

La pervasività del gioco, l'uso diffuso di Internet e la necessità di creare pratiche educative più coinvolgenti, hanno portato alla recente comparsa dei Serious Games cioè di tutti quei giochi progettati per uno scopo serio, diverso dal puro divertimento. Un Serious Game, infatti, è un'attività – spesso interattiva – che attraverso la simulazione permette ai giocatori di fare un'esperienza precisa e accurata (anche complessa) che promuove percorsi attivi, partecipanti e di apprendimento coinvolgente.

Dal paragone con la lunghissima storia dei giochi da tavolo, il testo vuole evidenziare i sistemi su cui l'attuale cultura digitale ha potenziato le "capacità" tipiche dei giochi di percorso simulativi e il modo in cui queste potenzialità sono transitate nella struttura degli attuali Serious Game: l'analisi è focalizzata, infatti, sui temi più direttamente collegati al coinvolgimento e all'esperienza ludica applicata vissuta dai giocatori tramite la simulazione.

In un percorso di ricerca sviluppato in parallelo tra alcuni modelli di Giochi dell'Oca e alcuni esemplari di videogiochi di ultima generazione, il testo vuole inoltre formalizzare dei parametri progettuali per l'ideazione di un modello di gioco/videogioco "serio" che evidenzino la forza formativa di questo tipo di attività ludica. Tale attività è intesa sia come *continuum* logico tra il secolare mestiere del disegnatore-autore di giochi e il game designer (professione che oggi comprende una vasta gamma di specializzazioni che vanno dal fiction writer al game programmer), sia come strumento di coinvolgimento attivo tra gli utenti-giocatori.

La definizione dei parametri evidenziati nel testo è emersa dal confronto con quelli più tradizionali, intesi come archetipici, e con l'utilizzo delle tecnologie digitali viste come "acceleratori della realtà" che hanno potenziato le peculiarità tipiche dei giochi di percorso simulativi.

Isabella Patti, storico dell'Arte e del Design, è docente a contratto del Dipartimento di Architettura dell'Università di Firenze, dove insegna dal 2008 Storia del Design e Storia dell'Interior Design; è membro del collegio dei revisori della rivista dell'Associazione Italiana degli storici del design *AIS/Design. Studi e Ricerche*, per cui anche pubblica saggi. I suoi studi in ambito scientifico e accademico si concentrano sulla valorizzazione della cultura del progetto degli artefatti ludici e sulla speculazione metodologica per la realizzazione di giochi di simulazione applicata.

FrancoAngeli
La passione per le conoscenze

ISBN 978-88-917-7018-9

7000.380 I. PATTI Serious Game Design



Isabella Patti

Serious Game Design

Storia e teorie
sull'esperienza ludica applicata



Serie di architettura e design
FRANCOANGELI

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet www.francoangeli.it e iscriversi nella home page al servizio "Informatemi" per ricevere via e-mail le segnalazioni delle novità.

Isabella Patti

Serious Game Design

Storia e teorie
sull'esperienza ludica applicata

Serie di architettura e design
FRANCOANGELI

Ringraziamenti

Questo libro è il risultato di anni di studio, di lettura e di gioco iniziati con la mia tesi di laurea in Storia dell'Arte e ancor oggi, felicemente, destinati a durare nel tempo. Ringrazio l'amico Paolo Castellani, estroso collezionista e antiquario senza l'aiuto del quale non avrei mai conosciuto questo mondo e che anni fa mi ha messo a disposizione la sua bellissima collezione di giochi di percorso perché la studiassi e la catalogassi insieme a lui. Ringrazio Francesca Tosi per aver creduto in questo testo, Laura Girardi ed Elisabetta Benelli per avermi supportata e sopportata, e Massimo Ruffilli per avermi insegnato molto di quello che oggi so. Infine ringrazio tutti quelli che hanno giocato con me in questi anni.

A Ginevra e Virginia

ISBN: 9788891770189

ISBN e-book: 9788891767721

Copyright © 2018 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

Ristampa	Anno
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9	2018 2019 2020 2021 2022 2023 2024 2025 2026 2027

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sui diritti d'autore. Sono vietate e sanzionate (se non espressamente autorizzate) la riproduzione in ogni modo e forma (comprese le fotocopie, la scansione, la memorizzazione elettronica) e la comunicazione (ivi inclusi a titolo esemplificativo ma non esaustivo: la distribuzione, l'adattamento, la traduzione e la rielaborazione, anche a mezzo di canali digitali interattivi e con qualsiasi modalità attualmente nota od in futuro sviluppata).

Le fotocopie per uso personale del lettore possono essere effettuate nei limiti del 15% di ciascun volume dietro pagamento alla SIAE del compenso previsto dall'art. 68, commi 4 e 5, della legge 22 aprile 1941 n. 633. Le fotocopie effettuate per finalità di carattere professionale, economico o commerciale o comunque per uso diverso da quello personale, possono essere effettuate a seguito di specifica autorizzazione rilasciata da CLEARedi, Centro Licenze e Autorizzazioni per le Riproduzioni Editoriali (www.clearedi.org; e-mail autorizzazioni@clearedi.org).

Stampa: Digital Print Service srl - sede legale: via dell'Annunciata 27, 20121 Milano; sedi operative: via Torricelli 9, 20090 Segrate (MI) e via Merano 18, 20127 Milano.

Indice

Premessa	pag.	7
1. Giochi di percorso simulativi	»	15
1. Una scelta di metodo	»	23
2. Tavolieri ibridi	»	27
3. Il Gioco dell'Oca come archetipo	»	36
3.1 L'imparar divertendosi	»	46
2. Esperienze applicate nei Serious game	»	53
1. Design pattern nei giochi di percorso simulativi	»	61
2. Tavoliere <i>vs</i> transmedia world	»	64
2.1 Regole <i>vs</i> feedback	»	67
2.2 Storia lineare <i>vs</i> storia interattiva	»	71
2.3 Azzardo <i>vs</i> scelta	»	80
3. Dal disegnatore di giochi al game designer	»	87
1. Designer ante litteram	»	95
2. L'esercito dei game designer	»	103
3. Serious game per il design	»	108
4. Glossario	»	115
Riferimenti bibliografici	»	123

Premessa

Oggi li chiamiamo game programmer, professionisti del gaming, videogame taster: sono tutti coloro che lavorano nel mondo videoludico e che a vario titolo, e con differenti meriti, realizzano software interattivi per l'intrattenimento. In estrema sintesi, il *mestiere* è quello dell'autore-progettista di giochi, professione oggi molto complessa che abbraccia competenze eterogenee e la cui figura si complica anche per gli attuali termini offerti dalla GAMIFICATION (cioè della ludicizzazione di contesti e attività umane non prettamente ludiche) che generano confusione nel settore¹. Molti, infatti, i campi da cui arrivano i contributi (il marketing, la programmazione, la grafica, la semiotica, ecc.) e che portano a confondere, o a complicare, la specificità di quelli apportati al progetto ludico e videoludico dal design.

L'obiettivo di questo libro è definire il passaggio nell'era digitale della cultura progettuale che ruota intorno alla realizzazione dei GIOCHI DI PERCORSO SIMULATIVI tramite l'analisi di specifiche attività processuali che saranno rintracciate, in parallelo, tra alcuni esemplari di tra-

¹ Il termine GAMIFICATION è stato proposto per la prima volta nel 2002 dal programmatore di giochi inglese Nick Pelling e successivamente usato da Jesse Schell, autore di *The art of Game Design*, durante la *Dice Conferenze* di Las Vegas nel 2010. Tramite la GAMIFICATION Schell propone una lettura della quotidianità basata sui temi del gaming (l'attuale industria del gioco) intesi come strumento pervasivo e formidabile di engagement e di coinvolgimento. In questo lavoro, si rimanderà più volte alle recenti ricerche di Maestri, Polsinelli, Sassoon (2015) e allo stesso Schell (2008). NB: le parole che nel testo appaiono in MAIUSCOLETTO rimandano al glossario in fondo al testo.

dizionali EUROGAMES e degli specifici modelli di videogame; inoltre si cercherà di identificare alcuni degli strumenti metodologici peculiari e necessari alla realizzazione di un gioco di percorso simulativo (d'ora in poi, GPS)².

Nella prima parte del testo verranno introdotti i GPS come medium di riferimento, tracciata la loro evoluzione a livello storico nel periodo che va dalla fine dell'Ottocento alla prima metà del XX secolo e presentata una sorta di mappa concettuale ottenuta dalle caratteristiche ricorrenti e condivise tra i modelli analogici otto/novecenteschi di EUROGAMES "a stampa e figurativi" e quella dei GPS più attuali. Si cercherà di evidenziare, quindi, il punto nodale tra i due artefatti ludici riconoscendolo nel passaggio da una struttura di gioco basata sulla rappresentazione a quella della simulazione³. Come riferimento per gli EUROGAMES saranno presi alcuni esemplari di Gioco dell'Oca, tradizionalmente considerato lo schema base di ogni percorso ludico figurativo, mentre per i videogame la categoria di riferimento è quella dei SERIOUS GAME, gli attuali videogiochi più adatti a stimolare la riflessione e l'apprendimento nei giocatori.

La scelta di adottare la simulazione come chiave di lettura attraverso un percorso di confronto tra i due medium nasce da due considerazioni di base: da un lato, dalle evidenti analogie tra le due categorie di oggetti che sono, per certi versi, ovvie (l'idea del viaggio avventuroso, la CORNICE NARRATIVA realistica, gli obiettivi mai troppo complessi e i temi mai astratti); dall'altro – e per l'esatto opposto – dalla innegabile distanza che separa le due forme ludiche tanto da far apparire come due storie divergenti quella che invece è piuttosto un'evoluzione

² Nel testo sarà utilizzato il termine *videogame* (unico lemma) sebbene in inglese sia *video game* (con due termini separati) perché così sono stati tradotti di consueto in italiano i due termini. L'uso del singolare *videogame* o del plurale *videogames* è ritenuto ininfluenza ai fini del significato. Sul tema vedi M. Salvador, 2013, pp. 11-12.

³ Dall'analisi sono stati volutamente esclusi i GIOCHI DI SIMULAZIONE perché profondamente diversi dai GIOCHI DI PERCORSO SIMULATIVI che sono l'oggetto di questo studio: un gioco di simulazione riproduce in maniera precisa degli avvenimenti reali (una partita di calcio, una gara di Formula 1, un volo in aereo, ecc.) e spesso viene giocato su uno specifico simulatore. Un gioco di percorso simulativo, invece, ha come tema fondamentale un percorso, un viaggio, una storia narrata che si sviluppa in uno spazio e in un tempo determinato ed è creata in un mondo parallelo a quello reale, non necessariamente realistico.

formale e sistematica di un solo, seppur variegato, genere di artefatti ludici: i GPS, appunto⁴. La concordanza fondamentale tra i due medium sta nel fatto che «non sono basati solo sulla rappresentazione ma su una struttura semiotica significativamente diversa, la cosiddetta simulazione» (Pecchinenda, 2010, IX) e che questa non sia utilizzata se non limitatamente per mostrare le caratteristiche del gioco stesso, bensì per stimolare determinati comportamenti nel giocatore. Seconda base di confronto, infatti, è la modalità di utilizzo della narrazione intesa come strumento necessario al coinvolgimento dei giocatori perché in grado di descrivere caratteristiche e sequenze di eventi credibili nei giochi di percorso a stampa più antichi, e di potenziare la capacità di “farne esperienza” nei videogiochi più attuali.

Proprio l’esperienza è il riferimento generale a cui il testo farà capo per analizzare i case studies specifici: i (video)giochi⁵ sono un fenomeno talmente complesso e contraddittorio che per una loro suddivisione in categorie o generi si è costretti a partire da una “separazione” di determinate loro caratteristiche, a discapito di altre volutamente ignorate, per raggiungere una classificazione il più possibile ordinata. In questa direzione, una fortunata analisi proveniente dai Game Studies e specificatamente rivolta al mondo dei game designer, teorizza tre schemi di confronto utili ad analizzare i videogiochi: lo schema *formale* che guarda agli aspetti legati alle regole del gioco e ai sistemi che in questo generano incertezza o che sono organizzati secondo loop di feedback; lo schema *culturale* che analizza il contenuto dei giochi come sistemi retorico-culturali o di resistenza ideologica; infine lo schema *esperienziale* – quello che ci interessa più da vicino – che focalizza l’atto del giocare in sé e i giochi come attività ludico-sociali, espres-

⁴ Nel linguaggio comune, il termine “ludico” è utilizzato in maniera impropria anche per significare “giocosso”: lo storico Joan Huizinga, con un’approfondita analisi sull’etimologia dei due termini, ha evidenziato la loro differenza e riconosciuto in *ludico* il significato di “di-gioco, ciò che è attinente al gioco e al giocare” e in *giocosso*, invece, una sfumatura più legata al divertimento in sé. Attualmente è soprattutto nel mondo della GAMIFICATION che si usa indistintamente il termine “ludico” per significare attività o oggetti che sono, in realtà, giocossi (cfr. Huizinga, 1939, pp. 35-54, trad. it. 2002).

⁵ Nel testo verrà usata la parola composta (video)giochi per intendere allo stesso tempo, e in una forma più leggera e abbreviata, esemplari di giochi e di videogiochi insieme.

sioni del desiderio umano. Tutti e tre gli schemi sono “aperti” e intesi come lenti di ingrandimento utili a leggere i (video)giochi in base ad alcune loro caratteristiche ricorrenti (Salen, Zimmerman, 2004).

Metodologicamente, quindi, ho scelto di fare riferimento al solo schema esperienziale perché l’adozione temporanea di un punto di vista limitato, e che pone dei limiti circoscritti all’analisi, serve a comprendere quali siano le possibilità di interdisciplinarietà con altri metodi rendendo più chiaro possibile quello scelto. L’approccio del design alla storia dei giochi e al gioco come artefatto, infatti, patisce ancora l’assenza di metodologie specifiche che evidenzino il suo contributo in questo settore: almeno fino a una ventina di anni fa, per parlare di (video)giochi, gli studiosi hanno adottato metodi tradizionali che però transitavano da altre discipline, come la sociologia o la pedagogia. Oggi è necessario, invece, che il processo di progettazione di un gioco faccia riferimento più direttamente al mondo del design e trovi dei metodi di analisi dedicati e peculiari a evidenziare i contributi e le specificità di questo mestiere.

Parte della saggistica italiana sulla storia dei videogiochi riconosce loro una nascita fortuita: «il proto-video gioco – ha scritto Marco Accordi Rickards – che nasce e cresce grazie a sforzi congiunti di appassionati e sperimentatori, figlio di una filosofia open-source [...] è stato solo il frutto del caso e dei tempi: contingenze fortunate» (2014, p. 7)⁶. L’assunto principale di questo libro è, invece, che la repentina e inaspettata nascita dei videogiochi si sia innestata, o meglio, sia in gran parte riferibile alla struttura tradizionale e ben codificata dei giochi di percorso. Anzi, proprio le basi strutturate dell’antica attività progettuale ludica hanno permesso ai videogiochi di diventare in pochissimo tempo uno dei medium comunicativi tra i più diffusi a livello di massa, offrendo una solida e consolidata tradizione su cui poggiarsi⁷.

