

medium_2

Per una teoria dell'IDHE

Introduzione ai videogiochi

Giuseppe Frazzetto

ed.it

Proprietà letteraria riservata
Copyright © 2010 ed.it
Via Caronda, 171
95128 Catania - Italy
<http://www.editpress.it>
info@editpress.it
Tutti i diritti riservati
Printed in Italy

Progetto grafico: ed.it
Copertina: badcomunicazione.com

Per una teoria dell'IDHE. Introduzione
ai videogiochi / Giuseppe Frazzetto. -
Catania : ed.it, 2010. -
144 p. ; 21 cm (Medium ; 2.)
ISBN 978-88-89726-45-7
Permalink formato digitale:
<digital.casalini.it/9788889726457>



Pablo Echaurren, UPO (Unidentified Painted Object), 1996, acrilico su carta

*Autore ed editore esprimono un sentito
ringraziamento a Pablo Echaurren*

Indice

9	Titoli di testa
15	Primo livello. La nuova frontiera dell'intrattenimento
33	Secondo livello. Il tempo
39	Terzo livello. Il luogo
43	Quarto livello. Sistema PTT
55	Quinto livello. La narrazione
61	Sesto livello. Il gioco
77	Settimo livello. La socializzazione
87	Ottavo livello. La coolness
95	Nono livello. La morte
101	Decimo livello. IDHE e arte
109	Undicesimo livello. Ghost in the machine
115	Dodicesimo livello e Boss. IDHE vs televisione
131	Vocabolario
137	Bibliografia

Per una teoria dell'IDHE

Introduzione ai videogiochi

Titoli di testa

Le pagine seguenti fanno riferimento a una ricerca più ampia, dedicata al diffondersi di atteggiamenti estetici nell'ambito della vita quotidiana, alle loro ibridazioni, alle loro connessioni con nuove forme d'espressione artistica. Ne vado anticipando alcuni esiti sulla rivista on line www.e-mmaginale.com.

Devo precisare, peraltro, che di quando in quando userò alcune nozioni non del tutto usuali. E talvolta si renderà opportuna anche l'articolazione di neologismi, atti a indicare fenomeni nuovi o fenomeni già consolidati che vanno trasformandosi radicalmente. Dato che le pagine seguenti si concentrano su alcune peculiarità dell'IDHE (*Interactive Digital Hybrid Entertainment*, Intrattenimento Digitale Ibrido Interattivo), ovvero quanto di solito si indica con l'ambiguo termine *videogioco*, appare allo stesso tempo necessario e impossibile riassumere tutti quei presupposti. In questa introduzione mi limiterò a delineare sinteticamente le nozioni di *Nuovo Mondo Estetico*, *glancedom*, *e-mmaginale*, *geek*.

Nuovo Mondo Estetico, *Aesthetic New World*: il riferimento al romanzo di Aldous Huxley, *Brave New World*, implica che l'indicazione *estetico* di per sé non sia rassicurante. È il nostro mondo, beninteso, caratterizzato dalla presenza d'una fitta rete di strumenti di informazione, dalla diffusione di numerosi nuovi media (non sempre destinati all'informazione) e da una presenza pervasiva di forme esteticamente qualificate, tanto da poter definire l'estetizzazione diffusa come la peculiarità più evidente, se non più importante.

Una parte preponderante del Nuovo Mondo Estetico è prodotta dall'industria (per quanto ci interessa, soprattutto da quella che un tempo si definiva *industria culturale*), ma va sottolineato

il fatto che molti suoi elementi sono realizzati invece da fan, dilettanti, appassionati variamente definibili. Per qualche studioso questa provenienza “dal basso” deve essere valutata come un fatto in sé positivo: i prodotti dell'industria culturale vengono allora considerati come un mero dato di fatto, un qualcosa di “naturale” (sia pure proveniente da una “seconda natura” artificiale) che viene poi elaborato dagli utenti. Questi ultimi insomma si troverebbero nella situazione dell'artista antico, che appunto elaborava i dati provenienti dalla natura. Un'altra interpretazione, diversa nei presupposti ma non dissimile negli esiti, ritiene in sostanza che, sì, l'industria culturale produce roba, ma che la produzione di secondo grado che gli utenti realizzano a partire da quel materiale infimo ne sia come un lavacro purificatore. In altri termini: *Star Wars*, poniamo, o 1) è considerato come un dato di fatto neutrale su cui operare liberamente, oppure 2) è considerato come un prodotto degradato che viene redento dall'azione (metalinguistica) degli appassionati. In ogni caso, continuando l'esempio, sembra importare poco *Star Wars*: importano invece le *fan fiction* sviluppate a partire da *Star Wars*¹. Come si vedrà, l'enfasi sul valore dell'intervento dei fan e/o dei semplici utenti (di solito indicato con la formula 2.0) nel caso dell'IDHE assume un significato particolare.

