sia come categoria dell'artisticità, secondo la linea inaugurata dalle avanguardie (si pensi all'estetica della macchina celebrata dai Futuristi⁴²) e deflagrata nella contemporaneità, sia come condizione esperienziale

40 Farías (2015), pp. 74-81.

41 Benjamin (2002), p. 499.

42 Marinetti (2008), p. 13: «Un automobile da corsa col suo cofano adorno di grossi tubi simili a serpenti dall'alito esplosivo...un automobile ruggente, che sembra correre sulla mitraglia, è più bello della Vittoria di Samotracia».

della vita quotidiana (i rumori del traffico, la folla, la fruizione a scatti, lo squillo del telefono, oggi amplificato dalle suonerie personalizzate degli smartphone). La bellezza ha abbandonato le vette dell'arte che, confondendosi ormai con le merci e con la pubblicità, cerca una nuova definizione ontologica. Inoltre la pervasività delle tecnologie digitali nelle pratiche giornaliere rende spesso labili i confini tra arte e vita, tra cultura alta e popolare, tra esperienza estetica e divertimento, come dimostrano i nuovi ambiti della creatività costituiti dai videogames.

Di conseguenza né la teoria del bello né la filosofia dell'arte possono rendere ragione del complesso panorama dell'estetica nell'età dei nuovi media. Tuttavia la teoria dei media non può essere disgiunta dalla teoria dell'*aisthesis*. Come afferma Marshall McLuhan «gli effetti della tecnologia [...] alterano costantemente, e senza incontrare resistenza, le reazioni sensoriali o le forme di percezione»⁴³, determinando un cambiamento nella costruzione simbolica della realtà. Pertanto l'uomo dell'età gutenberghiana appare radicalmente diverso da quello dell'era elettrica poiché le diverse funzioni medialità che è chiamato a svolgere lo modificano profondamente nelle sue facoltà immaginative, percettive, conoscitive.

Se ci spostiamo all'era digitale, vediamo che l'interesse dei teorici per quello che de Kerckhove ha chiamato *sensory remapping*⁴⁴ rimane centrale. I nuo-

43 McLuhan (1990), p. 27.

44 de Kerckhove (1994), p. 45.

vi media sollecitano a modificare i propri *brainframes*, sviluppando differenti forme della visione (ravvicinata o a distanza, statica o in movimento) o privilegiando la tattilità. *Touch screen* sono ormai collocati nei più diversi spazi pubblici e privati, e tali sono i display dei dispositivi digitali portatili, ormai quasi protesi del nostro corpo. Soprattutto la realtà virtuale indaga i nuovi orizzonti della sensorialità, producendo ambienti tridimensionali inesistenti capaci di sollecitare sinesteticamente il fruitore e di potenziare, attraverso interfacce integrate, le capacità visive, tattili, olfattive e auditive.

Pertanto, nel quadro di una teoria dei media, la definizione più valida di estetica rimane quella di una «dottrina della percezione» intesa etimologicamente come *aisthesis*, a cui nel saggio su *L'opera d'arte* si richiama lo stesso Benjamin⁴⁵.

45 Benjamin (2012), p. 88. Cfr. Carboni, Montani (2005).

Bibliografia

- Benjamin Walter, *Theater und Rundfunk* (1932), trad. di E. Ganni, *Teatro e radio. Sul reciproco controllo della loro azione educativa*, in *Opere complete. V. Scritti 1932-1933*, Einaudi, Torino 2003.
- Benjamin Walter, *Der Autor als Produzent* (1934), trad. di E. Ganni, *L'autore come produttore*, in *Opere complete. VI. Scritti 1934-1937*, Einaudi, Torino 2004.
- Benjamin Walter, *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit* (1935), trad. di M. Baldi, a cura di F. Desideri, *L'opera d'arte nell'era della sua riproducibilità tecnica*, Donzelli, Roma 2012.
- Benjamin Walter, *Was ist das episches Theater?* (1939), trad. di E. Ganni, *Che cosa è il teatro epico?* in *Opere complete. VII. Scritti 1938-1940*, Einaudi, Torino 2006.
- Benjamin Walter, *Passagen-Werk* (1982), trad. di E. Ganni, *I passages di Parigi*, Einaudi, Torino 2002.
- Benjamin Walter, *Medienästhetische Schriften*, a cura di D. Schöttker, Suhrkamp, Frankfurt am Main 2002.
- Benjamin Walter, *The Work of Art in the Age of its Technological Reproducibility, and Others Writings on Media*, a cura di M. W. Jennings, B. Doherty, T. Y. Levin, Harvard University Press, 2008.
- Benjamin Walter, *Aura e choc. Saggi sulla teoria dei media*, a cura di A. Pinotti e A. Somaini, Einaudi, Torino 2012.