⁶ Marco Accordi Rickards è oggi presidente di AIOMI (Associazione Italiana Opere Multimediali Interattive), nata nel 2008, oltre che autore di numerosi testi sulla cultura e la diffusione dei videogame.

⁷ La produzione dei GIOCHI DI PERCORSO SIMULATIVI stampati è di tradizione europea e nasce agli inizi del XV secolo per rimanere fino a tutto il XIX secolo un’attività ben strutturata: tale produzione si attesta soprattutto nel distretto di Norimberga, in Germania, e in Francia dove

Nella loro veste digitalizzata, infatti, i videogame sono a buon diritto da considerarsi gli archetipi di una nuova forma di gioco – quella digitale, appunto – ma nella loro tradizionale struttura di percorsi simulativi sono inseribili nel lungo cammino evolutivo di quei giochi da tavolo in cui la componente visiva è fondamentale e, da cui, infatti, hanno preso spesso avvio anche nella semplice riproposizione di temi e storie già conosciute⁸.

A tale scopo il testo presenta alcuni case studies selezionati dalla produzione italiana di giochi a stampa della fine del XIX secolo e del XX secolo utili a tracciare il collegamento supposto tra il gioco di simulazione pre e post digitale, oltre che necessari a evidenziare il gioco come strumento di cultura e non solo come prodotto commerciale⁹. La maggior parte delle teorie pedagogiche più attuali che si legano al tema dell'EDUTAINMENT, infatti, riducono spesso il valore del gioco all'essere un semplice veicolo di divertimento e un oggetto “utilizzabile” per un preciso scopo: i giochi vengono intesi, sì, come strumenti di formazione o d'insegnamento ma il loro fine principale sarebbe quello di rendere il processo di apprendimento più piacevole, attraente o accessibile. Questo testo adotta una lettura profondamente diversa del gioco perché lo analizza nel suo “atto” stesso, nel suo essere esperienza «originaria e altamente significativa dell'agire umano: simboli-

si sono concentrate le prime industrie del giocattolo; ma sarà solo negli Stati Uniti tra la fine dell'Ottocento e gli inizi del Novecento, e con la prima produzione dei giochi in scatola, che possiamo parlare di una vera e propria industria culturale ludica compiuta. Un'ottima analisi sulla storia di questo importante passaggio è in Bruce Whitehill, *American Boxed Games and their Makers. 1822-1992. Whit Values*, ma ancor più nel recente *Americanopoly: America as Seen Through Its Games*, libro con cui lo stesso autore ha scelto di parlare più dettagliatamente della storia degli Stati Uniti attraverso il confronto con la produzione e la cultura dei giochi europea e attraverso i giochi americani commercializzati dal 1840 a oggi.

⁸ Non tutti i giochi da tavolo riconoscono la stessa importanza alla componente visiva come i GIOCHI DI SIMULAZIONE: oltre al motivo piuttosto ovvio che per “simulare” si debba ricreare uno scenario credibile in cui il giocatore si immerge e quindi sia indispensabile l'uso di immagini, segni e allegorie, l'ambientazione (che in fin dei conti è la narrazione coerente di quel mondo che il game designer ha pensato per il suo giocatore) non è ugualmente necessaria nei giochi da tavolo di astrazione, per esempio, o in quelli enigmistici dove non è possibile svincolarsi dall'uso della lingua.

⁹ Alcuni interessanti spunti del passaggio dalla modernità alla post-modernità dell'oggetto ludico sono affrontati da Beniamino Sidoti nel testo di Franco Cambi e Gianfranco Staccioli, *Il gioco in Occidente*, 2007, pp. 100-113.

ca, polisemica, ambivalente, affettivamente carica e, potenzialmente, generatrice di una conoscenza contraddittoria e trasformativa» (Antonacci, in Bertolo, Mariani, 2014, p. 34).

Nella seconda parte del libro, attraverso le costanti che emergeranno dai case studies affrontati, saranno rintracciate alcune variabili progettuali collegate ai GPS che possono delineare, fin dove possibile, anche la figura sfaccettata dell'attuale professione del game designer cogliendone i tratti costanti, e non, con l'antico mestiere del disegnatore-autore di giochi. Le tecnologie attuali che hanno permesso di sviluppare con maggior facilità e credibilità i "percorsi" (le tematizzazioni del gioco, lo scenario, il mondo in cui il giocatore si immerge) e di rendere più credibili le storie (il che non vuol dire più attinenti al reale ma più condivisibili, più giocabili) hanno aumentato la penetrazione dei giochi nel tessuto sociale: hanno reso disponibili, cioè, piattaforme standardizzate e parametrizzabili per la gestione delle strategie di gioco, permesso una più ampia libertà al designer di dedicarsi agli aspetti di interfaccia con l'utente finale e indirizzato la sua energia creativa a un maggiore coinvolgimento attivo del giocatore. Questa esplosione di possibilità ha reso complesso e interdisciplinare il mondo del game design che, infatti, tende a sovrapporre figure in realtà distinte: il fine di questo lavoro è anche evidenziare alcuni termini operativi e progettuali specifici di questa professione.

La terza parte del testo, infine, propone un'ipotesi applicativa di un GPS utilizzabile come sistema educativo nella pratica e nell'insegnamento del design: si vuole, cioè, ipotizzare l'integrazione di giochi simulativi didattici nella pratica di formazione critico-pratica dei progettisti. Oggi, la parola "formazione" rimanda direttamente al concetto di trasferimento di conoscenze che possono essere erogate tramite tradizionali sistemi attivi o passivi (lezione frontale, discussioni di gruppo, esercitazioni, studio dei testi e di appunti, ecc.) oppure fatte fare tramite simulazioni (ROLE-PLAYING GAME, PERSASIVE GAME).

Il testo vuole, sì, agganciarsi alle teorie dell'EDUTAINMENT ed evidenziare come le potenzialità dell'esperienza motivazionale ludica e della connettività del web possano essere utili all'apprendimento delle generazioni più giovani, sfruttando l'abilità dei nativi digitali a rico-

noscere i «sistemi formali mascherati da metafore» appresi nel gioco e soprattutto nel videogioco (Bertolo, Mariani, 2014, p. 317), ma vuole anche evidenziare che molte manifestazioni di “cultura seria”, tra cui il design, possiedono intrinsecamente aspetti ludici e che la connessione tra apprendimento e gioco può non essere solo contingente ma essenziale.

Valutare questi presupposti perché un “gioco serio” assuma una valenza didattico-formativa e come possa essere perseguito quest’obiettivo tramite un gioco da tavolo o un SERIOUS GAME dedicato al design, sono i punti nodali cui questo testo intende provare a rispondere.



Fig. 1 - Il Gioco dell'Aquila, 1917, Ed. Arti Grafiche Varesine, Milano, Italia (fotografia dell'autrice, collezione Paolo Castellani).

1. Giochi di percorso simulativi

Quando le persone giocano, vivono un'esperienza. Questa è ciò che interessa il game designer. Senza l'esperienza, il gioco è privo di valore.
Jesse Schell, 2008

L'attuale cultura digitale e l'utilizzo di nuove tecnologie hanno potenziato alcune "capacità" tipiche dei giochi di percorso, soprattutto quelle legate al coinvolgimento e all'esperienza ludica tramite la simulazione e alla possibilità di tematizzare e rendere sempre più credibile e *in*-credibile il mondo parallelo, "altro", in cui si gioca: tale potenziamento ha generato nuovo interesse da parte dell'utenza sia per il concetto stesso di gioco, sia per la continua aspettativa di nuove e sempre più raffinate RELEASE dei giochi più conosciuti, quanto di quelli del tutto inediti e sviluppati *ex nihilo*¹.

La ricerca di un sistema di formalizzazione e di quest'universo così vasto di oggetti è oggi un tema d'analisi molto diffuso, e con una letteratura di riferimento resa sistematica solo da pochi anni.

Non è un caso che ancora nel 2010, nell'introduzione a *The Ultimate History Of Video Games*, Peter Molyneaux, uno dei più grandi creatori di videogiochi degli ultimi tempi, abbia affermato: «il principale problema della nostra industria è quello dell'identità – dove s'inseriscono culturalmente i videogiochi? Non nei film, non nei libri, non si adattano a nessuna classificazione esistente» (in Kent, 2001, pos. 80, TdA).

¹ Sul tema della simulazione nei videogame si veda *Videogiochi e cultura della simulazione* di Gianfranco Pecchinenda (2003) ristampato nel 2010 con un'interessante introduzione dello stesso autore: nel testo è presentata la figura dell'*homo game*, inteso come l'evoluzione dell'*homo communicans* – proposto nella prima edizione del testo – e come interprete della cultura ludica e video ludica occidentale contemporanea.

In effetti, il riconosciuto carattere interdisciplinare e la natura polimorfa dei videogiochi, insieme alla loro indiscutibile giovinezza rispetto al più longevo mondo dei BOARDGAMES, rendono molto contraddittorio ed eclettico questo settore, ma sono anche le certezze da cui parte il testo per tentarne una contestualizzazione diversa: non in relazione alle numerose tipologie di classificazione (in *The Medium of the Video Game*, Mark Wolf ne identifica almeno 42 diverse), ma tramite un confronto con i generi più storicizzati e antichi dei giochi di percorso². Questo per tentare di codificarne una prassi progettuale specifica – e a merito – del design che proprio come attività tradizionale e antica deve essere intesa in relazione alla produzione di artefatti ludici e non come una disciplina che “da poco” si è inserita in questo specifico e ampio settore.

Una maggiore chiarezza su questo mondo, oggi, appare urgente anche in relazione alle derive poco etiche che il mondo iper ludicizzato sembra aver generato, diffondendo modelli stravolti di processi ludici nella semplice forma dequalificante di banalizzazione del DIVERTIMENTO associato a qualche attività umana (economica, di marketing, editoriale, ecc.). Un’attenzione particolare deve essere riservata, infatti, al tema della regolarizzazione di un’etica condivisa nei videogame: il persistere di un’assenza di riferimenti e metodologie comuni evidenzia la necessità di interventi a livello di protocolli, di manuali e d’indicazioni progettuali affinché il Game design sia riconosciuto come il campo progettuale ove i contributi del “game” non siano confusi con quelli a volte esasperati della GAMIFICATION per la semplice comunanza della radice linguistica³.

² L’elenco di questa classificazione riporta le seguenti tipologie di gioco: Abstract, Adaptation, Artificial Life, Board Games, Capturing, Card Games, Catching, Chase, Collecting, Combat, Demo, Diagnostic, Dodging, Driving, Educational, Escape, Fighting, Flying, Gambling, Interactive Movie, Management Simulation, maze, Obstacle Course, Pencil-and-paper Games, Pinball, Platform, Programming Games, Puzzle, Quiz, Racing, Role Playing, Rhythm and Dance, Shoot ‘Em Up, Simulation, Sports, Strategy, Table-Top games, target, Text Adventure, Training Simulation, Utility. Una breve descrizione di alcune voci è reperibile nel Glossario a fine del testo. Cit. in D. Norman (2004) e disponibile online su: è preso da un estratto disponibile su: www.robinlionheart.com/gamedev/genres.html

³ Le pratiche che vanno sotto il termine di GAMIFICATION sono state definite da numerosi autori, a volte in maniera simile altre completamente diversa: resta comunque fondamentale la

L'aurorale letteratura critica sui videogiochi – oggi si può finalmente parlare di *Games Studies* – non risale che ai primi anni Ottanta quando l'approccio critico alla materia «era quasi completamente di stampo psicologico e dedicato al contenimento di quel *moral panic* che leggeva nel videogioco uno strumento di pura e semplice istigazione alla violenza» (Salvador, 2013, pos. 54). I primi tentativi di analisi della comunità scientifica anglosassone e scandinava hanno affrontato la tematica ponendo in primis la questione sul come, e da quali angolazione o ambiti disciplinari, andasse trattata la materia del mondo video-ludico: nello specifico, la sociologia e la narratologia.

Queste, infatti, sono state le prime due discipline a contendersi il privilegio di essere considerate metodologie ideali per lo studio del videogioco ma, oggi, la ricerca riceve profondi contributi anche dall'estetica, le scienze cognitive, la semiotica, i media studies e la pedagogia.

Dalle possibili soluzioni proposte da questo iniziale contrasto sono scaturite le maggiori teorie sull'argomento, oggi testi seminali della disciplina: da un lato le teorie dei sostenitori della BOARDGAMES, i ludologi, che hanno preferito analizzare i giochi utilizzando strumenti nuovi (specifici, dedicati ed esclusivi), dall'altra i sostenitori della NARRATOLOGIA, i narratologi, che hanno scelto di analizzare il videogioco attraverso gli strumenti tipici della semiotica, riconoscendovi una forma di testo tradizionale a tutti gli effetti. Solo da poco sono nati i Game Studies che, invece, proprio al design fanno riferimento e si presentano come una riflessione autonoma di una disciplina specifica⁴.

Non che non sia esistita una riflessione critica sui giochi precedenti: come vedremo nei capitoli successivi, le prime e più approfondite disamine sulla storia dei giochi e le loro differenti classificazioni sono state pubblicate a partire dalla prima metà del Novecento, ma un se-

distinzione proposta dallo studioso russo Sergey A. Kravchenko che esorta a non confondere la GAMIFICATION con le alienazioni della *Game-ization*, cioè la *giochizzazione* diffusa, intesa come l'uso dei sistemi ludici non volti alla scoperta e all'esplorazione ma alla pura competitività, al voler vincere, spesso usati ad hoc in relazione alla crescita professionale delle carriere, nel business o nel marketing (cit. in Rizzi, 2006).

⁴ Un'esauriente trattazione sui *Game Studies* si trova in M. Salvador, 2013.

colare pregiudizio sulla gratuità del giocare inteso in sé ha relegato gli studi sul fare ludico in una dimensione più superficiale di altre ritenute più necessarie. Allo stesso modo è accaduto che l'evidenza dello straordinario successo del settore dei videogame, ne abbia richiesto una valutazione immediata, e che questa sia nata in seno ad altre discipline che come per i giochi analogici del secolo precedente partivano da un basilare pregiudizio sul medium stesso: pregiudizio "antico" che riconosceva i giochi analogici come esempi gratuiti – e non troppo strutturati – di DIVERTIMENTO fine a se stesso, e un pregiudizio "moderno" che vede i videogiochi come oggetti responsabili dell'alienazione di molti individui dal contesto sociale.

Solo da pochi anni il nutrito e multiforme dibattito sui videogiochi ha ribaltato con non poca fatica questa opinione, diffusa negli anni Ottanta e Novanta, che li intendeva oggetti gratuiti dal fine alienante. È accaduto come nell'epoca vittoriana, quando un sospettoso scalpore investì gli storici che si interessarono al gioco indicandolo per la prima volta come uno dei riferimenti maggiori e più significativi per determinare l'evoluzione dell'uomo e della società.