Un'altra nozione indica specificamente il carattere di “esposizione universale” che spesso si determina nel Nuovo Mondo Estetico: la indico come *glancedom*, regno del luccichio estetico – neologismo modellato su termini come *stardom* (ambito delle celebrità) o *fandom* (ambito dei fan). Una delle peculiarità rilevanti del *glancedom* è la moltiplicazione di *forme di ibridazione fra flussi informativi ed elementi estetici*. Si tratta in primo luogo del cosiddetto *infotain-*

¹ Sulle *fan fiction*, e più in generale sulle questioni relative al rapporto fra produzione dell'industria culturale e rielaborazione da parte dei fan, cfr. H. Jenkins, *Cultura convergente*, trad. di V. Susca e M. Papacchioli, Apogeo, Milano 2007. Sarebbero da approfondire le questioni relative alle specificità (se non alla *qualità*) dei prodotti per così dire *primari* dell'industria culturale (ad esempio, oltre alla citata saga *Star Wars*, i romanzi del ciclo di Harry Potter, o i vari materiali transmediali connessi a *The Matrix*). Primari, beninteso, rispetto all'elaborazione degli appassionati.

ment (ovvero *information + entertainment*), ma anche della “graficizzazione” ideografica dei linguaggi, del diffondersi dei marchi, e insomma dell’emergere della tendenza a conferire una qualificazione estetica a *qualunque* forma.

E-mmaginale è un altro neologismo che userò di frequente. La “e” riporta all’ambito dell’elettronica e delle sue applicazioni; inoltre, ormai si dà per scontato che, nei composti, quella “e” vada letta all’inglese. *E-mmaginale* suona quindi come “immaginale”, e però richiama inevitabilmente l’elettronica. Non è questa la sede per approfondire il significato del neologismo; in sintesi, dirò che con esso si intende fra l’altro sostituire il termine “virtuale”², spesso usato in modi non appropriati.

L’analisi dell’IDHE richiede una riflessione specifica su alcune conflittualità più o meno esplicite nel Nuovo Mondo Estetico, e in particolare sul contrasto fra il *competente* e gli *incompetenti*. Bisogna tenere presente la distinzione sempre possibile fra *game* e *play*, cioè fra il gioco in se stesso, considerato nelle sue regole, nelle sue logiche, e il modo in cui è possibile giocare. Molti anni fa, nella prefazione a *Homo ludens* di Huizinga, Eco tematizzò la differenza appunto fra *game* e *play*³. Userò quella distinzione per accennare a una questione in effetti assai diversa. Esiste dunque il “gioco”, *game*, con le sue regole e le loro possibili concretizzazioni; ed esiste un altro ambito, relativo a vari modi di “giocare”, *play*, e perfino alla possibilità di “giocare” o no. Data la distinzione, si profilano due diverse tipologie di “giocatori”: gli interessati al gioco in quanto tale, e gli altri, interessati invece a situazioni connesse al gioco ma in definitiva eterogenee. Situazioni che sono a loro volta “giochi”, con differenti regole. Si deve insomma ricordare la possibilità di distinguere la passione *per il gioco* dalla passione *per qualcosa che nel gioco si manifesta e/ o si occulta*. Chiamo *geek* colui che

² Sulle questioni relative al significato del termine “virtuale”, cfr. P. Lévy, *Il virtuale*, trad. di M. Colò e M. Di Sopra, Raffaello Cortina Editore, Milano 1997.

³ Il testo è ripubblicato in U. Eco, *Sugli specchi e altri saggi. Il segno, la rappresentazione, l’illusione, l’immagine*, Bompiani, Milano 2001, pp. 283-300.

è “appassionato al gioco”. È un termine gergale che indica una versione estremizzata del *nerd* (più o meno corrispondente a “secchione”), con particolare riferimento alla spasmodica attenzione che il geek riserva alla tecnologia; ma qui il termine geek perde questo riferimento, diventando nome metaforico d'una modalità del Singolo, in rapporto e in opposizione alla folla, alla calca del Collettivo.

Nelle pagine seguenti non svilupperò le numerose implicazioni del contrasto fra il geek e la folla, in cui del resto si riconosce la nota contrapposizione fra la folla e il *flâneur*, di cui hanno parlato fra gli altri Baudelaire e Benjamin. Noterò soltanto il fatto che uno dei fondamenti dell'atteggiamento Moderno, cioè l'autonomia dei saperi, trovava ragione e garanzia appunto nella distinzione fra i competenti e i non competenti. Ma nel Nuovo Mondo Estetico questa ipotesi di equilibrio è saltata. Competenti e non competenti sono costantemente messi in rapporto, senza salvaguardie, senza mediazioni.

Infine, si deve ricordare che uno dei fondamenti del Nuovo Mondo Estetico è il trasformarsi del tempo. Tendenzialmente, *tutto* il tempo vissuto dal Singolo viene trasformato in *tempo di intrattenimento*. Estremizzando, si potrebbe perfino notare *il dissolversi in intrattenimento dello stesso vissuto*.

