

## Materialità immateriale: il paradosso delle *skin*

Giulia Ceriani

**Abstract.** In the measure which currently willingly favors the discussion on materials – their nature, their recycling – over that on shapes, the question of *dematerialization* arises with great force. Either of a materiality that is only an effect, when it concerns the representation within the digital universes.

What happens to those expressive substances that refer to some form of physicality (i.e. silk or leather), when they are brought back to a pure effect in a digital context? Does this deal with a visual transcoding only, or there is something more? If the same expressive substances are called to dress an actorial identity in a digital world, are they just to be considered as a last development of the mutation of materials that we have been witnessing for years, or they represent a specific case of mediatization?

Are we just faced to the overturn of our perceptual habits, expectations and criteria of appreciation, or are we attending, by the ongoing development of Metaverse, to unprecedented manifestations of a world still under construction?

This reflection aims to investigate the different aspects inherent to the evolution of materiality, up to its physical dissolution (immaterial materiality), and to understand how much -and if- the semiotic tools we have at our disposal can help us.

### 1. Materialità e immateriale

C'è la materia e ci sono i materiali. La materia non esiste se non in quanto formata, ovvero investita della pertinenza con cui la trasformiamo in sostanza: non stiamo naturalmente dicendo nulla di nuovo, se non che tutto quello che ci è dato conoscere sono quelle sostanze che accolgono i nostri desideri di costruzione, nel senso più ampio del termine. Per questo, la semiotica dei materiali è linguaggio del tutto antecedente e prioritario rispetto all'investimento che ne è stato fatto nell'ambito del design: ben prima degli oggetti materiali, vi sono quelli che il metalinguaggio semiotico definisce “oggetti di valore”, pure posizioni attanziali, disegni del mondo che corrispondono alla nostra volontà – e facoltà – di discorso. Sappiamo, come ci indica Hjelmslev, che “la materia rimane sostanza per una nuova forma e non ha altra esistenza possibile al di là del suo essere sostanza per questa e quella forma” (1943, p. 57). Sostanza dell'espressione, con la virtualità intersemiotica che traccia affinità ed esclusioni, e sostanza del contenuto, che investe le tematiche, i generi, le tecnologie in essere.

Proprio a queste ultime, è dato oggi rilevare in primissima istanza il testimone dell'innovazione, dove quest'ultima venga intesa come l'intenzione di invitare ad usi non previsti, o quanto meno fino ad allora non immaginati, i materiali stessi. La questione dei *materiali immateriali*, oggetto di questa nostra breve riflessione, si inserisce precisamente in questo filone, dove la tecnologia che conduce l'ideazione delle *skin* con le quali abbigliamo gli avatar nel gaming o nel Metaverso, o anche solo che vediamo in evidenza negli NFT *droppable* che la moda sta promuovendo, consegna alla visione l'intero percorso di valutazione del materiale stesso.



È così che, nella definizione “pixelata” dei materiali che incontriamo in ambiente digitale, l’assenza di naturalità che ne fa dei referenti semi-culturalizzati, è conseguenza diretta della programmazione algoritmica degli effetti di materia: effetti, per l’appunto, senza che si possa in alcun modo porre la questione della loro matrice originaria, di una “verità referenziale” che è in questo caso impossibile da porsi. Non riteniamo infatti ci sia possibile corrispondenza tra la meccanicità dei movimenti, delle caratteristiche prossemiche, dell’interazione attoriale della quale è investita una figura (ad esempio ma non solo vestimentaria) delle *skin*, e la sua potenziale equivalenza nel mondo offline; le separa una dinamica percettiva che è altra anche rispetto a quella, ben più nota, dei personaggi di cartone animato anche tridimensionale, la cui funzione, in termini di coinvolgimento dello spettatore, resta ben meno risolutiva. Ben altro percorso dunque rispetto alla rappresentazione di una denaturalizzazione dei materiali già in essere da almeno venti anni, quando si è dato il là a una robusta creazione di effetti di materia contrari e anche contraddittori rispetto alle caratteristiche previste, persino in una semiotica del mondo naturale, da alcune sostanze base: l’elasticità della ceramica, la non frangibilità del vetro, la morbidezza del cemento, tra quelle che hanno diversamente interpellato i sensi a partire dalla cancellazione del confine naturale/artificiale.