C'è da dire due cose sul pregiudizio verso il mondo videoludico.

Da un lato il fatto che i primi studiosi che hanno trattato in maniera scientifica l'argomento, appartenendo a una generazione precedente a quella dei giovani che negli anni Settanta ci hanno realmente giocato, hanno raccontato di un mondo che non conoscevano e quindi spesso si sono lasciati trascinare dalle derive che alcuni videogiochi hanno in parte contribuito a creare (alienazione, ossessione, distanza dalle meccaniche del reale, ecc.) non conoscendone appieno le potenzialità. Dall'altro, come ho appena detto, il fatto che l'approccio a una critica sui videogiochi è stato affrontato in maniera intuitiva, a volte da appassionati o esperti delle dinamiche del *gaming*, anche da progettisti, ma poco tramite una metodologia critica o storica specifica del design; ne è risultato un approccio caotico, se pur ricco di esperienze e informazioni.

Considerare l'artefatto ludico come un progetto coerente di design e avviarne ricerche in merito, infatti, è una pratica molto recente: «per millenni abbiamo realizzato giochi di tutti i tipi senza una disciplina

di supporto teorico e formale cui fare riferimento» e, infatti, il mondo ludico (e la natura progettuale che sottende) è stato banalizzato come uno dei tratti culturali tra i meno rilevanti della società per molto tempo. Solo da poco più di un decennio, da quando i videogiochi si sono imposti come medium comunicativo tra i più pervasivi – da quando anche il video-giocare, cioè, è riconosciuto come strumento di conoscenza e interazione tra gli esseri umani – studiare il (video)gioco è divenuta una necessità (Bartolo, Mariani, 2014, p. 130). Ancora nel 1999 Ciro Ascione, nel suo *Videogames. Elogio del tempo spercato*, s’adoperava addirittura a difendere la tecnologia applicata agli artefatti lucidi digitalizzati: «L’informatica è una cosa bella e buona quando ci aiuta a prenotare un volo, a tenere in ordine la contabilità, a stendere una lettera con un programma di scrittura, a controllare il lancio di un missile nucleare. Quando però viene applicata al gioco, al divertimento, all’evasione, allora si trasforma in stupidaggine» (p. 24).

Per tutto il testo che segue, farò sempre riferimento al Game Design come l’attività legata al processo generale d’ideazione, progetto e creazione di un gioco, e al Game designer come la professione di chi «progetta un artefatto, sia esso un insieme di regole astratte, un programma, un diagramma disegnato in terra, una scatola piena di oggetti particolari, auspicando che le persone che ne faranno uso vivano L’ESPERIENZA LUDICA DESIDERATA: desiderata dal designer in fase di progetto, e dai giocatori in fase di scelta del gioco cui dedicarsi» (Bartolo, Mariani, 2014, p. 131). Proprio per questo, i giochi analizzati appartengono a epoche e generi differenti: i più antichi sono lo *Jeu agréable et récréatif des amours* del 1850 ca., il *Gioco dell’Aquila* del 1916 e alcuni esemplari di *Gioco dell’Oca*; mentre i più recenti sono particolari versioni di *SERIOUS GAME* online chiamati con l’impronunciabile acronimo *MMORPG*, genere che trae gran parte dell’impianto sistemico proprio da quello dei tradizionali *GPS*⁵.

⁵ Un’estesa trattazione critica dei GIOCHI DI PERCORSO tradizionali, della loro classificazione ed evoluzione, si trova in Giampaolo Dossena (1984), mentre un primo approccio metodologico alla loro progettazione dallo specifico punto di vista del Game design è in Walter Nuccio (2016).

La metodologia d'analisi adottata non si basa sull'evidente differenza dei supporti in cui sono realizzati i giochi – carta stampata per i BOARDGAMES tradizionali e supporto digitale per i SERIOUS GAME in versione MMORPG – piuttosto su due elementi comuni che li contraddistinguono, e cioè l'essere tutti GPS che usano un TAVOLIERE narrativo a fini educativi. Proprio nella direzione formativa, la simulazione del tavoliere è intesa per entrambi come un'esperienza applicata, cioè attivamente collaborativa e progettata al fine di far «fare ai giocatori esperienze accurate, anche complesse, in grado di promuovere attraverso la forma del gioco percorsi attivi, partecipanti, coinvolgenti di apprendimento nei vari domini dell'esistenza umana» (Anolli, Mantovani, 2011, pp. 155-156, cit. in Bartolo, Mariani, 2014, p. 77).

S'intende, quindi, assimilare il TAVOLIERE del gioco al suo sistema stesso, cioè al suo principio più importante, dove le regole passano in secondo piano, per evidenziare che il dialogo tra lo spazio fisico reale in cui si trova il giocatore e quello analogico dei giochi stampati, poi, sintetico nei videogiochi, si è evoluto seguendo la nozione e il potenziamento dell'INTERAZIONE tra i giocatori (Bittanti, 2002) e non solo per merito dell'evoluzione tecnologica.

È giusto premettere che i giochi di percorso, e inizialmente anche gli stessi videogame, sono stati analizzati rapportandoli ad alcune macro-categorie formalizzate alla metà del secolo scorso dallo studioso francese Roger Callois, e accumulati in maniera “mobile”, cioè trasversale, a seconda dei riferimenti via-via adottati: in ragione della rilevanza del racconto, per esempio, gli artefatti ludici possono appartenere alla simulazione o ai GIOCHI DI ASTRAZIONE; in base all'elemento casuale, ai GIOCHI DI FORTUNA o ai GIOCHI A INFORMAZIONE COMPLETA; in relazione alla scansione temporale, possono essere GIOCHI A MOSSE DISCRETE o GIOCHI A MOSSE CONTINUE⁶.

Questi tipi di suddivisioni sono le più elementari, essenziali, e traggono origine dagli elementi di base dei giochi di percorso più tradizionali e dalle loro infinite varianti, a loro volta legate al differente

⁶ Per una breve ricostruzione della teoria classificatoria di Roger Caillois si rimanda al paragrafo 1 di questo capitolo.

significato delle azioni implicate da una specifica scelta – cioè una mossa – del giocatore sul tavoliere: per esempio, rispondere a una domanda conoscitiva, valutare possibili strategie dipendenti dalle alternative che prendono vita da una determinata attività, ecc. Tralasciando di approfondire quest'argomento che richiederebbe una trattazione a parte e che esula dagli obiettivi di questo volume, è indubbio che i GPS richiedono ancor di più una suddivisione non uniforme che, se da un lato è molto farraginoso perché legata alla complessità e alla diversità dei loro aspetti (tecnici, situazionali e strutturali) che rendono impossibile la segmentazione univoca di un (video)gioco in una sola tipologia, dall'altro è invece agevole, dato che permette di trovare ai (video) giochi tassonomie via-via sempre diverse a seconda del punto di vista adottato per classificarli.

Nei giochi di percorso, per esempio, il progettista ha molti modi per rendere lo spazio ludico il più reale possibile in modo che il giocatore trovi divertimento nell'immergersi in una realtà simile alla sua, ma che riconosca anche come diametralmente opposta, artefatta, possibile. Sempre dalle parole di Bittanti sappiamo che «l'idea di includere lo spettatore nella rappresentazione, introducendolo a provare un'esperienza in grado di trascendere il mondo reale, è prerogativa di tutte le manifestazioni artistiche fin dagli albori dell'umanità [...] tuttavia è solo con l'avvento dei computer che quest'effetto ha raggiunto i risultati più significativi, permettendo l'inclusione "fisica" dell'utente, dotata della capacità di interagire con le immagini» (p. 28).

Questa immedesimazione del giocatore è il risultato più auspicabile dal progettista di serious (video)games attuali, ma lo era anche per giochi di percorso più tradizionali, come il Gioco dell'Oca (d'ora in poi GDO), quando il disegnatore-autore sapeva che una buona successione segmentata delle immagini, oltre a creare uno stato ludico di dipendenza dal reale, permetteva al giocatore di visualizzare l'intero ambito operativo entro cui stava giocando. Più lo spazio ludico era, ed è, accessibile, più era, ed è, appagante l'idea stessa della vittoria, della costruzione di ambienti condivisi e della narrazione.

Su questa linea e grazie alle tecnologie digitali che hanno aumentato la possibilità di rendere credibile lo spazio ludico in relazione

alla sua “capacità di ANTIEVASIONE” (McGonigal, 2011) – non sempre più attinente al reale ma più condivisibile e giocabile – si è andata strutturando la professione del SERIOUS GAME designer come progettista di giochi applicati, che oggi è in grado di sviluppare cornici protettive più definite o modificarne opportunamente altre già edite e crea «giochi antiescapisti, antievasione [...] che si fanno per ottenere di più dalla vita reale, al contrario dei giochi che si fanno per evaderne» (McGonigal, 2011, pos. 2624).

Ecco che una delle differenze principali tra la veste digitale e analogica dei GPS sembra allora centrarsi proprio nella natura virtuale dei tavolieri che non si basano più ed esclusivamente sull'elemento rappresentativo, tipico dei giochi a stampa, ma su quello simulativo. Questa specifica forma di linguaggio ha indubbiamente variato il sistema di valutazione dei tavolieri tradizionali rispetto a quelli digitali: i secondi vengono spesso considerati lo stravolgimento e il superamento dei primi. In realtà, quello che voglio evidenziare è che se considerati dal punto di vista della capacità di creare un mondo condivisibile, i tavolieri digitali hanno “semplicemente” cambiato linguaggio passando dal racconto per immagini, capaci di descrivere le caratteristiche di un oggetto (di un mondo, uno scenario, una ricostruzione storica), al racconto per forme simulate, che comprende, oltre alle caratteristiche fisiche di un oggetto, anche il suggerimento dei suoi possibili usi e comportamenti.

Questo passaggio non è stato indolore per la nostra cultura che, «abituata a comprendere e spiegare la realtà attraverso modelli rappresentativi, e in particolare attraverso quella forma di strutturazione delle rappresentazioni conosciuta come *narrazione*, fa fatica ad accettare l'idea che possano esistere dei modelli alternativi di descrizione e comprensione della realtà, come quelli offerti, appunto, dalla simulazione» (Pecchinenda, 2014, p. IX). A questo va aggiunta, cosa non scontata, la già accennata diffidenza verso la forsennata attività videoludica (su PC negli anni che vanno dal 1970 agli anni Novanta, e su HOME CONSOLE o smartphone oggi).

Partendo dal presupposto che la simulazione sia la realizzazione di uno spazio narrato che trova la sua credibilità nella realizzazione di

un TAVOLIERE coerente, sembra fin troppo evidente che i limiti imposti dall'uso dei materiali – prima dell'epoca digitale – abbiano fatto da cesura tra il limitato mondo della carta stampata e l'illimitato universo del mondo virtuale; ma anche che, a parità di coerenza progettuale dell'artefatto ludico, coincidano molti dei processi di ideazione e creazione di un GPS quando è risolto e coerente.

1. Una scelta di metodo

I giochi sono determinati dalla capacità che hanno di soddisfare particolari bisogni degli esseri umani e per questo assumono una funzione culturale che genera, a sua volta, effetti appartenenti sia alla sfera intellettuale che a quella sensibile ed emotiva dei singoli giocatori. L'evoluzione dell'*homo ludens*, il giocatore, è divenuta materia di studio approfondito grazie al primo approccio antropologico di epoca vittoriana e sistematizzato solo piuttosto recentemente con l'opera fondamentale di Johan Huizinga (1872-1945), il primo studioso del Novecento a proporre un tentativo di definizione del gioco come centro propulsore di tutte le attività umane e da cui si sviluppa la cultura nelle sue diverse forme: una cultura *sub specie ludi*⁷. Scriveva a riguardo: «non si tratta di domandare quale posto occupi il gioco fra i rimanenti fenomeni culturali, ma in quale misura la cultura stessa abbia carattere di gioco» (1939, p. XXXII, trad. it. 2002).

Per Huizinga, giocare è una naturale disposizione umana, un'attitudine talmente radicata nel modo di comportarsi degli uomini da

⁷ Huizinga non afferma solo che la cultura comprenda manifestazioni ludiche, ma che i caratteri stessi del gioco siano quelli della cultura e quindi che questa, sin dall'antichità, si sia manifestata e si manifesti come gioco. Ciò spiega anche l'approccio non catastrofico che Huizinga riconosce ad alcune degenerazioni ludiche che già a suo tempo erano evidenti: la ludicizzazione della società era per lui sinonimo di un ritorno alla naturalezza del genere umano, alla tradizione, ai buoni costumi e non all'esatto contrario come, invece, la visione apocalittica del gioco diffuso troppo spesso ancora oggi paventa. Il testo *Homo Ludens* con cui, in pratica, prese di petto la cultura del tempo proponendo una visione quasi "oltraggiosa" del gioco come costante dei comportamenti socio-culturali, è stato pubblicato per la prima volta ad Amsterdam nel 1939 e tradotto in Italia nel 1946 (nel 1973 e nel 2002 Einaudi ne ha proposto nuove edizioni).

rendere necessario intrecciare le vicende dell'homo faber (collegate alla sua capacità di costruire utensili in generale) a quelle dell'homo ludens (cioè alle sue invenzioni, alle idee, agli svariati modi che ha scelto per divertirsi) per sondare appieno i fondamenti di ogni cultura e dell'organizzazione sociale.

Pur con alcune lacune lo storico olandese resta il primo ad aver inteso il gioco in una maniera significativa e permeante e segna il passaggio dall'approccio empirico a quello metodologico e sperimentale sul mondo dei giochi.

Umberto Eco nel 2002 affronta alcune di queste lacune huizinghiane: la principale, quella di non aver fatto «una teoria del gioco ma una teoria del comportamento ludico» (1939, p. XVII, trad. it. 2002), scelta motivata, però, dal fatto che «mentre [Eco] auspica un'analisi del ludico come GAME, Huizinga pare propendere al PLAY, riproponendo il dualismo fra gli studiosi che puntano all'analisi formale dell'oggetto gioco e quelli che invece si concentrano sull'osservazione delle pratiche e dei soggetti» (Salvador, 2015, p. 23)⁸.

Per lo storico olandese, infatti, il gioco aveva una natura sua specifica, conchiusa, una sorta di luogo parallelo ove si realizzava per il giocatore un rito separato dalla realtà, simile a quello che accade ai mondi "altri" creati dal teatro: il cosiddetto CERCHIO MAGICO, concetto ripreso più e più volte dalla critica successiva e che ha sancito l'esistenza di una netta separazione tra l'attività non seria del gioco e quella seria della realtà. Oggi, grazie ai SERIOUS GAME questa chiave interpretativa si sta profondamente trasformando nella consapevolezza condivisa che la natura del gioco sia duplice, e cioè seria e non-seria insieme.