Due avvertenze di carattere pratico. Oggetto del volume è una pratica relativamente nuova ma assai diffusa, nel cui ambito si è sviluppata una amplissima terminologia, quasi sempre in inglese e spesso composta da neologismi o parole il cui significato devia da quello consueto oppure acronimi: per questi termini rinvio al sintetico *Dizionario* proposto in appendice. D'altra parte, per non appesantire il discorso ometterò le virgolette in tutti i casi in cui non si indica qualcosa di “reale” ma qualcosa che si determina all'interno di un'opera IDHE. In altri termini, non scriverò “combattere” contro un “mostro”, oppure “spostarsi” in nuova “locazione”; scriverò invece: combattere contro un mostro, spostarsi in nuova locazione.

Considerare l'IDHE come specifico oggetto di studio richiede alcune prese di posizione non facili. Di là dalla sua apparente futilità, l'IDHE si mostra refrattario all'inquadramento in una tipologia di studi preesistente. È possibile studiarlo da un punto di vista antropologico, sociologico, mediologico; è possibile considerare il suo sviluppo con metodi non molto diversi da quelli propri della storia sociale dell'arte; è possibile applicare alle singole produzioni una strategia analitica in fondo simile a quelle usuali nel campo della critica dell'arte contemporanea; si possono articolare discorsi riferibili all'area dei *cultural studies*, ecc.

In quanto oggetto di studio, l'IDHE si mostra sfuggente. Allo stesso tempo, si mostra come un oggetto *necessario* di studio, e non solo per la pervasività della sua diffusione, per il suo successo, bensì in quanto anche un'analisi estremamente superficiale scopre nelle sue molteplici manifestazioni una metonimia, per così dire, di quanto il Nuovo Mondo Estetico va proponendoci.

Un'ulteriore difficoltà è connessa al carattere quasi pionieristico che qualsiasi studio sull'IDHE ancora sconta, sia per la sostanziale scarsità di materiali, sia per la presenza di una nebulosa di posizioni pregiudiziali sia negative (queste ultime per la verità presenti soprattutto nella stampa non specializzata) sia positive, che contribuiscono a rendere meno chiari i contorni effettivi del problema. Certe affermazioni entusiastiche, che per esempio vedono nelle pratiche IDHE il futuro o addirittura il presente dell'arte, vanno considerate con estrema cautela, così come ovviamente vanno esaminate criticamente le obiezioni di coloro che indicano in quelle pratiche pericoli di varia natura, o una deriva complessivamente inaccettabile.

Non è certo questa la sede per un discorso metodologico (qualche elemento sarà accennato nell'ultimo "livello"). Mi limito a sottolineare che le analisi qui proposte tentano di mantenere i connotati della "ricerca sul campo" che le ha originate, e che ha permesso di verificarne vari elementi in relazione all'attività didattica concernente la Storia dell'arte contemporanea, la Storia dei nuovi media, e più specificamente lo studio proprio dei "videogiochi". Di conseguenza

le pagine seguenti hanno un carattere introduttivo ma non divulgativo, orientato a una considerazione teorica delle questioni relative, più che al *game*, a temi di portata anche antropologica ed estetica afferenti al *play*. *Playing IDHE*.

Primo livello. La nuova frontiera dell'intrattenimento

A lungo, durante il '900, lo *spazio* è apparso il luogo concreto e simbolico della *frontiera*. Nello spazio e mediante lo spazio si fantasticava di poter trovare l'Oltre e l'Altrove che la Terra sembrava non promettere più. Quel luogo emblematico nei sogni o nei progetti di molti si legava al panorama più o meno indistinto di un'altra frontiera, che potremmo complessivamente definire antropologica, sebbene spesso la si descrivesse essenzialmente in termini politici o ideologici. Oggi, si sa, nemmeno lo spazio esterno pare molto attraente, perfino a livello metaforico. Tuttavia, la “gita” spaziale di Richard Garriott sembra assumere i caratteri d'un bizzarro segnale. Strano, ma soprattutto ambivalente.

Garriott è stato uno dei principali protagonisti dell'avvento dei videogiochi. Il suo nome e il suo nickname *Lord British* sono legati a software decisivi: è impossibile non ricordare i nove episodi di *Ultima*, nonché *Ultima Online*, ovvero quello che a lungo è stato il MMORPG per antonomasia (il primo *Ultima* è del 1980, *Ultima Online* è del 1997). Nell'Ottobre 2008, pagando a quanto sembra 30 milioni di dollari all'Agenzia Spaziale Russa, Garriott ha acquistato un “biglietto” per la Soyuz (le sue ragioni personali naturalmente non ci interessano). Del resto, la “gita” di Garriott ha avuto una replica di carattere assai diverso. Il 30 Settembre 2009 è partito con la Soyuz anche Guy Laliberté, il fondatore del *Cirque du Soleil*. Durante il viaggio, il 9 Ottobre, ha condotto uno show dedicato al tema emergente dell'accesso all'acqua. Al costosissimo spettacolo hanno preso parte, da Terra, alcune delle star usualmente coinvolte in quel genere di iniziative globali. E insomma, ci si trova qui di fronte a qualcosa di effettivamente simbolico, di cui ancora ci sfuggono