

The Dilated Fruition. Videogiocatori e spettatori cinematografici

Giovanni Caruso, Alessandro Cavaleri, Mauro Salvador



LittleBigPlanet (SCE, 2008, Ps3) è un videogioco che trasforma il giocatore in autore. Sviluppato da Media Molecule, ha tutte le caratteristiche di un classico *platform game*¹, tuttavia l'esperienza di gioco si spinge ben oltre la consueta "modalità storia". Chiunque giochi a LBP infatti può creare livelli personalizzati sfruttando un *editor* molto ampio e completo. In alternativa il giocatore può scaricare da Playstation Network i livelli prodotti da altri utenti, può giocarli o anche modificarli. L'idea di *gameplay* ne esce completamente trasformata. La produzione *bottom-up*, ovvero le creazioni dei giocatori, divengono la parte centrale gioco.

LittleBigPlanet non è una rivoluzione. Nel panorama mediale, l'intervento dell'utente sui contenuti audiovisivi è pratica abbastanza comune. Rivolgendoci al cinema, è abbastanza evidente come la classica visione nelle sale sia oggi meno importante. L'esperienza filmica si allarga, la relazione fra il film e il suo spettatore non finisce con la visione, appunto, ma continua (o spesso inizia in anticipo) attraverso una serie di pratiche produttive che generano nuovi testi tangibili.

Se in passato questo tipo di produzione era considerata un'attività simbolica (o semiotica)², oggi questi contributi sono divenuti concreti. Lo spettatore non è più solo un recettore passivo e accomodante, pretende un ruolo attivo, vuole diventare parte integrante del medium che utilizza. Usare e al tempo stesso produrre, invece che consumare semplicemente, diventano obiettivi centrali dell'esperienza mediale³. Grazie a queste pratiche gli spettatori cinematografici sono divenuti sempre più consapevoli del loro ruolo e agiscono a tutti gli effetti come *producers*, ovvero *producer* e *user* allo stesso tempo⁴, piuttosto che rimanere semplici recettori passivi. Questo uso è ciò che chiamiamo "fruizione dilatata": il contributo degli utenti diventa parte fondamentale della fruizione stessa, espandendola letteralmente. Non si tratta solo di discutere, leggere, postare commenti on line. La nostra attenzione è rivolta soprattutto a quelle produzioni complesse che sfociano nella realizzazione di particolari tipologie di *home-made movies* o nello sviluppo di contenuti completi per *videogame*.

Se allora questa evoluzione del ruolo del pubblico è comune a film e *videogames*, è possibile provare a sviluppare un'analisi che proponga un confronto fra questi due media. La strada si presenta difficile, se non altro perché parlare di "autore" e "spettatore" (o giocatore) come di una figura unica costringe a rinunciare alle teorie dell'enunciazione concepite per il cinema. Oltretutto, anche il lavoro sull'interpretazione perde gran parte della sua efficacia, non essendo la pratica ermeneutica il centro dell'esperienza ludica. La scelta naturale allora è quella di focalizzarsi sulla fruizione empirica e su tutte le attività ad essa connesse. Piuttosto che dedicarsi alle similitudini testuali si preferisce indagare come cinema e *videogame* vengano utilizzati dai rispettivi utenti.

ICT: nuovi strumenti per nuovi autori

Secondo Henry Jenkins: «The current media environment makes visible the once invisible work of media spectatorship»⁵.

È chiaro che lo sviluppo delle ICT (*Information and Communication Technology*) ha modificato profondamente il consumo culturale, permettendo un'evoluzione nel rapporto dello spettatore col testo e concedendo al primo la possibilità di modificare profondamente e in maniera tangibile il secondo. Ma, seguendo ancora Jenkins, si può notare come queste nuove tecnologie abbiano semplicemente permesso l'emersione di soggetti e relative comunità che già da prima operavano sui testi a livello locale. A cavallo tra gli anni Sessanta e Settanta infatti, sia Barthes che Eco avevano riconosciuto al lettore, che riceve, fruisce o interpreta l'opera, un certo margine di operabilità.

Per Barthes si tratta innanzitutto di una questione di opposizione terminologica: il "testo" è un concetto di ampio respiro che si contrappone all'"opera". Di quest'ultima scrive: «È l'oggetto finito, qualcosa di misurabile, che può occupare uno spazio fisico»⁶, la cui fruizione risulterebbe chiusa e determinata «in modo da evitare possibili fluttuazioni o raddoppiamenti o vagabondaggi»⁷. Netamente opposta la definizione di "testo" che è riconosciuto come intrinsecamente incompleto e aperto alla decifrazione del "lettore". Il ragionamento di Eco invece evidenzia i diversi gradi di interoperabilità tra un'opera (più o meno conchiusa) e il suo interprete che collabora a farla e non solo a interpretarla⁸. In entrambi gli approcci, a mancare è innanzitutto la concezione di un intervento fisico e pratico nel testo. Per Eco, l'opera è qualcosa che un autore ha confezionato consegnandola incompleta al lettore, instaurando con esso un patto di mutua collaborazione da svolgere in fase di ricezione. Ma come si concretizza questa collaborazione? Si pensi ai *videogames*. *LittleBigPlanet*, per certi versi, potrebbe apparire come un'opera confezionata, ma è ugualmente lontana da quella definizione, in quanto dei tasselli mancanti devono essere fisicamente creati e inseriti al suo interno.