## 2. La materialità digitale

Stiamo di fatto affrontando, con la materialità digitale, l’ultima, dal punto di vista temporale, epifania dei processi di mutazione che attraversano il nostro tempo, e interessano a livelli diversi la definizione delle identità: che si tratti del gender, della relazione con l’ambiente, del rapporto con la nutrizione e di quello con i rifiuti, le inversioni, le transizioni, gli scivolamenti, se appartengono alla generale evoluzione di ogni congiuntura, sono tuttavia particolarmente cruciali in questa specifica stagione, che vede la saturazione di fenomeni addensatisi nel tempo (tra tutti, ad esempio, quello climatico ma anche, sul fronte economico, quello della contrazione che ci coinvolge trasversalmente).

La mutazione che qui ci riguarda è tuttavia molto specifica: è quella della veridizione dei materiali stessi, distratti dal loro significato culturale e riorientati in direzione di un livello secondo di realtà che non sapremmo chiamare artificialità. Pensiamo, in particolare, a quello che succede con le “*skin*” indossate dagli avatar all’interno dei videogames, dove l’identità costruita nella continuità della materia digitale genera sostanze che riorganizzano non solo il dato percettivo in assoluto, ma anzitutto la percezione della propria collocazione identitaria. In un articolo che rifletteva sui primi materiali mutanti, Ceriani (2018) suggeriva di riprendere l’opposizione categoriale proposta da Fontanille (1995) tra *visée*, dove il soggetto è in tensione verso un oggetto a lui esterno, e *saisie*, dove è al contrario assorbito nel divenire dell’oggetto stesso. La *smaterializzazione*, che è il focus paradossale dei materiali digitali, avrebbe allora il proprio fulcro nella mera consistenza come *état d’ame*, modalizzazione dell’essere attraverso stati luminosi che simulano le materie fisiche. O meglio, che a queste si sostituiscono, stante che non c’è un loro esistere prima della digitalizzazione. Sono discorsi di luce, investiti su corpi simulacro che non hanno consistenza fisica, e che non sono del resto riconducibili – nelle movenze, nelle proporzioni, nella qualificazione d’insieme della propria tenuta – a nessuna sostanza che abbia un analogo nel mondo offline. Eventualmente riconducibili al cinema d’animazione in 3D, ma con in più la sfida di fornire da supporto a quell’identificazione immersiva che veicola, attraverso l’avatar, il soggetto al centro della scena.

L’esistenza digitale chiede che si acceda all’effetto di materia per pura via sinestesica, e dunque che sia la visibilità/la luce per l’appunto, a guidare l’articolazione del contenuto (l’intelligibile), ma anche la modalizzazione del sensibile da cui dipenderebbe la percezione; intensità, salti cromatici, diffusione della luminosità, in una spazialità dinamica che non può essere simulazione, poiché non ha nessun riscontro in un mondo costruito che precede la visione.



Ci chiediamo dunque fino a che punto la smaterializzazione intervenga all'interno del percorso immersivo, quasi a garantire l'indipendenza dell'effetto di senso proposto, la sua autosufficienza sinergica al mondo possibile che risucchia, e che è pura *saisie* senza riscontri al di là dell'online. Oppure, se la componente visiva che gestisce l'effetto di senso sinestesico, pur investita apparentemente di una configurazione plastica, non sia invece da ricondursi a parametri figurativi che, nella profondità più o meno concessa dal 3D, invitino in qualche modo a un confronto, scuotendo, a partire dal vedere, quella dimensione fiduciaria che appare l'aspetto più entusiasmante, quello davvero innovativo, del percorso di fruizione del materiale. Del materiale tessile in particolare, nel contesto digitale, se pensiamo allo specifico della funzione vestimentaria: credere che qualcosa sia, esserne protagonisti, sentire e capire, in funzione dell'incontro percettivo con quello che non ha di fatto alcuna consistenza fisica. Un tema del tutto diverso da quello dei materiali mutanti: si trattava, in quel caso, di rinnovare le meccaniche percettive; si tratta, in questo secondo caso, di mettere in opera dinamiche percettive che riconoscono salienze puramente immaginarie, generate dai giochi visivi voluti da un algoritmo.