Dopo Johan Huizinga, è l'opera del sociologo francese Roger Caillois (1913-1978), di poco successiva, a inquadrare i giochi in specifiche categorie di riferimento e a teorizzarne una suddivisione evolutivista tramite quattro macro atteggiamenti estetico-funzionali: *Agon*, *Alea*, *Mimicry* e *Ilinx* cioè competizione, azzardo, finzione e rischio,

⁸ *Homo ludens oggi* è il titolo del saggio introduttivo al testo di Joan Huizinga scritto da Umberto Eco per l'edizione Einaudi del 2002.

suddivisi a loro volta in *paidia*, il gioco libero, improvvisato, spontaneo, e il *lusus* quello regolato, strutturato e che richiede sforzo e particolare abilità (1967, pp. 19-26, trad. it. 2004)⁹. In sostanza – e questo vale sia per Caillois che Huizinga – il gioco obbedisce all’esigenza primaria di distrazione, la *paidia* (oggi PLAYFULNESS), ma anche al gusto per la difficoltà, il *lusus* (oggi PLAYABILITY), e, nell’atto di tradurre questa complessa potenza primaria nel progetto di un oggetto-gioco, la creazione delle regole e dello strutturarsi al suo interno di leggi di organizzazione diventa l’elemento fondante del suo carattere.

I valori non sono affatto direttamente proporzionali (più le regole sono difficoltose, più il gioco avrà successo, per intenderci) ma spesso è l’esatto contrario. Separare la forma (nello specifico dei videogiochi s’intende la narrazione, la storia, l’impresa; mentre nei giochi analogici il tavoliere) dalla funzione, cioè il tema educativo-ricreativo cui la trama si riferisce, è rischioso e complesso perché entrambi tendono a sovrapporsi e a condizionarsi.

I tavolieri che analizzeremo a breve sono stati selezionati anche in base alla cosiddetta “Teoria allargata” di Caillois e cioè all’associazione che propone lo studioso delle quattro categorie tra di loro: non essendo possibile riscontrare i quattro differenti principi ludici sempre isolatamente (cioè «puri» come lui stesso li definisce) Caillois ne tenta una possibile associazione e la risolve in sei abbinamenti (*agon-alea*, *agon-mimicry*, *agon-ilinx*, *alea-mimicry*, *alea-ilinx* e *mimicry-ilinx*) che soddisfano, in pratica, tutti i caratteri possibili dei giochi (1967, p. 95, trad. it. 2004).

I GPS che ci interessano da vicino sono quelli che abbinano l’*Alea* alla *Mimicry*, cioè l’aspetto più direttamente collegato alla sorte e alla particolare ebbrezza che coglie il giocatore quando ne è favorito o

⁹ Nella categoria *Agon*, Callois riunisce i giochi caratterizzati dalla competizione, in *Alea* quelli qualificati dal caso, dalla fortuna e dall’azzardo in cui il giocatore si abbandona a una sorta di passività come durante la recita delle filastrocche per fare la conta, il gioco “testa o croce”, le lotterie, i giochi dei dadi, ecc. La categoria *Mimicry* racchiude i GIOCHI DI SIMULAZIONE, di finzione le bambole e i travestimenti. Infine, la categoria *Ilinx* è quella dei giochi di ricerca del rischio, del brivido come nel dondolarsi con l’altalena, girare sulle giostre, andare sulle montagne russe.

quando è perseguitato dalla sfortuna, accanto alla consapevolezza dell'abbandono alla finzione e all'imitazione che prova chi si lascia trasportare nel mondo del gioco. Aggiungo una terza possibilità, quella collegata all'*Agon* che nei giochi analizzati giustifica il lato competitivo e spettacolare dei tavolieri scelti.

Lo stesso Caillois, del resto, confessa che la “Teoria allargata”, per quanto quasi esaustiva, non possa escludere di principio combinazioni ternarie che «costituirebbero quasi sempre delle semplici giustapposizioni occasionali» (p. 89).

Proprio in questa occasionalità, o meglio, nella eccezionalità dei tavolieri selezionati (che sono unici sia obiettivamente per il tema narrato scelto, sia arbitrariamente per essere tavolieri “ibridi” come mi propongo di definirli) seguo le indicazioni dello studioso francese proponendo, appunto, una combinazione ternaria per cui, dato che ogni competizione è in se stessa uno spettacolo e che «la competizione e l'imitazione possono creare, e in effetti creano, forme di cultura alle quali è spesso riconosciuto un valore sia educativo che estetico [il teatro, n.d.a]» (p. 94), l'innegabile diversità della modalità di designazione del vincitore di un gioco di percorso tipo il GDO – cioè decise dal caso – e di un *SERIOUS GAME* – cioè decise dal giocatore stesso – non creano una cesura tra i due medium ma, in pratica, una connessione.

Vincere un gioco per le proprie abilità o a causa della sorte, cioè la messa in funzione di tutte le risorse personali che fa da contrasto al deliberato rifiuto di impiegarle, è visto come elemento che lega e non separa i due medium.

Questa unione si evidenzia perché in entrambi «il piacere nasce dal fatto di dover trarre il miglior partito possibile da una situazione che il giocatore non ha creato o da vicende che può dominare solo in parte. Il caso, la fortuna, rappresentano la resistenza opposta dalla natura, dal mondo esterno o dalla volontà degli dei alla forza, all'abilità o alla intelligenza del giocatore. Il gioco appare come l'immagine stessa della vita, ma come un'immagine fittizia, ideale, regolata, separata, limitata» (p. 93).

Il motore primo di entrambi i giochi, infatti, resta la partecipazione, la condivisione e una sorta di auto-miglioramento attivo degli idea-

li del giocatore che, come vedremo, è il sostegno allo sforzo bellico dell'Italia nella Prima Guerra Mondiale per il *Gioco dell'Aquila* e un atteggiamento più responsabile e sostenibile nei confronti del pianeta per il SERIOUS GAME dal titolo *World Without Oil*.

2. Tavolieri ibridi

I giochi da tavolo sono di origine antichissima: mettere su carta, o su un qualsiasi altro supporto orizzontale, uno schema su cui spostare delle pedine è tra le attività ludiche preferite dal genere umano e, ovviamente, la condizio-sine-qua-non di questa specifica categoria di giochi. Categoria molto vasta, c'è da ammetterlo, basti pensare che vi appartengono indistintamente il GDO, il *Backgammon* e gli scacchi, il *Monopoly*, il *Ramino*, il *Domino* e il *Trivial Pursuit*, giochi che per regole, numero dei partecipanti e difficoltà sono molto diversi tra loro.

La sostanziale differenza tra i giochi di percorso analogici e quelli digitali sta invece, e soprattutto, nel TAVOLIERE: la caratteristica generale dei giochi da tavolo, come scrive nel 1984 Giampaolo Dossena – tra i primi e più conosciuti esperti italiani di Storia dei giochi – è la necessità di utilizzare una superficie piana per giocare (un tavolo, una plancia, un tabellone, una parete, ecc.), mentre nei giochi di percorso il TAVOLIERE deve avere “qualcosa in più”, cioè deve rappresentare obbligatoriamente un tragitto da compiere, con un inizio e una fine stabilita, senza la necessità che questo sia anche una superficie piana.

Nei GPS, perciò, il TAVOLIERE è uno strumento necessario e non va confuso con il tavolo su cui il tavoliere, invece, può essere appoggiato.

In quest'analisi intendo significare il tavoliere in maniera “potenziata” rispetto alla tradizionale definizione di Dossena e pensarlo come un oggetto ibrido identificabile nell'idea stessa di percorso strutturato su specifiche regole e che trascende l'aspetto tradizionalmente fisico dei BOARDGAMES, dato che «nei videogame, il comportamento (degli oggetti) come qualunque cosa creata da un programma computerizzato è limitato soltanto all'immaginazione di chi li ha programmati.

Gli oggetti di un videogame in cui si gioca a flipper sono fatti di informazioni, non di metallo» (Pecchinenda, 2003, p. 89). La fisicità del tavoliere, infatti, se unisce i giochi da tavolo con quelli di simulazione, crea invece una cesura tra i giochi pre e post digitali: è indiscutibile che i videogiochi non abbiano una veste fisica (sempre che non si voglia pensare che lo schermo del televisore o del PC equivalga a un tavoliere, o che questo sia identificabile nella forma fisica delle HOME CONSOLE o i tradizionali ARCADE) ma è altresì evidente che alcuni esemplari di SERIOUS GAME siano costruiti come un gioco di percorso simulato, solo che questo avviene su un TAVOLIERE ibrido in cui le componenti simboliche trascendono la necessità di progettare un'immagine affiancata da un testo esplicativo da inserire in uno specifico format e/o supporto, tipica dei BOARDGAMES tradizionali¹⁰.

Un tipico TAVOLIERE di un GPS analogico è quello del *Gioco dell'Aquila* (d'ora in avanti GDA), uno degli esemplari più conosciuti di Gioco dell'Oca di produzione italiana degli inizi del secolo scorso, edito a Milano nel 1917 dalle Arti Grafiche Varesine e promosso dalla Pubblica Assistenza milanese (fig. 1).

Il GDA era rivolto alle famiglie e ai bambini italiani perché contribuissero alla causa bellica contro l'Austria donando denaro; leggiamo nell'incipit del componimento in copertina: «Qui non s'intende l'aquila che, con superba penna, sale fin quasi al sole, ma l'aquila di Vienna» cioè il simbolo dell'Impero Austro-Ungarico contro cui l'Italia era scesa in guerra nel maggio del 1915. In un contesto di difficoltà militare ed economica, il Ministero del Tesoro italiano aveva scelto il gioco come mezzo di propaganda: per i più piccoli come forma di educazione visiva e culturale, per i più grandi come messaggio subliminale e coercitivo.

In genere i GDO, molto più di tutti gli altri artefatti ludici, hanno soddisfatto il bisogno di ottenere l'appoggio dei giocatori alle varie attività sociali (belliche, economiche, ecc.) e, infatti, proprio nel periodo a cavallo tra il XIX e il XX secolo, i tavolieri dei GIOCHI DI PERCORSO

¹⁰ Una storia dettagliata sull'evoluzione delle prime HOME CONSOLE e dei giochi ARCADE, è in Pellittieri, Salvador (2014) e Pecchinenda (2010).

cambiano completamente il loro linguaggio segnico: non più tavole sontuose di celebrazione dei fasti delle nazioni, tipiche del periodo napoleonico e ottocentesco, e neanche giochi aggraziati con caselle delicatamente raffigurate come quelli più popolari, ma tavole in cui l'urgenza di una verosimiglianza degli scenari (realistici e metaforici) diventa impellente e consapevole a partire dagli autori stessi.

I contenuti visuali si trasformano da vocabolario di immagini prese "a uso e consumo" per raccontare un tema, tipico delle tavole sette-ottocentesche a un sistema di comunicazione specifico.

Nei primi tre decenni del Novecento, per esempio, sarà il fascismo a sfruttare l'attrattiva propria dei GDO di proporre cornici narrative credibili e coinvolgenti, incentivando una produzione di tavole violente e tragiche tessute di un continuo rimando all'ideologia tramite un utilizzo inesauribile di immagini del duce, delle imprese del Ventennio, dell'eroe-balilla, della figura del milite indomito. Ma se è vero che dal 1910 in poi queste tavole vengono realizzate in numero sempre maggiore, è anche vero che i messaggi di propaganda quasi mai si sono miscelati a un sistema calibrato e coerente: si conoscono numerosissimi esemplari di GDO d'indubbio valore espressivo in cui, a volte in maniera molto evidente altre poco più che sommersa, gli ideali e i motti politici fascisti prendono così campo da rendere ridicolo il semplice pensiero che sopra quei tavolieri si potesse giocare.

Per l'esatto opposto, il GDA è uno straordinario esempio di un GDO che miscela il tema di una propaganda politica tout court (diretta, violenta, aggressiva) alla straordinaria forza di un messaggio di civiltà in un impianto ludico molto ben calibrato sia dal punto di vista grafico che concettuale, con un alto grado di simulazione, che possiamo già considerare in qualche modo "applicata" e ottenuta nella serrata sequenza delle immagini riportate nelle caselle poi corredate da un breve componimento scritto.

Nei giochi analogici, infatti, al contrario di quelli digitali, è stato necessario «istituire un sistema di apprendimento che guidi il giocatore a conoscere e attribuire il corretto significato ai segni, così che si trasformino da possibile elemento di ostacolo alla comprensione, a facilitatore» (Mariani, 2014, p. 249) e che questo avvenga prima che

lo stesso inizi a giocare; nella pratica, tale necessità si è risolta presentando gli elementi grafici a supporto di quelli testuali.

A suo confronto, per la categoria di videogiochi prendiamo come esempio *Word Without Oil* (d'ora in avanti wwo)¹¹, un esempio di MMORPG di ultimissima generazione in cui, come nella maggioranza dei prodotti ludici digitali, è stato possibile privilegiare l'uso del linguaggio visivo piuttosto che quello testuale grazie ai sistemi di FEEDBACK legati all'INTERAZIONE tra il giocatore e il gioco stesso: le regole di wwo, per esempio, vengono suggerite al giocatore durante il GAMEPLAY e non tramite un sistema di apprendimento acquisito prima di giocare come per il GDA¹². Pensiamo alla carta su cui erano stampati i giochi tradizionali e a quanto le dimensioni pressoché obbligate del TAVOLIERE abbiano determinato scelte grafiche piuttosto rigide anche in relazione alla trasmissione delle regole (all'interno del singolo foglio del GDA dovevano stare il percorso e le regole) e pensiamo, invece, alla libertà dimensionale che permettono i sistemi digitali su cui è pensato wwo.

Progettato da un numeroso team di progettisti – lo scrittore/game designer Ken Eklund, Dee Cook, Marie Lamb, Michelle Senderhauf, Krystyn Wells con a capo la designer americana Jane McGonigal – wwo è un esempio vincente di ARG¹³. La sua complicata definizione (è un SERIOUS GAME del genere MMORPG che combina elementi dei giochi di ARG cioè di ALTERNATE REALITY GAME) si semplifica nella descrizione del suo sistema: è una sorta di narrazione open-source, realizzata da

¹¹ Per le immagini del videogioco si rimanda alla pagina ufficiale www.worldwithoutoil.org.

¹² Il GAMEPLAY è un concetto piuttosto ampio, traducibile con l'intensità d'interazione che si stabilisce tra il giocatore e il gioco, cioè con le sue meccaniche, gli obiettivi e la trama. Non va confuso con la PLAYABILITY che si riferisce, invece, alla "giocabilità". Insieme alla trama e alla grafica, il GAMEPLAY è la parte costituente del sistema di un videogioco. Cfr. Bertolo, Mariani (2014).