Prima di questa evoluzione in direzione dell'utente, i giocatori passavano comunque ore a discutere delle loro esperienze di gioco con gli amici, esprimendo opinioni personali, chiedendo consigli per superare passaggi difficoltosi e così via⁹. Queste attività provano due cose: innanzitutto i *videogames* hanno stimolato la socialità ben prima del successo dei *Massive Multiplayer Online*; inoltre i giocatori, così come i lettori, sono sempre stati attivi e in grado di produrre significati a partire dalla loro esperienza di gioco. In questa situazione comunicativa veniva a mancare un connettore che permettesse la diffusione di tali discorsi oltre i confini delle comunità locali¹⁰. Internet, come rappresentante principale delle ICT, è l'universo che ha concretizzato (anche se digitalmente) queste produzioni, rendendole tangibili, necessarie, e condivisibili in larga scala.

Producers e prodotti

Si provi a confrontare i prodotti di questi nuovi *producer: walkthrough* on line (considerando anche il formato video), *game faqs*, recensioni, *cheat* e guide scaricabili sono i risultati nel campo videoludico. Recensioni, *forum* dedicati e *blog* sono quelli del campo cinematografico. Questi lavori fanno parte di una produzione che si preferisce solitamente considerare a margine del testo principale. Il loro intento originale è stato quello di orientare il consumo e la relazione fra testi e fruitori: le guide sono fatte per agevolare i giocatori, le recensioni cinematografiche per aiutare gli spettatori nella scelta dei film. Ma c'è anche un altro tipo di produzione che gioca direttamente coi testi per creare qualcosa di totalmente nuovo.

Nel contesto contemporaneo, la crescente familiarità con le tecnologie di produzione ha permesso alle persone comuni di fondare su di esse il proprio hobby. Per gli spettatori cinematografici ciò ha significato la possibilità di utilizzare *softwares* sempre più sofisticati per montare o modificare le immagini, oltre a uno spazio virtualmente infinito per scambiare i propri prodotti. Inoltre, le riletture di testi esistenti, che rendono lo spettatore anche un produttore e un distributore, sono sempre e comunque un atto creativo indipendente da quello del testo originale.



LittleBigPlanet, Media Molecule-Sony Computer Entertainment Europe, 2008

Per i videogiocatori le cose sono ugualmente cambiate a partire dalla diffusione del *modding*¹¹. Ad ogni modo si possono notare alcune sostanziali differenze con le attività descritte fin qui. Il *modder* infatti lavora direttamente sul codice del gioco (spesso rilasciato dalle *software houses*) per modificarlo o per realizzarne una versione profondamente differente. In entrambi i casi, il codice sorgente è accessibile solo formalmente, in quanto la conoscenza dei linguaggi di programmazione costituisce una barriera non indifferente. Spesso poi, questi prodotti sono stati caratterizzati da rapporti conflittuali con le *software houses*, così da vedersi precludere un canale di distribuzione legittimo. Rimane il fatto che il *modding* e i *modders* hanno rappresentato e rappresentano quella volontà, propria degli utenti contemporanei, di interagire con i prodotti, non solo come giocatori e spettatori, ma soprattutto come parte attiva nella produzione. Un altro caso emblematico è il *machinima*, fenomeno nato dal basso e svincolato da qualsiasi logica di mercato, legato piuttosto alla creatività e all'intraprendenza dell'utente. Il primo esempio è del 1996: *Diary of a Camper*, un replay demo basato sull'*engine* di *Quake* (id Software, GT Interactive, 1996), presentava una forte dose di finzione sapientemente "orchestrata". Il primo *machinima* è un audiovisivo grezzo con una grafica piuttosto primitiva. Risulta difficile, per chi non ha esperienze con il *videogame*, riconoscervi un cortometraggio cinematografico. Pur nella sua elementarità però, è evidente l'innovazione linguistica di questo nuovo tipo di audiovisivo, costruito su una pratica consolidata come il *videogame*. Tale configurazione adattiva viene classificata in termini sociobiologici come un «sistema emergente»¹²: la creatività degli appassionati ha investito un medium plasmandolo in qualcosa di diverso e innovativo. Attraverso quest'ottica "emergente", fatta di esperimenti e tentativi,



The Sims 2, Maxis, 2004

Burnie Burns creò la popolarissima serie *Red vs Blue*, sit-com ambientata nell'universo fantascientifico di *Halo* (Microsoft, 2001), durante un'ipotetica guerra civile tra due squadre di soldati. La serie *Red vs Blue* è stata ben accolta sia dalla comunità creatasi attorno al fenomeno dei *machinima*, sia tra gli appassionati della saga di *Halo*.