### 3. L'esempio delle *skin*

L'esempio è a questo punto necessario. Sapendo che occorre ricorrere, nel pensare alle pertinenze materiche digitali, a una distinzione tra quelle circolanti sulle piattaforme di giochi (come Roblox o Fortnite) e quelle invece che si occupano di NFT (come su Decentraland). Si tratta, di fatto, di due diverse gradualità di attualizzazione del Metaverso: in entrambi i casi, però, si pone appunto la questione delle *skin* da far indossare all'avatar, ed è rispetto a queste che vorremmo porre la discussione dei materiali immateriali. Con la premessa che a distinguerle è di fatto la diversa funzione che sono chiamate a ricoprire, in relazione ai diversi e progressivi livelli di realtà che queste piattaforme investono.

Non è infatti di moda che vogliamo parlare, ma di come la necessità vestimentaria con la quale in questi contesti si riveste, letteralmente, la funzione attanziale dei protagonisti, faccia da tramite alla compenetrazione dell'effetto di realtà attraverso cui si ottiene *l'engagement immersivo*. Le *skin* sono dei veicoli mediali fondamentali, ben più del contesto in cui si muovono, proprio perché rivestono, in soggettiva, l'identità dell'attore con il quale ci identifichiamo; non solo, nel contesto attuale di silhouette relativamente elementari e di dinamiche ancora poco naturali, a gestire l'effetto di verosimiglianza non è tanto la *shape*, la silhouette spesso ancora impacciata e cartoon, quanto il materiale digitale stesso.

Il punto è come definire i mondi possibili a cui danno accesso le *skin* digitali, come stabilire che quello che stiamo percependo è un mondo sufficientemente "reale" per poter desiderare di agirvi, e ancora per decidere se c'è o meno una linea di distinzione tra un mondo "reale" e uno che reale non è... Oppure, per decidere che proprio lo stato di imperfezione e indecidibilità dei materiali è la marca del tempo presente, ove non si ritenga opportuno assumere lo choc di stabilire un limite tra quello che è "dentro" e quello che è "fuori".

Le piattaforme di gioco, così come i marketplace, sono e non a caso, il terreno favorito per la veicolazione di questi *materiali mediali*, termine con il quale intendiamo quegli effetti di materialità che vengono investiti su attori digitali in particolare attraverso le *skin*, prestando loro uno specifico effetto di verosimiglianza in funzione della propria corrispondenza figurativa. La verosimiglianza è il loro stato naturale, la pre-condizione della loro esistenza: non c'è gioco senza un'identità simulata, senza un avatar, e non c'è avatar senza il rivestimento di materiali che tematizzano (o brandizzano) la sua silhouette fantomatica.

Un primo esempio emblematico di questa forma di significazione è riconoscibile nel cobranding inaugurato nel 2021 da Balenciaga e Fortnite (cf. Fig 1): la moda virtuale, digitalizzando gli outfit del brand di lusso francese, consente – su un doppio fronte – di convogliare una community di fans che presumibilmente "pescano" nella Gen Z, ben più disposta a investirsi, anche in ambito vestimentario,

negli ambienti virtuali che in quelli fisici, anche in nome di un più radicale sostegno della sostenibilità. Questa l'operazione. Di cui tuttavia ci interessano qui non tanto il dettaglio e la seduttività delle *shapes*, ben più primitive di quanto la dimensione fisica ad oggi consenta, quanto le peculiari caratteristiche iconiche che i materiali che le rivestono (cotone per la felpa, materiale a scaglie per le armature, tessuto elasticizzato animalier per le tute etc.) assumono: dove ad essere pertinenti non sono, ad esempio, la freschezza del primo, la luminosità del secondo o la vestibilità del terzo, quanto la capacità di intervenire in una dinamica di rappresentazione gommosa e morbida, tale per cui il corpo umano non potrebbe seguire. Sono cartoni? No, a nostro avviso sono ibridi che inaugurano, grazie ai materiali smaterializzati, una possibilità immersiva peculiare, un poter fare sommato a un poter essere che ne sottolinea un drive argomentativo del tutto nuovo.