¹³ Jane McGonigal, classe 1977, è tra le maggiori studiose e progettiste di ALTERNATE REALITY GAME: ha insegnato Game design al San Francisco Art Institute e alla University of California, Berkeley. Nel 2008 è diventata Director of Game Research & Development presso l'Institute for the Future di Palo Alto in California e, nel 2012, Chief Creative Officer del SuperBetter Labs (lo studio di design attualmente tra i più innovativi nello sviluppo di giochi basati sulla scienza del benessere personale e sociale). Jane McGonigal verrà spesso citata nel testo per *La realtà in gioco*, scritto nel 2011, e per aver sviluppato dal 2006 a oggi numerosi giochi di MMORPG.

migliaia di giocatori che hanno cooperato a risolvere un'immaginaria crisi petrolifera mondiale. Alla partita-esperimento iniziata il 30 aprile e conclusa l'1 giugno 2007, dopo trentadue giorni di countdown pubblico iniziato dall'annuncio dato il 2 marzo sul web, hanno giocato online più di 1.900 persone sparse in tutto il mondo e la relativa pagina web ha avuto più di 60.000 visitatori. Il gioco preannunciava un presunto shock petrolifero, presentava le condizioni generali della crisi conseguente all'improvvisa penuria di petrolio e invitava i giocatori a immaginare di documentare le loro vite in quella condizione di necessità: si chiedeva loro di descrivere la crisi in cui ognuno di essi si sarebbe trovato e di lavorare insieme agli altri per escogitare modi semplici e pratici per adattarsi.

Il *GIOCARE SERIAMENTE* di WWO ha mirato ad applicare l'intelligenza collettiva dei giocatori immaginando il problema in anticipo e, affrontato nella realtà ludica del "come se", a creare dei records da condividere tra gli educatori, i *policy makers* e le persone comuni per anticipare il futuro e aiutare a prevenire i suoi peggiori effetti. Al di là dai reali risultati ottenuti (esiste una nutrita schiera di sostenitori del gioco che ne hanno sottolineato la capacità educativa generata nei giocatori in termini di maggior coscienza e sostenibilità ambientale, accanto a un minoranza di detrattori che evidenziano, invece, il dominio di pochi giocatori su tutti gli altri verso una determinata e preordinata conclusione del gioco), le possibilità della narrazione digitale di WWO hanno inciso profondamente sulla sua capacità d'INTERAZIONE e aperto la strada al progetto di altri giochi simili: svincolato il percorso dal *TAVOLIERE* analogico, in WWO sono state liberate a dismisura le possibilità di potenziarne l'esperienza applicata e l'accessibilità, fino a renderle possibile (come la stessa acquisizione delle regole) solo tramite la collaborazione degli stessi giocatori durante il *GAMEPLAY*; i giocatori, infatti, hanno unito alla narrativa ufficiale del gioco molte delle loro storie coinvolgenti e delle loro idee inaspettate tramite l'invio di sms, video, immagini, messaggi vocali ed e-mail a un apposito blog pubblico, il tutto pubblicato e commentato quotidianamente online.

Per confrontare due oggetti ludici così differenti tra loro come il *GDO* e *WWO*, bisogna fare una premessa riguardo al metodo di analisi scelto

che fa riferimento al recentissimo lavoro di Walter Nuccio, ingegnere informatico e appassionato progettista di giochi di carte. Egli ha recentemente pubblicato un'approfondita analisi sulla progettazione dei giochi da tavolo intesi come sistemi integrati, molto simili a quelli considerati per progettare i videogiochi. Confrontando le sue teorie con le modalità progettuali più tradizionali dei GIOCHI DI SIMULAZIONE, si possono evidenziare alcuni fattori comuni ai giochi e ai videogiochi: possono essere divisi in *funzionali* – a loro volta suddivisi in risorse (gli elementi/oggetti che il giocatore utilizza per ottenere un risultato o effetto) e meccanica di gioco (una o più regole che indicano le modalità per giocare e ciò che ne consegue) – e *formali* – che a loro volta comprendono la struttura (che raccoglie i due elementi sopra citati in una specifica grafica coerente), le dinamiche e gli automatismi di gioco (Nuccio, 2016, p. 25).

Gli aspetti funzionali sono chiamati comunemente il GAME del gioco, cioè l'artefatto vero e proprio progettato dal designer, quelli formali originano invece il PLAY cioè l'esperienza che si auspica vivere dai giocatori giocando (Bertolo, Mariani, 2014, p. 22)¹⁴.

Sulle costanti progettuali, Walter Nuccio aggiunge: «il gioco può essere prima scomposto nei suoi *elementi* fondamentali e poi osservato da diversi punti di vista, o *dimensioni*, ciascuna delle quali prende in esame un singolo aspetto di interesse [...]. All'interno di ciascuna dimensione si colloca una serie di concetti di Game design. Alcuni di essi sono alla base di altrettanti *principi* generali di progettazione. Altri sono espressi sotto forma di *tecniche* di design: una tecnica descrive una soluzione a uno specifico problema di progettazione in una forma molto sintetica. Altri ancora si prestano maggiormente a una descrizione dettagliata sotto forma di design PATTERN [...]. Un design pattern è, in sintesi, un elemento ricorrente o un'idea di progettazione che è possibile riconoscere in molti dei giochi più diffusi, seppure in una molteplicità di accezioni o interpretazioni differenti» (Nuccio, 2015, p. 14). Sugli aspetti collegati ai principi, troviamo un primo punto di congiun-

¹⁴ Walter Nuccio ha partecipato nel 2011 al concorso *Gioco Inedito* nell'ambito di Lucca Comics & Games, classificandosi tra i finalisti come autore del gioco di carte *Evolution*; oggi collabora con la rivista *La parola al Designer* disponibile online su www.gioconauta.it.

zione tra il GDA e WWO: abbiamo detto che entrambi appartengono alla categoria dei GIOCHI DI SIMULAZIONE, considerata applicata nella direzione del profondo coinvolgimento sociale che entrambi i giochi richiedono ai loro giocatori. La tragicità dei temi trattati, la guerra per GDA e la crisi petrolifera mondiale per WWO, è risolta con la medesima scelta, molto consueta nella storia degli WARGAMES, di una grafica essenziale o che il giocatore riconosca tale, che solleciti un'esperienza consapevole e condivisa, ma non scioccante, del problema presentato.

È importante specificare che non tutti i giochi che simulano attività belliche o catastrofiche sono da considerarsi WARGAMES: esiste una sostanziale differenza tra un qualsiasi GIOCO DI SIMULAZIONE tematizzato con ricostruzioni legate all'attività bellica (SIMULATION GAME) e i reali WARGAMES, per i quali le regole, le tattiche e la simulazione stessa, seguono una prassi specifica. Un WARGAMES ha una meccanica di gioco rigida: l'elemento casuale è pressoché assente e più che altro legato all'aspetto statistico, le regole sono tanto più complesse quanto più la ricostruzione storica è realistica, il tempo di gioco è tra i più lunghi della grande famiglia dei (video)giochi¹⁵. Un GIOCO DI SIMULAZIONE a tema bellico, invece, mantiene regole e meccaniche diverse di WARGAMES e crea la competizione tra i giocatori tramite lo scenario simulato che ricostruisce una battaglia dettagliatamente o puramente inventata: è, perciò, una simulazione “di guerra” il *Gioco dell'Aquila* e una simulazione “di una catastrofe” *World Without Oil*.

In questa direzione, le cornici narrative dei GPS di maggior successo sono cambiate nel corso dei secoli in maniera coerente e sempre verso un coinvolgimento attivo del giocatore ma dichiaratamente distaccato. Non è un caso, infatti, che alcuni attuali WARGAMES molto realistici e che presentano la morte inflitta gratuitamente come tema dominante, abbiano indignato a tal punto l'opinione pubblica da esserne stato richiesto più volte il ritiro dal mercato.

La maggior parte dei videogiochi di guerra nell'ultimo decennio, da *MITank* a *Platoon 2*, da *Call of Duty* o *God of War* ai vari episodi di

¹⁵ Cfr. Caillois, 1967, p. 244 (ed. consultata 2004).

Medal of Honor non approfondiscono che poco le tematiche catartiche collegate al tema del conflitto, non fanno “fare esperienza” ludica di questa paura ancestrale del genere umano ma raccontano di persone che combattono inseguendo obiettivi poco nobili da perseguire con un fucile in braccio. Questo è il lato più oscuro dei WARGAMES e, in generale, di molti di quei videogiochi che hanno contribuito alla diffusione del *moral panic* che Wark McKenzie circoscrive in un generale effetto nocivo riconosciuto al trasferimento della violenza dallo schermo alla realtà, alla propaganda che può scaturirne e alla confusione inestricabile tra virtuale e reale che ha diffuso l’idea di un genere umano che uccide senza toccare con mano, senza una presa di coscienza delle devastazioni che genera e lo fa tramite un aberrante FUN (Work, 1994, p. 71).

Ben altra cosa è l’apporto didattico e formativo con cui alcuni giochi bellici hanno significato il cammino della cultura umana, almeno fino agli ultimi decenni del secolo scorso quando attraverso un dispendio inesausto d’immagini e ambientazioni hanno contribuito a diffondere il senso di patriottismo, di nazione, di sacrificio rivelandosi pregevoli esempi di quella cultura progettuale che ha contraddistinto il passaggio dalla funzione civilizzatrice dei giochi a quella distruttrice e ossessiva di alcuni attuali WARGAMES.

I giochi di simulazione bellica, fin quando hanno mantenuto la veste fisica e bidimensionale come GDA, hanno vissuto di un distaccato realismo che li rendeva meno spaventosi – al contempo più condivisibili – e tra i più conosciuti e amati dal pubblico. In questo senso anche wwo è progettato sulle basi della tradizionale simulazione applicata piuttosto che sul FUN estremo: la verosimiglianza e l’utilizzo d’immagini troppo realistiche non sono stati così indispensabili al gioco, infatti non è la potenza del verosimile ma la credibilità della simulazione a trascinare il giocatore in un’esperienza interattiva. wwo utilizza una grafica essenziale che paragonata a quella di *Halo3*, altro famosissimo videogioco sempre edito nel 2007, sembra di vent’anni precedente.

In realtà, la scelta dei grafici di wwo è stata volutamente essenziale: la schermata del gioco ricorda quella dei format dei siti web più conosciuti e dei programmi di scrittura più comuni (logo semplice in alto a sinistra, informazioni di base poste sulla barra in alto, layout da pagina

da quotidiano on line, ecc.). WWO e il GDA risolvono i temi della simulazione applicata per l'immagine distaccata che garantisce al giocatore una distanza "di sicurezza emotiva" dalla realtà presentata, e insieme la possibilità di una condivisione senza imbarazzi del tema trattato con gli altri giocatori¹⁶.

L'INTERAZIONE, invece, cioè «l'influenza che ciascun giocatore esercita sugli altri partecipanti attraverso le proprie scelte» (Nuccio, 2014, p. 143) porrebbe i due giochi agli antipodi: il GDA, se riferito alla classificazione dei GDO, è un "gioco solitario di gruppo" dove l'unico elemento di condivisione tra i giocatori è la competizione per arrivare alla vittoria e dove «ciascun partecipante persegue i propri obiettivi senza minimamente influenzare gli altri o essere a sua volta influenzato da essi» (p. 143). WWO, invece, crea una rete di dipendenze tra le azioni e le scelte dei vari giocatori che sono *attivi* e possono impattare con le proprie scelte sullo svolgimento del gioco stesso.

Ma, se «per sperimentare un significato *reale* e provare sensazioni *significative*, non è sempre indispensabile contribuire a qualcosa di *reale* e *fisico/tangibile*», come sostiene Ilaria Mariani, allora anche il GDA, con il SUO AMBIENTE EPICO realistico e memorabile, invita a un'esperienza condivisa e a sentirsi parte di qualcosa di straordinario.

Il suo coinvolgimento è goduto dai giocatori nell'idea del PEOPLE FUN, il divertimento sociale e cooperativo, condiviso nella stessa idea di portare a conclusione il gioco leggendo, decodificando e condividendo le scelte iconografiche del TAVOLIERE e i suoi straordinari contenuti. Questa condivisione, che è di ideali piuttosto che di obiettivi, equivale al senso di appartenenza a un gruppo e alla partecipazione «che per vastità e livelli di interazione e cooperazione spingono il giocatore a sentirsi parte di qualcosa di straordinario, in cui ciascuno riveste un ruolo, che, seppur piccolo, è significativo e indispensabile» nei contesti virtuali dei videogiochi (Bertolo, Mariani, 2014, p. 45).

¹⁶ Per gli elementi di base di un gioco di simulazione a tema bellico, si possono consultare le voci *death, life, kills* in Thomas, Orland, Steinberg, 2007 (disponibile anche on line su: <http://www.gamestyleguide.com>) oltre che nel già citato Nuccio, 2014.

3. Il Gioco dell'Oca come archetipo

Nel periodo che va dalla fine del XVIII alla prima metà del XX secolo viene codificato in Europa un modello grafico per i GPS, soprattutto per gli esemplari destinati al mercato popolare. Il modello era il risultato dall'accordo di più elementi, tradizionali e non: in primis, la consuetudine di utilizzare un percorso a forma spiroidale e labirintica, molto simile a quello adottato per i GDO, poi la necessità di inserire in un unico foglio un tragitto, le istruzioni e, a volte, anche le pedine, infine i limiti imposti dalle nuove tecniche di stampa che richiedevano l'uso di metodi e materiali specifici da contenere in specifiche dimensioni¹⁷.

Per “modello” intendo una struttura archetipica di un percorso figurato: una successione di caselle che si avvolgono in differenti maniere (ad anello chiuso, spiraliformi, bustrofediche, ecc.) su cui sono riportati un numero e una figura (in alcuni casi affiancati anche da un breve componimento scritto) che procedono dall'esterno verso l'interno del tavoliere, immerse in uno scenario rappresentativo che crea una CORNICE NARRATIVA dove il tema presentato diventa possibile.

In generale, al mondo simulato di questi giochi, oltre alle caselle appartenevano due micro-mondi tenuti fuori dal percorso di gioco: una casella “avamposto”, ufficiosamente chiamata *numero 0* (vi si mettono le pedine e si paga la posta prima di iniziare a giocare) e la meta del gioco, il vero premio della partita, una pseudo-casella finale¹⁸.

Questi due micro-mondi sono fondamentali al raggiungimento della simulazione tipica dei GPS perché contribuiscono in maniera determinante a rappresentare la cornice narrativa: creano i limiti del tragitto, potenziano la loro credibilità, codificano il mondo possibile in cui il gioco s'immerge. La fortuna di questo tipo di modello si deve

¹⁷ I dati sono desunti dal lavoro di tesi della stessa autrice sulla collezione di giochi di percorso appartenente all'antiquario Paolo Castellani di Cortona. Sono state consultate altresì collezioni di giochi a stampa presenti online, in particolar modo si veda <http://www.giochi-delloca.it>.

¹⁸ Per un'estesa trattazione sulle regole e la struttura dei Giochi dell'Oca, si rimanda al testo di Silvia Mascheroni e Bianca Tinti (1981).

soprattutto all'archetipo ben definito e di semplice comprensione del GDO che, in cinque secoli di storia, ha ammesso un numero ristrettissimo di varianti funzionali (cioè in relazione alla meccanica, alle risorse ma soprattutto alle regole) accanto ad un mutare continuo, invece, dei temi formali adottati per la simulazione della cornice narrata (Dossena, 1984)¹⁹. Per questo ho scelto di considerare il GDO come archetipo da cui far derivare poi il modello dei GPS cui mi riferisco e che, in pratica, diventa esso stesso l'esempio di tutte le varianti apportate ai GDO.