Sulla scorta di queste prime, esemplari, esperienze *bottom-up*, le industrie video ludiche hanno modificato il proprio atteggiamento. Oggigiorno la tendenza è quella di “stare vicino” ai propri clienti, cercando di ottenerne la preferenza non solo con prodotti nuovi ma anche offrendo nuove possibilità per *software* già in possesso dei giocatori. Secondo Jenkins, queste operazioni potrebbero essere considerate sia come manovre di marketing che come una nuova forma di democratizzazione¹³. Il risultato di questa apertura controllata ai contributi degli utenti è ben descritto da Phil Harrison¹⁴ che parla di “Game 3.0”, ovvero di una generazione di videogiochi che chiede agli utenti di creare dei contenuti. C'è da precisare che questa esigenza mantiene un peso differente da gioco a gioco. Ci sono titoli come *Super Smash Bros Brawl* (Nintendo, Masahiro Sakurai, 2008) o *Animal Crossing Wild World* (Nintendo, Nintendo EAD, 2006) nei quali l'esperienza creativa è secondaria, e titoli come *Spore* (EA, Will Wright, 2008) o *LittleBigPlanet* (SCE, 2008) nei quali invece le creazioni originali e il loro scambio on line sono fondamentali. I giochi della generazione “3.0” non pretendono la conoscenza di linguaggi di programmazione, ma offrono strumenti diretti e immediati, abbassando quelle barriere all'entrata di cui si accennava poco sopra.

Registi e game designers

Durante il festival SXSW del 2007, Will Wright, noto *game designer*, affermava: «I wanna take the players out of the protagonist of Luke Skywalker, and put them in the world of George Lucas»¹⁵. In questa citazione si può riconoscere chiaramente la sua idea di giocatore, definito come un “creatore di mondi”, con il potere di controllare e modificare gli universi di gioco. I lavori di Wright sono negli anni divenuti più aperti e disponibili all'immaginazione dell'utente: in *Sim City* (Maxis, 1989) il giocatore deve amministrare una città virtuale decidendo tutto ciò che concerne infrastrutture e aree edilizie. In *The Sims* (EA, 2000) il giocatore deve decidere cosa i suoi *avatars* fanno nella vita, il loro lavoro, la loro alimentazione, il loro stile di abbigliamento, il loro taglio di capelli e così via. *Spore* (EA, 2008) riguarda invece la creazione di forme di vita dalla fase cellulare fino all'esplorazione interplanetaria. Il giocatore deve costruire le sue creature e, non appena l'evoluzione lo consente, deve anche creare i loro edifici e i loro veicoli. È chiaro che in questa evoluzione Wright ha allargato il piacere del gioco alla creazione di contenuti, trasformando quest'ultima in una fase cruciale del gioco, non precedente o successiva.

Ritornando alla sua affermazione è ora possibile comprenderla meglio. Intervenendo nel testo il nuovo consumatore dimostra la competenza e l'abilità di organizzarlo come se fosse George Lucas che, prima di essere un regista, è un amante del cinema, della fantascienza, un esperto di illuminazione e di effetti speciali, e così via. Ciò che abbiamo fin qui descritto come il nuovo giocatore si sposa perfettamente con l'idea di Will Wright.

La stessa cosa si può dire dello spettatore cinematografico contemporaneo che possiede una serie di abilità per produrre contenuti a partire dai testi che ama. Un esempio perfetto di questa figura sono i protagonisti di *Gli acchiappafilm* (*Be Kind Rewind*, Gondry, 2007). Questo film è un efficace ritratto dei cosiddetti film maroccati (*sweded* nella versione originale), produzioni amatoriali costruite rigirando parte di un film o a volte l'intera opera. Gli autori di questi lavori possiedono ottime capacità pratiche e un grande amore per il testo originale. Non è difficile pensare a Michel Gondry come al giocatore ideale di Wright.

Autori di personalità

Le elaborate produzioni descritte finora sono legate a un utente che vuole esprimere se stesso, condividendo passioni e trasporto per determinati testi mediali con altri. Su questo aspetto rimangono differenze sostanziali fra giochi e film: nel *videogame* le produzioni dal basso hanno trovato la loro collocazione istituzionale (ad esempio i livelli di *LittleBigPlanet*, condivisi e giocati attraverso Playstation Network). Nell'industria cinematografica, invece, le produzioni degli utenti non hanno mai raggiunto una distribuzione ufficiale. *Raiders: The adaptation*, remake inquadratura per inquadratura di *Raiders of the Lost Ark* (Steven Spielberg, 1981), non ha potuto circolare molto. *The Phantom Edit*, rimontaggio di *Star Wars Episode I: The Phantom Menace* (George Lucas, 1999) ha incontrato lo stesso destino. Anche i film maroccati (*sweded*) in *Be Kind Rewind* vengono distrutti con uno schiacciasassi per il problema del copyright.