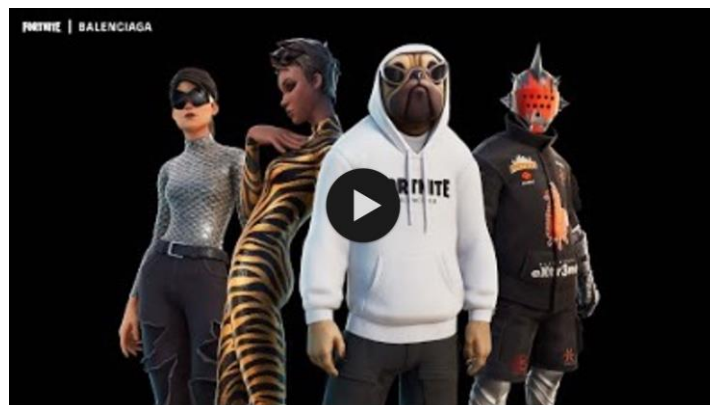


Fig. 1

Sulle piattaforme – per comprare, interagire, giocare etc. – c'è necessità di una consistenza visiva, ma sappiamo che questa consistenza visiva ha pochissimo o nulla a che vedere con il suo “pretesto” fisico. Di fatto, misuriamo l'effetto di realtà attraverso gradienti di diversa intensità, secondo un progressivo distanziarsi dalla materialità fisica a quella aumentata, fino a quella immersiva.

Detto questo, stante l'immaterialità della sostanza delle identità digitali, i termini della significazione si rovesciano: quali paradigmi conducono? In particolare, quando si tratta di *skin* brandizzate o di NFT, qual è il criterio qualitativo/valutativo che guida? Quale, in relazione a parametri correnti come fitting, stile, opportunità?

Proviamo a rispondere aiutandoci con un secondo caso ben noto, quello dell'entrata di Dolce & Gabbana nel Metaverso, con la presenza alla Metaverse Fashion Week svoltasi sulla piattaforma nel 2022 (Fig. 2), che ha fatto seguito alla prima collezione sperimentale del 2021 (Fig. 3). Ed è proprio nel confronto tra le due diverse modalità di rappresentazione dei materiali che è dato leggere il senso dell'intervento di questi ultimi sull'effetto di realtà: dove l'evocazione della versione più recente, che porta i materiali in una dimensione connotativa e del tutto autonoma rispetto alla pertinenza referenziale accuratamente ricercata nella prima versione, appare sufficiente a legittimare la proposita. Il Metaverso non ha più bisogno di identificarsi con figure del mondo già note, ha stato, percezione e immaginario a se stanti.

Scrivono Greimas e Courtès (1986, p. 185): “L'effet de sens ‘réalité’ correspond à la relation conjonctive que le discours installe entre le monde et le sujet par une sorte d'embrayage existentiel”. I materiali digitalizzati si confermano oggetti culturali costruiti, enunciati (nella porzione figurativa dei capi vestimentari che interpretano) che producono significazione nell'insieme della proposta in questo caso siglata da una marca di moda (ma analogamente sarebbe per prodotti e brand di altra natura), e contemporaneamente diventano attori della costruzione di una realtà semiotica inaugurale, che conosce valenze di senso e patemizzazione del tutto proprie.

L'impressione è che il valore diventi, in questo contesto, puramente modale, e che prescindano necessariamente dalla descrittività: si tratta di *fashionscapes* (Appadurai 1996; Calefato 2021) dalla potenzialità immaginaria, dove il processo sinestesico riveste la massima importanza, improntato a un accesso sensoriale esclusivamente visivo (visivo e sonoro in qualche caso).