Andiamo per gradi e partiamo da questi: in relazione alle categorie teorizzate da Caillois, la classificazione condivisa dagli studiosi del mondo ludico sul GDO lo riconduce a essere "di percorso, di simulazione e di pura fortuna". È stato, però, ed è molto improbabile riuscire a dare una ripartizione soddisfacente che consideri l'intera categoria di questi giochi: la loro natura multiforme, acquisita dalle numerose varianti che dello stesso gioco sono state fatte dai giocatori o dai progettisti-stampatori nel passare dei secoli (nel numero delle caselle, per esempio, che variano da 63 a 90, o nella forma del TAVOLIERE che da spirale concentrica può anche essere anche un percorso "sciolto" nello spazio del foglio), ci mostra che racchiudere i GDO in una definizione di base collegata alla specificità del percorso è insoddisfacente perché richiederebbe comunque un'apertura continua alle varianti, spesso necessarie anche per considerare un unico esemplare diverso e per un'unica piccola variante.

Questo tipo d'analisi è insidiosa di per sé perché stabilire delle categorie che vadano più nello specifico della natura del GDO di quelle stabilite da Caillois, se da un lato permetterebbe di raccogliere molti giochi tra di loro tramite le evidenti affinità che hanno, dall'altro escluderebbe tutti quelli elementi a esse non ricollegabili, anche se parzial-

¹⁹ Anche se la prima menzione di un gioco simile a quello dell'Oca risale ai tempi di Euripide, che ricorda come Palamede avesse inventato un gioco a forma circolare per far svagare i suoi compagni d'armi nelle pause delle battaglie durante l'assedio di Troia, ufficialmente il *Nuovo e molto dilettevole giuoco dell'Oca* apparve per la prima volta intorno al 1580, all'epoca della corte di Francesco I De' Medici. Sembra che un ignoto fiorentino, per conto dello stesso Francesco I, appassionato di numerologia, ne disegnò una bellissima edizione poi regalata dal principe toscano al re Filippo II di Spagna. Cit. in G. Dossena, *I giochi da tavolo*, tav. 22.

mente. E se pensiamo alle numerosissime forme in cui il GDO è stato tramandato, che sono state spesso analoghe ma quasi mai identiche, è chiaro che un'indagine che vada a concentrarsi in categorie piuttosto che a legare per il significato della cornice narrata – come adottato in questo testo – possa diventare rischiosamente lacunosa. Per questo mi riallaccio solo brevemente alle suddivisioni di base di Caillois applicate dalla letteratura e dalle comunità stesse dei giocatori, pur sapendo che qualche termine rimarrà comunque fuori dalla trattazione.

Come detto, il principio progettuale ricorrente (il *PATTERN* di Walter Nuccio) legato alla rappresentazione divide i giochi di percorso in due grandi gruppi essenziali: da una parte quelli di simulazione che favoriscono la finzione tramite aspetti di vita e del mondo reale più o meno semplificati e, dall'altra, i GIOCHI DI ASTRAZIONE che non rappresentano alcuna situazione reale o che alludono alla realtà solo molto vagamente. Il GDO, così come l'antico gioco delle Serpi e delle Scale, il GDA o altri del genere che prevedono l'uso di un TAVOLIERE realistico, sono giochi di simulazione; mentre gli scacchi, la dama o il più recente *Quarto!*, che hanno un tavoliere geometrico, appartengono alla categoria dei giochi astratti.

Questa diversificazione non si basa sulla maggiore o minore capacità dei tavolieri di far entrare il giocatore in un mondo immaginario in relazione al suo realismo, ma al tipo di linguaggio figurativo adottato per realizzarlo. Anche giocando a dama, infatti, il giocatore può facilmente immaginare di essere immerso in scene di castelli e cavalieri che si affrontano a suon di tornei e sconfitte. Tale capacità, quella di portare il giocatore in un mondo "altro" da quello reale, è tipica dei giochi in genere e non dipende dal tipo di raffigurazione adottato. In questo specifico caso, quando si parla di GIOCHI DI SIMULAZIONE O GIOCHI DI ASTRAZIONE ci si riferisce esclusivamente al linguaggio figurativo scelto per articolare il percorso di gioco: realistico o geometrico-matematico.

Un secondo principio suddivide i giochi di percorso in ragione della rilevanza dell'elemento casuale e della fortuna nelle sue dinamiche. Nei GIOCHI A INFORMAZIONE COMPLETA la fortuna è del tutto assente: una buona parte dei GIOCHI DI ASTRAZIONE, la dama e gli scacchi per esempio, hanno questo requisito come anche i WARGAMES che sono

progettati in base a una meccanica completamente deterministica. In ogni momento la situazione di gioco dipende esclusivamente dalle scelte via-via operate dai giocatori in base alle regole, e che hanno, quindi, tutte le informazioni necessarie per prevedere le conseguenze di tali scelte.

All'estremo opposto vi sono i GIOCHI DI FORTUNA (o di *Alea*, dalla suddivisione di Roger Caillois) in cui il giocatore non ha la possibilità di eseguire una scelta strategica. Si tratta normalmente di giochi che seguono regole più semplici, come appunto il GDO: dipendono dal caso e dal motore aleatorio dei dadi o di qualsiasi altro oggetto venga "lanciato" o usato per decidere i movimenti delle pedine-giocatori sul tavoliere.

Sul TAVOLIERE del GDO è disegnato un percorso che si avvolge in una spirale di 63 caselle numerate a partire dall'esterno verso l'interno: su ogni casella compare normalmente un numero e una figura, i giocatori sono rappresentati da un segnaposto scelto a inizio partita e che non ha nessuna rilevanza sul gioco tranne che segnalare l'avanzamento di ogni singolo giocatore nel tavoliere; tale avanzamento avviene tramite il lancio di due dadi che fanno procedere ogni segnaposto tante caselle quante indicate dalla somma del punteggio ottenuto con il lancio. Non c'è limite al numero dei partecipanti al gioco e vince chi arriva per primo alla casella numero 63, oltre la quale c'è il *Giardino* dell'Oca, la vera e propria meta del gioco.

Il percorso del GDO ha regole, ostacoli e premi ben stabiliti che sono rimasti invariati nel corso dei secoli: alcune caselle hanno particolari conseguenze nelle attività di gioco come, per esempio, le quattordici caselle "premio" in cui sono raffigurate le oche che permettono al giocatore di tirare di nuovo i dadi. Queste sono distribuite sul percorso ogni cinque e quattro caselle, a partire dalla numero 5 e numero 9 (seguono, perciò, i numeri 14, 18, 23, 27, 32, 36, 41, 45, 50, 54, 59 e 63). Chi si ferma sopra una di queste caselle spicca un balzo in avanti, raddoppiando il punteggio che ha ottenuto con il lancio dei dadi. Per rendere il percorso più complesso vicino alle caselle con l'oca se ne trovano altre speciali che rappresentano gli ostacoli e le difficoltà del gioco: la casella numero 6 è il *ponte*, la 19 la *locanda*, la 31 il *pozzo*,

la 42 è la casella del *labirinto*, la 52 è la *prigione* e infine la casella 58 è la *morte*²⁰.

Le due “caselle-non-caselle”, l’avamposto numero 0 e il Giardino dell’Oca alla 64, sembrano non avere né spazio né tempo né funzione nel TAVOLIERE ma da esse invece si deve assolutamente partire, e arrivare, per completare il gioco: la numero 0 è come una porta aperta sulla dimensione “altra” del gioco, mentre l’ultima, la 64, è paragonabile all’infinito, simbolo del paradiso e del cosmo intero, di cui il Giardino dell’Oca diventa il centro. Se con l’ultimo tiro il giocatore non arriva precisamente sull’ultima casella 63, deve tornare indietro sulla spirale di quanti punti sono avanzati nell’attesa di riuscire ad ottenere il numero esatto di punti con il tiro seguente. Se nell’atto di tornare indietro con il segnalino, dopo un tiro simile, il giocatore cade su una casella con disegno dell’oca, dovrà ulteriormente retrocedere del punteggio uscito con l’ultimo tiro di dadi. Se arriva in una delle caselle contrassegnate con i dadi (per esempio la casella 26), può ritirare nuovamente e continuare il gioco. Per quanto riguarda la posizione degli ostacoli, anche questi come le oche, sono situati lungo il percorso tramite una progressione calcolata: gli intervalli tra ponte e locanda, tra locanda e pozzo, tra pozzo e labirinto, tra labirinto e prigione sono, infatti, rispettivamente ogni 13, 12, 11 e 10 caselle.

La trasmissione di queste semplici regole ha avuto vicende alterne nel corso dei secoli: nei giochi antichi le regole non erano mai scritte ma spiegate dalle caselle parlanti, quelle con le raffigurazioni e le scritte che molto stringatamente, ma con altrettanta chiarezza, indicavano al giocatore cosa fare su ogni singola casella. L’assenza di regole scritte e l’adozione di caselle dallo stesso significato simbolico indica che la conoscenza del gioco veniva tramandata da giocatore a giocatore, soprattutto alla luce del fatto che i giocatori non erano molti. Solo

²⁰ Riporto di seguito le risorse di gioco in relazione alle caselle-fisse del GDO: *ponte* (si paga la posta convenuta a inizio gioco, si raddoppia il punteggio e si va alla casella 12); *locanda* (si versa nel piatto la posta convenuta e si sta fermi tre giri); *pozzo* (si rimane fermi finché non capita un altro giocatore che prende il nostro posto); *labirinto* (con scritto: paga la posta e torna alla casella 39); *prigione* (vale come per la 31, si rimane fermi e si aspetta); *morte* (qui si paga la posta e si ritorna alla casella 1, e si ricomincia daccapo il gioco).

successivamente le regole sono state scritte direttamente sul TAVOLIERE e, con il nome di “Dichiarazione”, spiegavano esattamente al giocatore come doveva comportarsi di casella in casella. In alcuni esemplari di GDO realizzati dalla fine dell’Ottocento in poi, notiamo che le regole scompaiono di nuovo: ciò è dovuto sicuramente alla diffusione del gioco a un pubblico assai più vasto per il quale non si reputava più necessario dover “spiegare” il gioco di volta in volta, poiché ognuno conosceva ormai a memoria il significato delle caselle (in pratica come noi ora siamo soliti fare con le carte da gioco: sappiamo tutti, per esempio, quando vale un fante di cuori).

Proprio a questa maggior diffusione del GDO, dobbiamo la presenza di alcuni esemplari che contano spirali molto più lunghe e che arrivano sino a 90 caselle: sicuramente è stata l’influenza del lotto e della tombola che ha spinto ad “allungare” anche il percorso dei GDO.

Alcuni storici dei giochi hanno ipotizzato che il GDO altro non sia che una forma semplificata di labirinto e che le oche, poste ogni 9 caselle del percorso, facciano riferimento all’antica leggenda che raccontava che ogni nove anni Minosse si facesse istruire da Zeus recandosi sul monte Juktas, ritenuto per secoli la tomba del dio. Questa teoria non è certo da prendere disinvoltamente poiché in effetti la casella 42 dedicata al labirinto, che è stata oggetto di interessanti ragionamenti, ci porta direttamente all’origine antichissima del GDO che, ben inteso, già soltanto nella scelta degli ostacoli non è assolutamente innocente: il passaggio del ponte, il riposo alla locanda, la rinascita del pozzo, la difesa del labirinto, il segreto della prigione, la rigenerazione della morte corrispondono alle nozioni essenziali in un viaggio iniziatico.

Analizzando il significato delle caselle fisse degli ostacoli in questa ottica cioè di riconoscerci il simbolo di una strada, un percorso che la pedina deve percorrere, è facile notare che trovarsi davanti un ponte o una locanda, così come una prigione o la morte stessa, non è una cosa così sorprendente in un viaggio. Nello stesso concetto astratto che abbiamo di strada, infatti, concepiamo tranquillamente che sia possibile incontrare a un certo punto un ponte da oltrepassare, una locanda in cui potersi fermare, una prigione che potrebbe vederci trattenuti per qualche infrazione compiuta o la morte dovuta a qualche grave accidente.

Il labirinto, al contrario, è un'immagine molto inconsueta come tappa di un percorso: una casella quasi "esotica" che si allaccia a tradizioni ben più erudite di quella popolare italiana. La risposta potrebbe arrivare dalla paternità fiorentina che la maggior parte degli studiosi riconoscono al GDO e anche all'illuminata reggenza di Lorenzo il Magnifico.

Sappiamo, infatti, che Lorenzo il Magnifico aveva accolto favorevolmente alla sua corte un gran numero di eruditi greci, fuggiti a partire dal 1453 da Costantinopoli e da Atene a causa delle invasioni turche. Questi studiosi portarono con loro vecchi testi e pergamene greche che andarono ad arricchire le biblioteche medicee e che furono successivamente tradotti, insieme ad altri testi greci e latini, alla luce della riscoperta del mondo classico che tanto incoraggiò gli studi e le scoperte del XVII secolo²¹. Nulla vieta di pensare che l'antica figura labirintica, di origine cretese e tanto amata dai greci, sia stata anch'essa interessata da questa riscoperta rinascimentale e che l'apporto di nuove immagini di antichi labirinti (che possiamo ipotizzare essere stati portati, o studiati, dagli esuli greci a Firenze) abbiano stimolato la curiosità e l'intelletto degli eruditi del salotto mediceo²².

Questa chiave di lettura simbolista dei GDO ha suggerito alcune interpretazioni delle caselle tramite i valori condivisi nelle antiche culture occidentali: la rappresentazione di un percorso, vissuto come "gara" è, prima tra tutte, la simbologia più utilizzata, che non è solo la caratteristica dei GDO, ma anche di altri esemplari di gioco di percorso come l'antico *Gioco del Senet* o il gioco egiziano del *Mehen*. Le mete dei viaggi narrati nei GDO non sono mai le stesse: soprattutto nell'antichità, il percorso era a volte prettamente metaforico ed esprimeva la via che dalla vita porta alla morte attraverso i pericoli; altre volte è stato un

²¹ È legittimo cercare un certo legame tra il GDO e la tradizione classica, riconducendolo a una delle opere archeologiche più misteriose della cultura greca: il disco di Festo che, sebbene scoperto nel 1908, potrebbe essere stato riferito dagli stessi eruditi greci alla corte di Lorenzo il Magnifico.

²² Francesco I De' Medici, vero appassionato di numerologia, governò lo stato toscano dal 1574 al 1587. Si dice che Francesco I abbia regalato una copia del GDO al re Filippo II di Spagna, anch'esso fanatico numerologista. A partire da questa data, il successo e la diffusione del Gioco dell'Oca fu rapidissima: si diffuse in tutta Europa in una serie innumerevole di copie.

viaggio iniziatico che ascendeva al cielo; altre ancora, una successione di simboli che raggiungono l'aldilà; infine una competizione intesa come saggio d'eccellenza tra pari. Quel che perdura è la conservazione del percorso come struttura essenziale del gioco²³.