Le specificità dei due media sembrano allora avere effetti differenti nelle attività dal basso. Nei *videogames* il codice stabilisce in anticipo le possibilità creative. Anche se avere parte attiva nella creazione dei contenuti di gioco è presentata come una rivoluzione, siamo ancora lontani da una reale libertà d'azione, poiché le limitazioni del codice mantengono le industrie ludiche al riparo da usi inaspettati, anche se non del tutto. L'utente infatti può sovvertire il codice anche in sistemi. Replicare testi famosi in *LittleBigPlanet* o l'utilizzo dello *sprite* di *Iron Man* al posto di uno completamente inventato in *Drawn to Life* (THQ, Jeremiah Slaczk, 2007), sono risposte a tali limitazioni che permettono al giocatore di dichiarare il proprio amore per testi estranei al gioco.

Dall'altra parte il cinema sembra completamente aperto all'intervento degli spettatori. I risultati sono tutto fuorché prevedibili e solo il *copyright* può essere visto come un limite invalicabile.

Conclusione

Il confronto fra cinema e *videogame* che abbiamo cercato di delineare presenta una chiara similitudine fra giocatore e spettatore contemporanei. Entrambi dilatano la fruizione dei rispettivi testi in un universo mediale allargato, producendo contenuti tangibili, esprimendo il loro coinvolgimento emotivo e le loro abilità pratiche. Anche se le possibilità rimangono differenti nei due media, entrambi questi nuovi soggetti fanno parte della definizione più generale di *produser*.

Nel *videogame* questo può essere uno dei percorsi produttivi futuri: creare dei giocatori sempre più simili a *game designers*, seguendo il loro desiderio di produzione e di espressione del sé, mentre nelle istituzioni cinematografiche nulla sembra muoversi in questo senso. Attendiamo fiduciosi.

1. Videogiochi bidimensionali a scorrimento, la cui meccanica si fonda sull'attraversamento di livelli, il più delle volte formati da piattaforme su cui far transitare il proprio *avatar*.
2. Cfr. J. Fiske, *The Cultural Economy of Fandom*, in L.A. Lewis (a cura di), *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*, Routledge, London-New York 1992, pp. 37-39.
3. Cfr. Jeremy Rifkin, *The Age of Access: how the Shift from Ownership to Access is Transforming Capitalism*, Tarcher Los Angeles 2000, cit. ed. italiana *L'era dell'accesso*, Mondadori, Milano 2006, p. 56.
4. Cfr. Axel Bruns, *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage*, Peter Lang Publishing, Oxford 2008, *passim*.
5. Henry Jenkins, *Interactive audiences?*, in Dan Harries, *The New Media Book*, University of California Press, Berkeley 2002, p. 157.
6. Roland Barthes, *Theory of the Text*, in Robert Young (a cura di), *Untying the Text: A Post-Structuralist Reader*, Routledge & Kegan, Boston 1981, p. 39, cit. in Matteo Bittanti (a cura di), *Schermi interattivi. Il cinema nei videogiochi*, Meltemi, Roma 2008, pp. 140-141.
7. *Ivi*, p. 35, trad. it. in Matteo Bittanti (a cura di), *Schermi interattivi*, cit.
8. Cfr. Umberto Eco, *Opera aperta*, Bompiani, Milano 1962, *passim*.
9. Cfr. Mia Consalvo, *Zelda 64 and Video Game Fans: A Walkthrough of Games, Intertextuality, and Narrative*, in «Television New Media», 4, 2003.
10. Cfr. Pierre Levy, *Collective Intelligence*, Basic Books, New York 1997, *passim*.
11. Cfr. J.C. Herz, *Harnessing the Hive: how Online Games Drive Networked Innovation*, in «Release 1.0», 9, 2002, *passim*. Herz allarga l'effetto creato dal *modding* a tutto il panorama mediale.
12. Cfr. Steven Johnson, *La nuova scienza dei sistemi emergenti. Dalle colonie di insetti al cervello umano, dalle città ai videogame e all'economia, dai movimenti di protesta ai network*, Garzanti, Milano 2004.
13. Cfr. Henry Jenkins, *Interactive audiences?*, cit.
14. Phil Harrison, *Keynote Speech* at the game Developer Conference, San Francisco, 2007.
15. Will Wright, *Keynote Speech* at the SXSW festival, Austin, 2007.