- Bettetini Gianfranco, *L'audiovisivo dal cinema ai nuovi media*, Bompiani, Milano 1996.
- Bettetini Gianfranco, Colombo Fausto, *Le nuove tecnologie della comunicazione*, Bompiani, Milano 1996.
- Bolter Jay David, Grusin Richard, *Remediation. Understanding New Media* (2000), trad. di B. Gennaro, *Remediation. Competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi*, Guerini & Associati, Milano 2002.
- Bordoni Carlo, *Dal sublime ai nuovi media. Arte estetica società*, Felici, Ghezzeno 2011.
- Brecht Bertold, *Scritti sulla letteratura e sull'arte (1920-56)* a cura di C. Cases, Einaudi, Torino 1973.
- Brega Matteo, *Multimedialità digitale e fruizione parcellizzata. Estetica e forme d'arte del Novecento*, Mimesis, Milano 2012.
- Calabrese Omar, *L'età neobarocca*, Laterza, Roma-Bari 1987.
- Capucci Pier Luigi, *Realtà del virtuale. Rappresentazioni tecnologiche, comunicazione, arte*, Clueb, Bologna 1993.
- Capucci Pier Luigi, *Il corpo tecnologico*, Baskerville, Bologna 1994.
- Crevaschi Maria Cristina, *"L'arte che non c'è" 1987-1996. Indagine sull'arte tecnologica*, Edizioni dell'ortica, Bologna 1997.
- D'Angelo Paolo, *Tre modi (più uno) di intendere l'estetica*, in *Dopo l'estetica*, a cura di L. Russo, Centro Internazionale Studi di Estetica, Palermo 2010.

De Leo Daniela, *Estetica dei nuovi media. La fenomenologia della percezione estetica nel nuovo panorama multimediale*, Aracne, Roma 2008.

de Kerckhove Derrick, *Brainframes. Technology, Mind and Buisness* (1991), trad. di S. Avanzini, *Brainframes. Mente, tecnologia, mercato*, Baskerville, Bologna 1993.

Diodato Roberto, *Estetica del virtuale*, Mondadori, Milano 2005.

Diodato Roberto, Somaini Antonio (a cura di), *Estetica dei media e della comunicazione*, Il Mulino, Bologna 2011.

Diodato Roberto, *Relazione e virtualità. Un esercizio del pensiero estetico*, EDB, Bologna 2013.

Farías Gabriela, *Selfie and the experience of the virtual image*, “Rupkatha Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities”, Volume VII, Number 1, 2015.

Farulli Luca, *Immaginazione tecnologica. Per un'estetica della media art*, Polistampa, Firenze 2012.

Granata Paolo, *Arte, estetica e nuovi media. “Sei lezioni” sul mondo digitale*, Lupetti, Bologna 2009.

Granata Paolo, *Mediabilia. L'arte e l'estetica nell'ecologia dei media*, Lupetti, Bologna 2012.

Grau Oliver, *Virtual Art. From illusion to immersion*, Mit Press, Cambridge-London 2003.

Gurisatti Giovanni, *Scacco alla realtà. Estetica e dialettica della derealizzazione mediatica*, Quodlibet, Macerata 2012.

- Manovich Lev, *Language of New Media* (2001), trad. di R. Merlini, *Il linguaggio dei nuovi media*, Olivares, Milano 2005.
- Manovich Lev, *Software Culture*, trad. Di M. Tarantino, Olivares, Milano 2010.
- Marinetti Filippo Tommaso, *Fondazione e Manifesto del futurismo* (1909), in *Manifesti del Futurismo*, a cura di V. Birolli, Abscondita, Milano 2008.
- Mazzocut-Mis Maddalena, Tavani, Elena, *Estetica dello spettacolo e dei media*, LED, Milano 2012.
- McLuhan Marshall, *Understanding Media. The Extensions of Man* (1964), trad. di E. Capriolo, *Gli strumenti del comunicare*, Il Saggiatore, Milano 1990.
- Montani Pietro, *Tecnologie della sensibilità. Estetica e immaginazione interattiva*, Raffaello Cortina, Milano 2014.
- Poissant Louise, *Esthétique des arts médiatiques*, vol. 1 e 2, Presse de l'Université du Québec, 1995.
- Riegl Alois, *Die spätromische Kunst-Industrie nach den Funden in Österreich-Ungarn im Zusammenhange mit der Gesamtentwicklung der Bildenden Künste bei den Mittelmeervölkern* (1901), trad. Di B. Forlati Tamaro e M. T. Ronga Leoni, *Industria artistica tardo-romana*, Sansoni, Firenze 1953.
- Scacco Lorella, *Estetica mediale. Da Jean Baudrillard a Derrick de Kerckhove*, Guerini, Milano 2004.
- Stiegler Bernard, *La technique et le temps*, Galilée, Paris 1994 (vol. 1), 1996 (vol. 2), 2001 (vol. 3).

Tavani Elena (a cura di), *Parole ed estetica dei nuovi media*, Carocci, Roma 2011.

Tursi Antonio, *Internet e il barocco. L'opera d'arte nell'epoca della sua digitalizzazione*, Cooper, Roma 2004.

Tursi Antonio, *Estetica dei nuovi media. Forme espressive e network society*, Costa & Nolan, Milano 2007.

Wolfflin Heinrich, *Renaissance und Barock: eine Untersuchung über Wesen und Entstehung des Barockstils in Italien* (1888), trad. di A. Tizzo, *Rinascimento e Barocco*, Abscondita, Milano 2010.

Wolfflin Heinrich, *Kunstgeschichtliche Grundbegriffe: Das Problem der Stilentwicklung in der neueren Kunst* (1915), trad. di R. Paoli, *Concetti fondamentali della storia dell'arte*, Abscondita, Milano 2012.