Il filo conduttore del viaggio del GDO è sempre riconducibile, comunque, alla metafora sull'esistenza umana: la forma spiraloide, labirintica di questo percorso ha rappresentato nell'immaginario umano l'archetipo del percorso della vita: un percorso cadenzato da momenti di felicità e di dolore, con passaggi rituali, pericolosi e con mete transitorie e finali in cui il caso e il destino tracciano la direzione essenziale della vita. La presenza di una meta finale, le fasi di passaggio, lo spostamento di un personaggio lungo un percorso accidentato seminato di tranelli e premi, è sopravvissuto dal *Senet* all'Oca, dal Monopoli alle sfide virtuali dei videogiochi con protagonisti personaggi come *Lara Croft* fino ai recentissimi MMORPG; segno, questo, della eccezionale valenza simbolica di questa struttura essenziale del GPS. Va infine ricordato che la "pura" competizione tra giocatori, insita in questo tipo di percorso in cui non si chiedono abilità particolari ma solo la pura competizione per arrivare primi, è ciò che ha fatto di questi giochi il simbolo del tema agonale per eccellenza.

Prendiamo il GDA come riferimento per evidenziare il passaggio a modello di questo tipo di prodotto ludico. I primi GDO erano venduti come semplici fogli volanti, non erano contenuti né in cofanetti né in buste, né erano corredati da alcunché; i giocatori provvedevano da soli a fornirsi di pedine segnaposto, di dadi e di quant'altro servisse al gioco. Solo successivamente, alla metà del XIX secolo, sono apparsi quelli che a livello merceologico siamo soliti definire giochi in scatola, che comprendevano oltre al tavoliere, un opuscolo con le regole, i dadi, i segnaposto, i gettoni ed altri attrezzi indispensabili per il gioco.

²³ L'esemplare più antico del GDO che conosciamo risale al 1640 e sebbene sia possibile pensare a un'origine greca precedente, non è possibile invece far risalire il suo aspetto grafico a prima di questa data, perché non sono state rinvenute tavole antecedenti a questa: stampata da Carlo Coriolani a Venezia, vi è raffigurato il classico percorso a spirale di 63 caselle, con al centro una famiglia seduta intorno ad una tavola imbandita e nel bel bezzo un'oca arrosto; in alto sul bordo del foglio è scritto: *Il dilettevole gioco di Loca*.

È, questo, il FORMATO definitivo dei giochi analogici fine-ottocenteschi e dei primi anni del Novecento: stampati prevalentemente su carta sottile, ripiegati più volte su se stessi e venduti singolarmente, per la maggior parte dei casi erano venduti senza una scatola che li contenesse.

Il GDA, infatti, è rilegato a libro in otto parti e contenuto da una copertina di cartoncino. Sulla prima pagina troviamo tutte le informazioni che dovevano risultare immediatamente comprensibili al giocatore: il titolo del gioco, le illustrazioni significative sul tema adottato, un breve componimento-racconto per significarlo, e i riferimenti dell'editore (di norma scritti in fondo alla pagina). All'interno troviamo stampato il percorso del gioco e le regole.

La simulazione evocata dal gioco non racconta soltanto la storia accaduta ma, presupponendo che «si crei un rapporto di complicità tra chi narra e chi ascolta, permette a quest'ultimo di accettare per vero ciò che gli viene proposto e di collaborare attivamente alla sua interpretazione», presentando un'esperienza collaborativa tra i giocatori tramite la condivisione di un ideale che si fa materia di gioco (Cambi, Staccioli, 2007, p. 176). Come abbiamo detto, le immagini raffigurate sul TAVOLIERE del GDA raccontano una guerra con toni non tragici ma graffianti: l'oca protagonista nella raffigurazione, impettita e irritata trasmette la disperazione italiana di fronte al danno bellico della guerra contro l'Austria, che è «un'aquila che vanta due teste e non ha un solo cervello» e che «bestia grifagna, stolido, che squarta, sgozza, scuoia, che ha la forza per gruccia, ed ha per cuoco il boia» (Mascheroni, Tinti, 1981).

L'intero progetto del GDA poggia su un sistema visivo essenziale: il gioco è sviluppato nella direzione del GAME e nella trasmissione dei contenuti (la condanna alla ferocia della guerra) piuttosto che del PLAY e nel proporre nuove meccaniche di gioco. Gli elementi grafici sono pensati con distaccato realismo e sulla base del PRINCIPIO OLISTICO che motiva ogni buon progetto ludico: tale principio insegna che «l'insieme più o meno strutturato di elementi e sotto-elementi, legati indissolubilmente tra loro, creano un risultato che va molto al di là della somma delle singole parti» (Mariani, 2014, p. 251). Nel GDA, infatti, a una meccanica molto semplice, legata al principio cailloisiano di *Alea*,

cioè alla vittoria decisa dalla casualità del lancio dei dadi, risponde una CORNICE NARRATIVA accessibile e intuitiva, che rende il gioco un vero e proprio “facilitatore comunicativo”: esso immerge il giocatore in uno scenario in cui il rapporto tra gioco e realtà è evidente, e, proprio per questo, amaramente condivisibile. I colori utilizzati sono fondamentali a generare questa credibilità – la tricromia crea lo scenario livido, freddo, raggelante della guerra di cui il giocatore fa esperienza balzando di casella in casella – e a dare l’identità al progetto che si dimostra consapevole e corale.

Nei GDO di poco precedenti al GDA era tutto diverso: i colori erano brillanti e uniformi, l’atmosfera fiabesca e romantica con ludiche oche che si rincorrevano di casella in casella spesso immerse in paesaggi di corse campestri o gare d’equitazione, l’aspetto generale era dichiaratamente infantile.

Le immagini del GDA invece sono essenziali e rigide, il momento storico è illustrato senza toni troppo drammatici: una figurina e due righe di didascalia; bersaglieri, alpini, crocerossine, luoghi di guerra, ritratti di uomini politici da Antonio Salandra a Vittorio Emanuele III, tutto è raccontato con tagliente ironia ma dal tono canzonatorio: in Italia nessuno avrebbe potuto affrontare l’Austria in maniera tanto diretta con un gioco tutto inteso su una metafora di fondo, una sintesi narrativa molto vincente e che sfrutta l’intuitività delle regole per proporre il tema della guerra e della morte con immagini pietrificate, bidimensionali in un modello tradizionale che indica al giocatore come orientarsi all’interno del TAVOLIERE e dove trovare tutte le informazioni necessarie.

L’esperienza della guerra, la condivisione dell’idea di nazione italiana e l’offerta d’aiuto tangibile alle truppe e alla causa bellica, sono il frutto dell’esperienza applicata di questo gioco. Al suo pari, i Giochi di percorso molto longevi come il GDA e quelli che hanno riscosso negli anni più successo, sono tali proprio in relazione al grado di coesione e condivisione dei contenuti ludici che vi confluiscono e a come l’autore-progettista abbia collegato tra loro i fattori funzionali, formali, estetici, comunicativi ed etici.

3.1 *L'imparar divertendosi*

Un altro dei principi fondamentali del GDO è la significazione della struttura a spirale: essa simula un modello statico di percorso lineare in cui ogni giocatore ha tre sole possibilità di movimento e cioè può andare avanti, stare fermo o tornare indietro ma non può assolutamente andare né a destra né a sinistra. Il modello sottintende la schematizzazione non complessa del percorso della vita in generale, o di uno specifico accadimento in questo percorso, e risponde al desiderio umano di dare apparenza, semplice, a situazioni reali e complesse ma soprattutto ingovernabili, che precisamente sono quelle in cui intervengono più elementi, o persone, in competizione tra loro e con interessi contrastanti.

La linearità dello spazio figurato nel TAVOLIERE del GDO viene così a designare il luogo reale, ma ludico, in cui si verifica un insieme regolato, e non, di avvenimenti. Dunque la disposizione del tracciato in forma semplice del GDO non è da intendersi come il risultato di un progetto poco complesso ma, al contrario, come una scelta primaria, “la più adatta” a esprimere simbolicamente la forma del percorso in una dimensione unitaria e riconoscibile che cristallizza il modo in cui la mentalità collettiva produce e significa gli avvenimenti.

Se ci si pone con questa chiave di lettura alla base di ogni progetto di GDO di successo (o che i giocatori hanno apprezzato per lungo tempo), si nota l'intelligenza della scelta autoriale nel presentare una simulazione semplice di un tema complesso tramite la concezione dello spazio e del tempo lineare. Muovere la pedina su è giù per il percorso spiraloide altro non è che percorrere un determinato spazio, e il mutamento di posizione da una casella all'altra è il riconoscimento nell'esistenza di un “prima” e di un “dopo”, proprio come in una scala temporale. Per significare ulteriormente questa dimensione organizzata, nel corso dei secoli gli autori dei GDO si sono avvalsi dei segni codificati del gioco che connotano maggiormente l'idea di spazio e di tempo.

In tutto il gioco c'è una sola immagine “diversa” e che è usata proprio come antitesi alla rigida concezione lineare dello spazio: come abbiamo detto è la casella 42 del Labirinto che rimanda immediata-

mente all'idea di intreccio, di groviglio, di uno spazio non gestibile né occupabile ed è un'immagine iconograficamente diversa per cultura e origini dal vocabolario della tradizione popolare italiana. Questa casella ha anche una regola realmente "diversa" dal resto del gioco: cadere nel Labirinto obbliga il giocatore a pagare la posta e tornare indietro. È una richiesta insolita dato che in tutto il resto del gioco vale che il pagamento della posta garantisca il poter procedere avanti. L'immagine del labirinto è l'unico esempio di una doppia significazione in una unica immagine perché nel resto del gioco il senso del trascorrere dello spazio e del tempo in maniera lineare è trovato utilizzando caselle più convenzionalmente riconosciute e adatte a comunicare questo tema, come la casella del sole e della luna che costituiscono gli indicatori più tradizionali (determinano la durata delle attività quotidiane) e designano, in alcune varianti del gioco, anche l'inizio e la fine del percorso.

È quindi piuttosto l'accumulo di significati e di nozioni che determina il fascino del GDO e non il contrario: è seducente perché attraverso le particolarità disposte sul percorso, i giocatori possono confrontarsi con gli aspetti "reali" della vita ordinaria che si rivelano appieno anche nelle complicazioni. La vicenda contenutistica del gioco, la cornice narrata, sollecita il giocatore a "fare esperienza" del tema su cui gioca e a individuare quegli elementi che espressi per mezzo di simboli, di immagini o di regole e convenzioni intervengono in modo significativo nel vivere reale e sociale. Così come alcune convinzioni sedimentate nella realtà sociale concorrono a determinare il percorso della vita ordinaria degli uomini, per analogia, la formulazione di un sistema di regole nel GDO implica la ricerca di un ordine che delinea l'azione del gioco dal momento che esso è, da una parte, una "realtà" che si svolge entro uno spazio e un tempo definiti, dall'altra un'azione che si svolge ordinatamente secondo delle regole. Queste non hanno altra funzione se non di complicare, con ordine, l'azione del gioco e di caricarla di un valore positivo: vivere con piacere, nel mondo imperfetto e nella vita confusa, una perfezione temporanea e limitata.

Tale suggestione, se pure carica di elementi di TENSIONE, di INCERTEZZA e di antagonismo emotivo con l'avversario, si realizza nell'al-

ternanza di tutta quella serie di ostacoli e premi che esigono l'accettazione e il rispetto assoluto da parte dei giocatori e mima, attraverso un modello fittizio di realtà ludica, gli itinerari possibili di un modello reale, difficilmente "regolamentabile".

Anche l'idea di FRUSTRAZIONE da cui l'attuale progettazione di molti videogame non può affatto prescindere, nel GDO è soggetta a una sorta di "controllo" da parte della rigidità del gioco stesso: il senso di sconfitta è messo in conto sin dall'inizio in maniera manifesta e bilanciata al desiderio di vittoria. Perdere, vincere, tornare indietro o proseguire spediti sul TAVOLIERE non genera FRUSTRAZIONE bensì TENSIONE, che è comunque positiva per il coinvolgimento dei giocatori. Nella maggior parte dei (video)giochi attuali la FRUSTRAZIONE dipende dalla scarsità di scelte significative, dai vincoli molto forti che limitano la libertà d'azione, dalla presenza di fattori aleatori ingestibili, dai tempi di attesa troppo lunghi o da un prezzo troppo alto da pagare come posta o per un errore commesso. Ma nel GDO, in cui il desiderio competitivo è inteso nella sua forma più semplice, più diretta, più pura e, diremmo, "dichiaratamente più ingiusta" come lo è nella vita reale, il percorso assume l'aspetto di un modello, di un esempio e per questo i giocatori hanno sempre trovato molto divertente farne un'esperienza sicura. La "cultura dell'insuccesso" ha da sempre nel gioco un ambito fertile perché trasformare le sconfitte o le paure in opportunità, giocando, è un'attività più facile da affrontare di quanto lo sia, al contrario, nella realtà.

Tutto quest'apparato di disposizioni e ragionamenti riporta a un'affermazione legata al valore riconosciuto (o negato) al GDO da parte della cultura accademica e specializzata più attuale: il fatto che sia un gioco dalle regole semplicissime, che sia legato al fattore rigidamente aleatorio e che, per questo, sembri non stimolare la parte attiva e partecipativa del giocatore, è bastato a relegarlo in un angolo e a togliergli gran parte del merito che, anche solo per la parte iconografica, è invece molto significativo. Per smontare questo pregiudizio, la risposta, lontano dal sembrare scontata, deve fare riferimento anche ad altri fattori collegati all'evoluzione socio-culturale dei GDO; tra questi, il più importante è che il GDO insieme ad altri giochi di percorso come il *Biribissi*, il *Pela Chiù* o il *Gioco della Barca* è stato soggetto a rigidissime regolamenta-

zioni da parte delle varie legislature italiane che, a partire dal Medioevo in poi, hanno tentato in ogni modo di eliminare la pratica del gioco d'azzardo e delle scommesse in generale, prima, e di contenerne i danni, poi. Il GDO che veniva utilizzato “anche” per partite di scommesse in denaro, ha condiviso una certa diffidenza sociale, poi accademica, sul suo reale valore. Innanzitutto, utilizzare un gioco che prevede l'uso di una posta (i giocatori del GDO possono scegliere di mettere come posta qualsiasi cosa: dalle noci, come facevano i bambini all'inizio del secolo scorso, al raccolto, al denaro) anche come gioco d'azzardo non può (né deve) prescindere il valore che ad esso è collegato.

La condanna che spesso si è letta verso il GDO risente molto del clima negativo generato dalla lotta alle scommesse e all'azzardo che ha accompagnato il gioco almeno per tutto l'arco di tempo che va dalla metà del XVIII all'inizio del XX secolo. Questa diffidenza si è trasformata, poi, in una sorta di oblio verso una forma ludica che, proprio al pari dei videogiochi che riscuotono oggi più successo anche dopo decenni di presenza sul mercato (pensiamo a *Tetris*), devono la loro fortuna al fatto che sono “semplicemente” giochi riusciti, ben progettati e risolti. Come è possibile, se non perché non se ne quantifica con esattezza lo specifico valore, sostenere che il GDO non sia un gioco perché non chiede una partecipazione attiva ma passiva? Sembrerebbe voler dire che l'utilizzo di parametri “fuori” misura e calibrati sulla sola forma videoludica penalizzino quei giochi, che anche solo per il lungo periodo in cui sono stati giocati, per i mezzi a disposizione di chi li realizzava e per la quantità massiccia di esemplari che sono stati stampati, giocati, venduti e ideati, si pongono, invece, al centro della cultura ludico-simulativa occidentale da almeno quattro secoli.

