

Per i videogiochi vendite alle stelle e fatturati in crescita. Cosa hanno in più del cinema? L'amore per la sperimentazione

Lo scorso settembre Microsoft ha introdotto sul mercato Halo 3. L'atteso soprattutto in soggettiva per Xbox 360 ha fatturato in un weekend oltre 300 milioni di dollari a livello planetario, sbriciolando il record del blockbuster Spider-Man 3. Oggi le vendite complessive hanno superato quota 8 milioni. La straordinaria performance di Halo è stata celebrata come l'ennesima vittoria del videogame sul cinema. Si parla infatti spesso di sorpasso del primo sul secondo. Se con questo termine ci si riferisce esclusivamente alla forza commerciale dell'industria videoludica, è noto che da almeno una decade i fatturati complessivi del divertimento elettronico hanno superato quelli del box office hollywoodiano. E Halo

miliardi di dollari a Pil statunitense nel 2006, dei quali 1,7 miliardi di dollari provenienti dalle aziende californiane che rappresentano il 40% del personale impiegato in campo videoludico a livello nazionale. Per converso, il box office cinematografico è in stallo da anni e nel 2007 persino le vendite di dvd sono diminuite considerevolmente. In realtà, la comparazione tra videogame e cinema è priva di senso. Se prendiamo in considerazione i profitti derivanti dalla vendita dei diritti cinematografici ai cosiddetti mercati "ancillari" - home video e pay-tv, telefoni cellulari e internet - l'industria cinematografica mantiene saldamente il primato nel mercato dell'intrattenimento; del resto, la factory della celluloida non produce

game hanno dato luogo a un intenso interscambio commerciale, linguistico e tecnologico. Gli studiosi David Jay Bolter e Richard Grusin definiscono questo fenomeno "rimediazione", l'incorporazione di un medium in un altro. Sul piano pratico, negli ultimi vent'anni, gli sceneggiatori hanno preso in prestito dal videogame alcuni aspetti diegetici (per esempio, la logica della ripetizione, del trial-and-error) ed estetici (l'ormai pervasiva computer graphic). Anche a livello produttivo, la sinergia tra Hollywood e la Silicon Valley è intensa: le escursioni videoludiche di registi del calibro di Steven Spielberg, Peter Jackson, James Cameron, John Woo ma anche producer (Jerry Bruckheimer), attori (Vin Diesel) e sceneggiatori (John Milius, Da-

vid McKenna) sono sempre più frequenti e lucrativi adattamenti cinematografici registriamo la crescente popolarità di videogame che espandono l'universo narrativo dei film cult: dal *Padrino* interattivo di Electronic Arts che ha resuscitato Marlon Brando - mandando su tutte le furie Francis Ford Coppola - allo *Scarface* digitale sceneggiato da David McKenna,

all'innovazione come il cinema, il videogame ama sperimentare. Non a caso, il divertimento elettronico propone a getto continuo modelli di business originali - dai micro-pagamenti nei giochi di ruolo coreani (dieci centesimi per acquistare una spada virtuale, trenta centesimi per un nuovo personaggio, cinquanta per personalizzare il proprio avatar e così via) - ai pacchetti di espansione



Sfondare il limite della morte per durare ancora e altrove. Una necessità che viene da lontano, vedi religione e sostanze psicotrope

In gioco per la vita, da qui all'eternità

[di Alessio Ceccherelli]

Quando ci si mette a scrivere di videogiochi è sempre difficile resistere alla tentazione di giustificarsi, segno di una percezione del sentire comune ancora distante e diffidente nei riguardi di questo medium. E allora giù bibliografie, dati, statistiche, citazioni. Poco importa se ormai da quasi dieci anni il giro d'affari videoludico è alla pari se non superiore a quello cinematografico; se l'età media del videogiocatore si alza - inevitabilmente - sempre di più (circa 33 anni, e aumenta costantemente il numero dei giocatori ultracinquantenni); se è pressoché decaduta ogni distinzione di genere (negli Stati Uniti, sembra proprio che le femmine giochino ormai più dei maschetti); quando si parla di videogiochi, fosse anche di sfuggita, queste cose è meglio dire.

Figuriamoci poi se si volesse suggerire che, probabilmente, essi rappresentano l'ultima forma in ordine di tempo di accesso all'oltre, il più attuale tentativo di superamento del limite, intendendo per limite proprio quello

entravano in contatto con il mondo dei morti proprio grazie all'uso di funghi allucinogeni. Nel corso della storia, le tante civiltà che si sono succedute hanno puntato ora sull'ancora (il potenziamento della capacità fisica dell'uomo grazie alle pratiche ascetiche), ora sull'altrove (la creazione e la raffigurazione dei tanti aldilà, più o meno definiti).