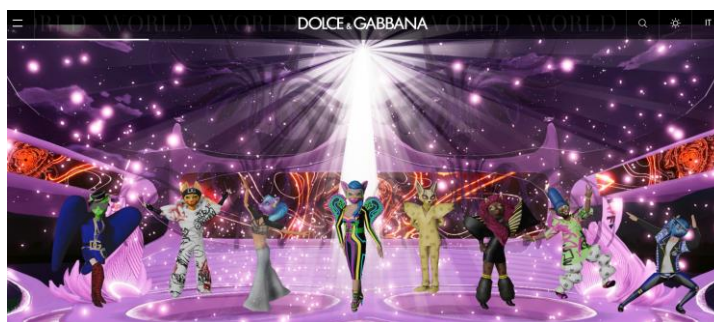


Fig. 2

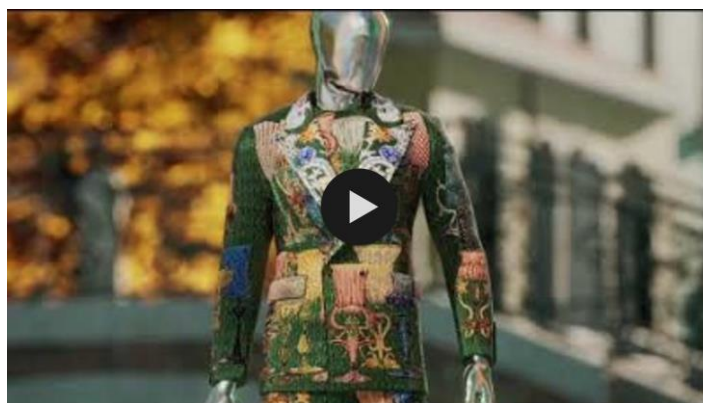


Fig. 3

#### 4. Identità visive in mutazione

Veniamo dunque alle identità. Sappiamo bene che la differenza è garanzia di unicità e che non c'è identità senza la differenza che distingue da un attore secondo: l'identificazione è l'azione che trasforma un attante non identificato in un attore che ha il suo carico di figuratività e tematizzazione.

Questo è cruciale quando pensiamo ai materiali che ricoprono gli NFT, in arte come nella moda il primo step dell'identità con cui possiamo esperire il Metaverso, ma anche produzioni autonome, acquisibili anche solo in nome del loro valore economico: sappiamo che il loro codice privilegiato è stato concepito per sigillare la loro identità digitale, facendola scivolare dal polo della continuità a quello della non continuità. Le domande che salgono sono allora evidenti: come valutare il valore immateriale quando si investe in una forma figurativa? Come catalogarlo? Come conservarlo? Come mostrarlo? Come interagire con? Ancora più, come stabilire i criteri di apprezzamento del suo valore, fino a quello finanziario?

Abbiamo, in particolare, bisogno di capire che cosa succede quando le figure digitali allentano il rapporto con il loro equivalente analogico, come si ristrutturano l'esperienza estetica che appare improvvisamente insignificante, o altrimenti significativa.

Se facciamo riferimento agli esempi di cui sopra, la nostra risposta ultima è che l'unica rappresentazione che conta è quella che conduce a una strategia della visibilità non autosufficiente, ma improntata a una ricerca di efficacia in relazione a una dinamica interna alla testualità digitale, e non più orientata al semplice embrayage di uno spettatore esterno. Nel momento in cui accettiamo l'immaginario veicolato

dai materiali digitalizzati che rivestono le *skin*, che le costruiscono, siamo già al centro della scena, in un'immersività paradossalmente facilitata proprio dalla loro distanza rispetto alla referenzialità.

Il corpo/l'oggetto rivestito dalla *skin* è un pretesto mediale, che gestisce la sua azione in direzione di una relazione interattoriale. E la sua funzione è puramente performativa: promette, intimidisce, seduce, seguendo i ruoli che costruiscono la sua identità nella specifica contestualizzazione a cui riferiscono nel contesto del Metaverso: molti corpi fisici potrebbero corrispondervi, o nessuno.

I materiali che rendono consistenti le emergenze digitali sono allora la porta d'entrata con cui il Metaverso stesso rifocalizza la relazione tra espressione e contenuto della *customer experience*, il pattern liquido che riassume esperienze plurime cancellando le marche dell'enunciazione.