D'accordo, ma che c'entra questo con i videogiochi? Proviamo ad arrivarci per gradi. Innanzitutto, si assiste da anni ad una riformulazione "tecnologica" degli stessi miti e delle stesse antiche strategie: dall'ascetico e dal monacalesi epasati, o si sta passando, al postumano; e l'aldilà è stato prima interiorizzato, poi digitalizzato negli ambienti di realtà virtuale. In entrambi i casi si tratta di ipotesi futuribili, tecnologie e predisposizioni mentali ancora acerbe. Quello che invece già abbiamo, che è già presente da più di tre decenni e che è universalmente praticato è proprio il videogiochi. Cosa sono i mondi virtuali di World of Warcraft e dei tanti altri giochi di ruolo online se non spazi da esplorare in cui vivere, in cui sospende

la percezione del tempo che passa, spazi colorati, vividi, altri? E cosa dire di quei giochi in cui la ragione più intima è quella di migliorarsi sempre di più, uccidendo il numero più alto di nemici, compiendo il percorso nel minor tempo possibile, vincendo 15 a 0 la finale di Champions League del livello più difficile?

Una cosa va sottolineata: i videogiochi non sono tutti uguali. Si potrebbe anzi dire che ormai ognuno vale per sé. La maturità del medium e il folto team tecnico/artistico che ci lavora per anni fanno sì che il prodotto finito sia oggi estremamente raffinato. Eppure, in linea di massima, si può generalizzare dicendo che ci sono videogiochi che si basano sulla riflessione, sulla costruzione dell'arte, e videogiochi che invece mirano alla distruzione, richiedono azione, velocità d'esecuzione, abilità e coordinazione occhio-manuale. I primi hanno un'impostazione spaziale, l'altra più temporale. Ma, soprattutto, i primi tendono implicitamente ad evadere il limite della morte saltando il fosso, proiettandola in un altro luogo, mentre gli altri combattono quel limite, lo spingono il più lontano possibile, permettono di dimostrare che ogni record è battibile, sempre migliorabile.

Ecco allora che viene a porsi una somiglianza tra i videogame e i primi e più duraturi esempi di lotta alla morte. Anche le droghe, infatti, si possono suddividere in due grandi famiglie. Ci sono droghe a forte azione allucinogena o comunque di evasione, come l'Lsd e l'eroina, ad esempio; e droghe che invece eccitano, che non fanno evadere ma anzi intensificano l'impressione di realtà, amplificano la capacità di stare quiete o, offrendo la sensazione momentanea dell'onnipotenza su tutte, ovviamente, la cocaina, ma in generale fanno parte di questa categoria gli anfetaminici (come l'emblematico speed) e l'ecstasy, definita droga

dovute cautele - religioni panceosmiche come l'induismo, il confucianesimo, il buddismo degli inizi (che non prevedono aldilà ma che trattengono l'uomo sulla terra e che hanno dato inizio alle pratiche di perfezionamento del corpo), a religioni escatologiche come il cristianesimo, l'ebraismo e l'Islam, che invece oltre a parlare di aldilà parlano di fine del tempo e di palingenesi, di rinascita in una nuova era all'insegna di Dio.

Sono parentele e paragoni che tagliano i temi con l'accetta, per carità, e ad un'analisi appena più approfondita si notano problematiche, ambiguità, contaminazioni. Ma ad ogni modo fanno riflettere sul perché di una diffusione così pervasiva del videogame nella società odierna, sia come loisir privilegiato che come influenza sulle altre forme mediatiche (su tutte, il cinema senza dubbio). Tanto più che una delle peculiarità di questo medium, forse la più importante, è da rintracciare in qualcosa che ha molto a che fare con la morte. La logica del "save game", del salvare una partita ad un certo punto per poi riprendere da dove si è arrivati senza per forza ricominciare da capo, pone l'individuo che gioca nella condizione di reiterare indefinitamente la morte del proprio personaggio, col rischio di annacquarne il senso tragico ed esistenziale, e perdere ancora più contatto con ciò che più di ogni altra cosa ci rende individui unici e irripetibili.

Insomma, forse non bisogna fermarsi a trent'anni fa per comprendere questo successo. Forse bisogna guardare più indietro, molto più indietro - se si preferisce - più in fondo.

Il divertimento è elettronico, addio sogni di celluloida

[di Matteo Bittanti]

rappresenta solo la punta dell'iceberg: secondo la ESA, l'associazione americana dei publisher, grazie a un tasso di crescita medio del 17% tra il 2003 e il 2006 l'industria videoludica americana è cresciuta molto più rapidamente dell'economia statunitense complessiva, che ha fatto registrare una crescita media del 4%.

In un recente studio intitolato *Video Games in the 21st Century: Economic Contributions of the U.S. Entertainment Software Industry* si legge inoltre che nel 2006 l'industria videoludica statunitense ha dato lavoro direttamente a 24 mila persone, con un salario medio di 92.300 dollari all'anno, mentre sono più di 80 mila le persone sparpagliate in 31 stati che lavorano a contatto con l'industria videoludica ma in maniera indiretta. In totale, l'industria del software ha contribuito con 3,8

Tra Hollywood e la Silicon Valley è in atto una sinergia commerciale, linguistica e tecnologica. Gli studiosi definiscono il fenomeno "rimediazione", ossia l'incorporazione di un medium in un altro.

tanto film, quanto nuove proprietà intellettuali da spalmare su tutti i formati, videogame inclusi. Il vero passaggio di consegne riguarda semmai la dimensione del capitale culturale: se è vero che il cinema ha speso la logica della modernità meglio di ogni altra arte, è palese che il videogame è la forma espressiva dell'era digitale. Ha introdotto nuove estetiche e forme di partecipazione. Com'era lecito attendersi, cinema e video-

vid McKenna) sono sempre più frequenti. Il videogame, da parte sua, ha letteralmente incorporato il linguaggio del cinema - sotto forma di "cut scenes" (sequenze animate non interattive) -, ma anche attraverso la costruzione dei singoli quadri nei "survival horror" dell'ultima generazione. Spesso, i risultati più affascinanti di questa contaminazione non provengono dall'industria videoludica - che fin troppo spesso si limita ad adattare svogliatamente il brand multimediale della settimana - da Harry Potter a Star Wars - ma dai fan più smaltizzati, che sfruttano le potenzialità del mezzo per creare nuovi, sorprendenti artefatti culturali, come i "machinima", cortometraggi animati creati con i vi-

fino al recente *The Stranglehold*, sequel elettronico della celebre pellicola di Woo, *Hard Boiled*. I giocatori possono re-interpretare in prima persona storie e personaggi entrati a forza nell'immaginario collettivo. In un certo senso, i videogame sono le "director's cut" di quelle pellicole, con tanto di finali alternativi, scene tagliate, e, soprattutto, "bloopers" dato che il videogame non è che una lunga sequela di errori. Del resto, il fallimento e la morte, come spiega Alessio Ceccherelli nel suo libro *Oltre la morte. Per una mediaologia del videogame* (Liguori, 2007), sono parte integrante dell'esperienza ludica.

In termini puramente economici, a differenza di un comparto industriale tradizionalmente re-

con livelli, personaggi e mappe nuove che possono essere acquistati in forma digitale grazie a service providers come Xbox Live e PlayStation Network; dagli abbonamenti mensili (oggi, dieci milioni di abbonati a World of Warcraft investono, ogni mese, diciannove dollari per esplorare e avventurarsi in rete - fatte due conti) al sempre più diffuso "in-game advertising", la pubblicità dinamica e personalizzata nei videogame, che rappresenta il futuro del "product placement", se non della comunicazione promozionale tout court.

A differenza di un film che viene semplicemente guardato, i videogame - specie quelli fruibili online - sono spazializzabili, mondi paralleli dotati di complessi sistemi economici. E' questo il tema di un interessante volume di recente pubblicazione, *Universi sintetici. Come le comunità online stanno cambiando la società e l'economia* (Mondadori, 2007) di Edward Castronova, uno dei massimi esperti sul tema. Castronova spiega come e perché queste forme di intrattenimento siano diventate, per milioni di persone, opportunità commerciali prima ancora che ricreative. Realtà e simulazione non sono antitetiche, semmai complementari: tra la "prima" e la "seconda" vita si è ormai innescato un loop insieme virtuale e virtuoso.

Se ancora non fosse chiaro, i videogame non sono l'ancella del cinema. Semmai, rappresenta la sua evoluzione tecnica, culturale ed economica.



In alto, sequenze e personaggi ispirati a Scarface e John Woo. Sotto, Hard Boiled, Halo 3 e Spiderman 3

finale, estremo, ineliminabile: la morte insomma. E figuriamoci se, di conseguenza, si volesse fare un parallelo tra videogiochi e altre forme storicamente note di oltrepassamento e di accesso ad altre realtà, ad altre dimensioni; che so? qualcosa come droga e religione, ad esempio.

Il rischio di generalizzazione, se non di grossolanità, è molto alto. Eppure, è innegabile che sia