## 5. Insignificanza e rimaterializzazione

Si tratta, forse più che di smaterializzazione, di *rimaterializzazione*. La figura attorializzata è condizione di immersività, il materiale diventa ambiente inteso a produrre effetti di presenza. L'esperienza estetica è ridefinita "sembra collassare ogni distanza fra soggetto e oggetto del sentire e del conoscere" (Corrain, Vannoni 2021, p. 16). Il materiale è significante in funzione dell'esperienza polisensoriale che genera e di cui il suo spettatore partecipa, attivando una modalità sinestesica inedita, perché partecipa della sua costruzione. Come scrive Paul Dourish "rematerialization – not as a move away from the material to create a domain of the virtual but rather a new material foundation for digital experience" (2017, p. 36). La digitalità materiale si sottrae alle delimitazioni delle unità discrete e individua altre opposizioni, inscritte nella matrice del codice di programmazione. Non si chiude in oggetti, abiti, case o altre figure del mondo, ma lascia trascorrere il proprio flusso di pixel e connessioni. È informe formato. È semiotica di una diversa naturalità del mondo, che ha il suo grado zero dentro la rete.

Scrivendo Algirdas J. Greimas a proposito del contratto di veridizione: "le concept de vraisemblance est nécessairement soumis à un certain relativisme culturel, qu'il correspond, géographiquement et historiquement, à telle ou telle aire culturelle qu'il est possible de circonscire" (1983, p. 103).

La ridefinizione che ne dà il contesto presente interviene direttamente nella qualificazione dei materiali immateriali del digitale, il cui valore di rappresentazione è direttamente proporzionale alla capacità di restituzione dell'effetto di realtà, secondo un concetto di reale che dosa l'intensità del suo effetto sul mondo e sull'ideologia di riferimento.

Quello che ci appassiona, è che questa ridefinizione del mondo "naturale" rimette l'accento su una logica dei sensi ancorata in formanti ritmici che precedono l'ancoraggio figurativo.

Se è vero che la realtà è un significato che dipende dalla conformità alle regole culturali condivise, ecco che la plausibilità diventa condizione sufficiente per considerare questi "nuovi materiali" digitali come sostituti a pieno titolo di quelli a noi più consueti. In un altro mondo, però. La smaterializzazione distrae il valore dalla qualità materiale e ci obbliga di necessità a riconsiderare che cosa il valore stesso è: ecco perché le contestualizzazioni digitali del gaming, che si fondano sulla verosimiglianza, sono apparse da subito come l'humus naturale in cui permettere a questo nuovo immaginario di espandersi, rovesciando l'assiologia del contratto con i destinatari, verso un riconoscimento del valore che non può più essere descrittivo ma è subito soggettivo e modale.

Ci sono due modi, scriveva Deleuze in *Logique de la sensation*, "di superare la figurazione (cioè insieme l'illustrativo e il narrativo): in direzione della forma astratta oppure verso la Figura" (1981, p. 85). E la Figura, che Deleuze riconosce in Cézanne e Bacon, è la potenza di un'unità originale dei sensi che funziona come un dispositivo ritmico, "il mio io che si apre al mondo e che apre il mondo" (*ibidem*, p. 99): insignificanza apparente della riconduzione referenziale, sensazionalità e insensato di un'artificialità naturale che ci chiede di rinunciare all'ovvietà del riconoscimento materiale.



## Bibliografia

- Appadurai, A., 1996, *Modernity at large: cultural dimensions of globalization*, Minneapolis, University of Minnesota Press.
- Calefato, P., 2021, *La moda e il corpo*, Roma, Carocci.
- Ceriani, G., 2018, “Vedere e credere: dalla mutazione dei materiali all’oggetto in presenza”, in Id., *Cavalli al galoppo e pomodori*, Milano, FrancoAngeli.
- Corrain, L., Vannoni, M., 2021, *Figure dell’immersività*, in *Carte Semiotiche*, Annali 7.
- Deleuze, G., 1981, *Logique de la sensation*, Paris, La Différence; trad. it. *Logica della sensazione*, Macerata, Quodlibet 1995.
- Dourish, P., 2017, *The Stuff of Bits: An Essay on the Materialities of Information*, Cambridge (Mass.), MIT Press.
- Fontanille, J., 1995, *Sémiotique du visible. Des mondes de lumière*, Paris, PUF.
- Greimas, A. J., 1983, *Du sens II. Essais sémiotiques*, Paris, Seuil.
- Greimas, A. J., Courtès, J., 1986, *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage II*, Paris, Hachette.
- Hjelmslev, L., 1943, *Omkring Sprogteoriens Grundlæggelse*; trad. it. *Fondamenti di teoria del linguaggio*, a cura di G. Lepschy, Torino, Einaudi 1987.