Un secondo fattore di pregiudizio è collegato alle finalità di cui sono stati investiti i GDO a partire dall'inizio dell'Ottocento e con cui, pur continuando a mantenere immutato l'aspetto ricreativo e l'originaria struttura ludico-comunicativa, emerge un forte intento didascalico inteso a veicolare significati sempre più esplicitamente politici, morali, ideologici all'interno della società.

Il GDO dalla seconda metà dell'Ottocento, in pratica, diventa il modello del cosiddetto “imparar divertendosi” e, a ritmo sempre più ac-

celerato, i tavolieri vengono progettati e realizzati al fine di assumere i più vari travestimenti – politici, propagandistici, pedagogici o pubblicitari – e si trasformano continuamente in mille tematiche che hanno reso assai più complessa la determinazione della loro funzione sociale.

Non più indirizzati al pubblico indistinto dei secoli precedenti, i GDO vengono dedicati a giocatori ben precisi, quelli ai quali era mirato il messaggio subliminale: gli avvenimenti più importanti della vita sociale, le attività di ogni natura, le invenzioni, la moda, i personaggi dell'epoca sono tutti temi che vengono ingegnosamente trattati²⁴. L'epoca moderna ha trasportato il GDO in un continuum di cambiamenti del tema simulato proprio in analogia con gli importanti mutamenti che si sono verificati nella società a partire dalla fine del XVIII secolo. È straordinario notare come tutti i radicali cambiamenti avvenuti nei settori della vita economica e sociale, e tutto il fervore che ha ridisegnato la prospettiva del mondo, siano stati tradotti rapidamente e con assoluta costanza in un GDO: scoperte geografiche, nuove tecnologie, propaganda politica, occultismo, la geografia, i viaggi, la moda, gli spettacoli, lo sport ma anche le nuove invenzioni della macchina e, successivamente, della bicicletta che per esempio nel *Gioco del Tramway* ci permettono addirittura di poter seguire il susseguirsi delle trasformazioni del mezzo tramite i numerosi esemplari che di questo gioco sono stati stampati a breve distanza l'uno dall'altro.

Nessun altro gioco di percorso simulativo analogico ha avuto questa fortuna e questa capacità: i videogiochi certamente hanno saputo potenziarla grazie ai nuovi strumenti di realizzazione grafica di cui dispongono ma i complessi legami che si stabiliscono tra i contesti comunicativi, da un lato, e le attività combinatorie e associative, dall'altro, provengono proprio dalla struttura archetipica dei GDO che hanno decodificato per primi questo sistema progettuale. In questa veste di elemento di trasmissione, d'informazione e di cultura, il GDO è pas-

²⁴ Nel 1791, per esempio, viene realizzato in Francia un *Jeu de la Revolution Francaise*, dove erano manifestate apertamente le idee ostili del *Tiers* ai Parlamenti di Provincia, mentre nel 1825 lo *Jeu du Cosacques*, che si riferisce ad uno degli avvenimenti più singolari della storia di Francia: l'occupazione della città da parte dell'antico corpo militare russo.

sato attraverso realtà politiche, religiose e sociali differenti evocando di volta in volta scenari che ci hanno testimoniato lo svolgimento d'eventi storici, di manifestazioni e accadimenti di vario tipo. Per questo, anche dal punto di vista prettamente documentario, la storia dei GDO non è certo di poca importanza: osservare una tavola realizzata in uno specifico periodo storico significa analizzare un vero e proprio documento che può restituirci, a diversi livelli, il clima dell'epoca. E questo, non solo rispetto alle forme e alle modalità del gioco, ma anche in relazione allo spirito sociale, politico, culturale di quel tempo. Invertendo i due soggetti, e cioè "il gioco come immagine della società" in "la società erudita dal gioco", il GDO ha rappresentato un inesauribile veicolo di messaggi introdotti nella società tramite l'atto del giocare.

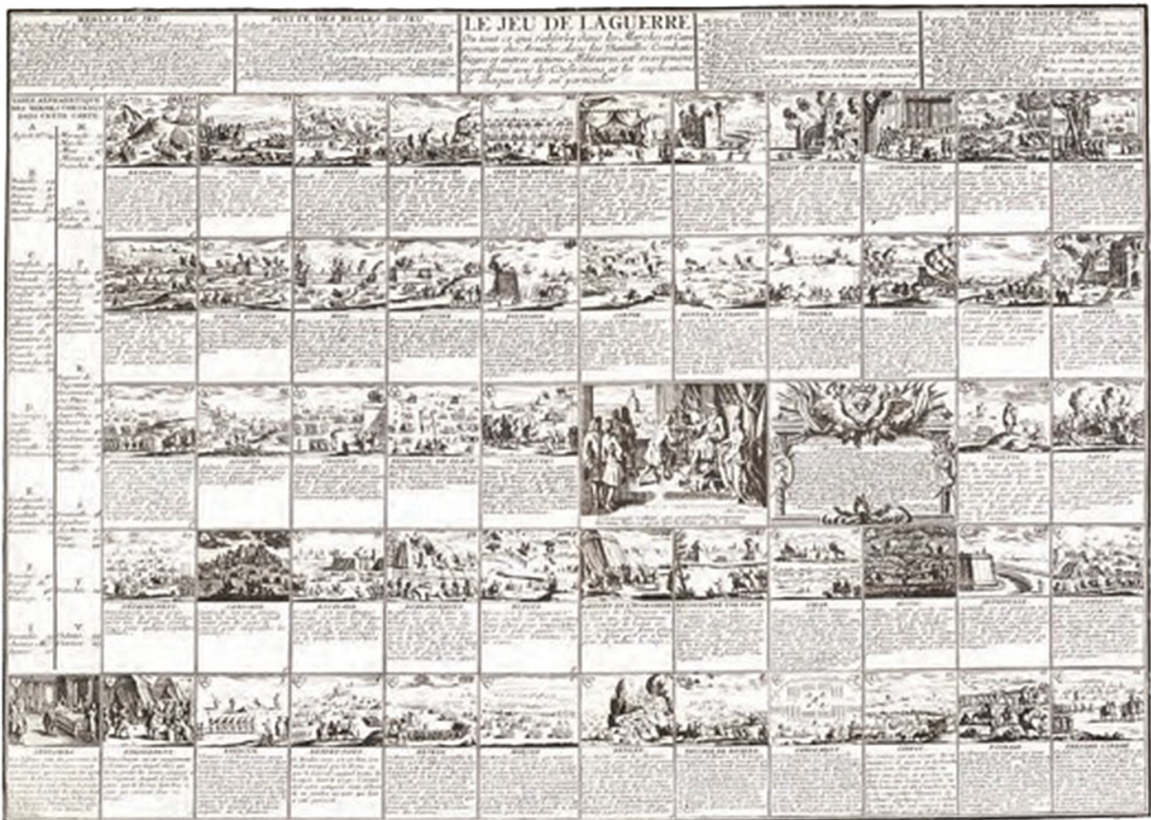


Fig. 2 - Jeu de la Guerre, XVIII secolo, Paris, France (foto dell'autrice, collezione Paolo Castellani).

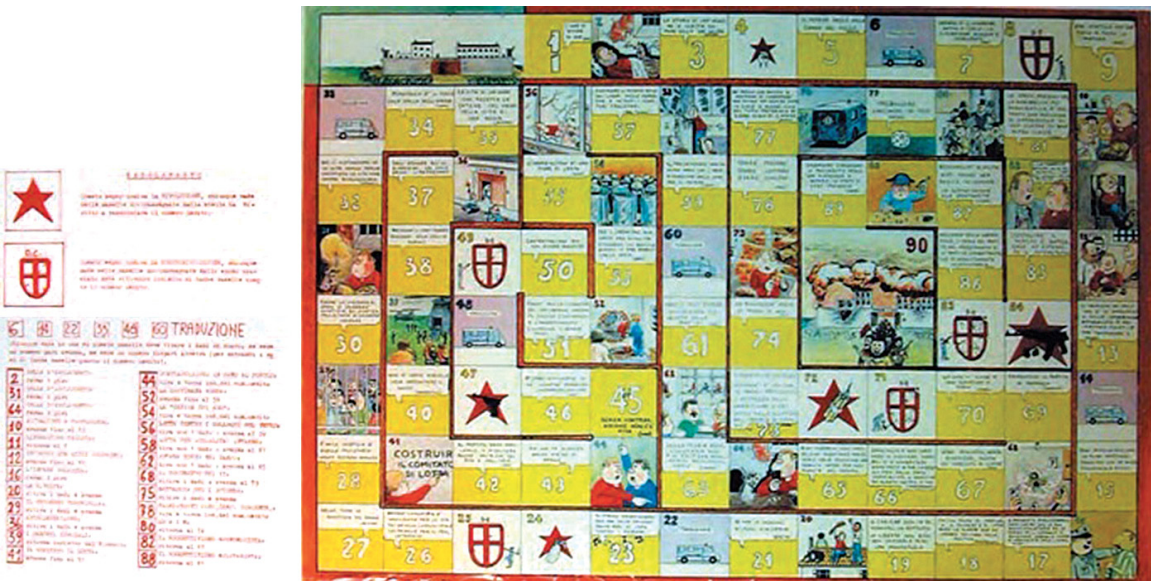


Fig. 3 - Gioco delle Brigate Rosse - 1980 ca., La Litostampa, Bologna, Italia (foto dell'autrice, collezione Paolo Castellani).

2. Esperienze applicate nei Serious game

I videogiochi sono la nostra più avanzata frontiera e il nostro più affascinante futuro ma [...] vi è assente la matrice dell'Occidente, la linearità della storia.

Alberto Abruzzese, 2003

Oggi un game designer può contribuire in diversa maniera nel progetto di un gioco: dall'ideazione degli schemi complessi dello STORYBOARD e degli script, alla cura della AFFORDANCE e dei FEEDBACK per il grado d'INTERAZIONE, al progetto dei livelli; ogni competenza ha valore di per sé e può essere l'aspetto in parte predominante del gioco, anche se, come sostiene Bittanti, «una buona caratterizzazione dei personaggi e la ricostruzione dettagliata e non casuale degli ambienti di gioco, si rivelano discriminanti fondamentali quando lo stesso prodotto interattivo presenta anche un solido impianto ludico» (2002, p. 31).

Pensiamo a *Lara Croft*, l'archeologa protagonista della fortunata serie di videogiochi *Tomb Raider* che dal 1996 ha conquistato milioni di giocatori in tutto il mondo diventando un sex symbol pari a una reale star di Hollywood: Lara non sarebbe potuta diventare un'icona popolare se, prima di tutto, «il gioco stesso non fosse stato un capolavoro di LEVEL DESIGN» (2002, p. 31).

E pensiamo anche al videogioco *Pac-Man* per cui la scelta di un semplice segno grafico a forma di semicerchio giallo come protagonista ha conquistato l'immaginario collettivo tanto da diventare una delle icone più significative dell'intera generazione pop degli anni Ottanta. Ricordiamo ancora *Jumpman* di *Donkey Kong*, poi diventato il famoso *Super Mario*, tra i più celebri personaggi e mascotte della Nintendo «gioiello dal punto di vista del GAMEPLAY [...] dotato di una profondità narrativa tale da indurre la Nintendo a contestualizzare la trama nel manuale delle istruzioni» (Pellitteri, Salvador, 2014, p. 49).

Nelle pagine precedenti ho affrontato il modo in cui giochi come GDA e WWO, intesi come archetipi, si basano sul terreno comune della simulazione applicata e sull'evidente analogia della natura di racconto di un percorso. Un'altra chiave di lettura comune tra i due medium sta nel tipo d'INTERAZIONE che «richiede l'immersione in un mondo simulato e regolato da leggi tecniche in cui le azioni del fruitore attivo siano teologicamente orientate» (Accordi Rickards, 2015, p. 7).

Di là delle regole, della struttura, delle componenti e delle meccaniche specifiche che caratterizzano i due giochi, entrambi cercano di ottenere dai giocatori un'esperienza profonda in cui la parte della rappresentazione è fondamentale su tutto il resto e che coincide – a differenti livelli e con diversi linguaggi che prescindono l'aspetto puramente fisico del supporto a favore di quello narrativo – con lo spazio e/o il percorso del gioco. Ultimamente questo tipo di esperienza è stata significata in diverse maniere: MEANINGFUL PLAY EXPERIENCE (Salen, Zimmerman, 2004), ESPERIENZA LUDICA DESIDERATA (Bertolo, Mariani, 2014, p. 131), ESSENTIAL EXPERIENCE (Shell, 2014, p. 21) intendendo, con sfumature poco differenti tra loro, del più grande obiettivo dei giochi e cioè quello di sorprendere, emozionare, divertire il giocatore, di “educarlo” a provare una sensazione piacevole e significativa, attività del tutto simile a quella che anima un artista nei riguardi del suo spettatore. In questa specifica capacità creativa, infatti, risiede il processo centrale di qualsiasi gioco, di chi lo progetta e di chi ci gioca: la possibilità di fare un'esperienza – credibile – in grado di arricchire chi gioca di emozioni e/o ragionamenti specifici che l'autore desidera siano la chiave di lettura del proprio gioco.

I primi a interessarsi con estrema lucidità a tale argomento dallo specifico punto di vista del Game design, gli americani Katie Salen e Eric Zimmerman, scrivono che «un'esperienza significativa è quel concetto che può affrontare tutte le domande “irrisolvibili” proposte da Huizinga» (2004, p. 33), cioè quelle nate dall'affermazione meravigliosamente espressa dallo storico olandese che “ogni gioco significa qualcosa”: asserzione complessa, attraente, che ha dato finalmente un “senso” trascendente al gioco ma che, di fatto, si è prestata a molte interpretazioni, non sempre esatte. Con l'accezione legata alla parola “significare”, per

esempio, l'affermazione di Huizinga poteva intendere che il gioco fosse, al pari dell'arte e della letteratura, una componente fondamentale della cultura (magari ancora non riconosciuta), ma anche che fosse un atto simbolico e quindi un tipo di comunicazione; allo stesso modo, il termine "senso" è stato dettagliato in maniera più specifica: senso come "sensato", cioè che il gioco non debba essere caotico ma comprensibile (il contrario del non-senso) oppure che l'avere un senso (cioè di non essere mai una sciocchezza) fa parte del gioco?

I due studiosi hanno messo in evidenza che le affermazioni di Huizinga sono molto complesse e possibili di multi-interpretazioni, ma che tutte girano intorno al significato nodale del gioco significativo che crea "senso, significato" e che quindi "significato, gioco e giocare" siano concetti intimamente correlati tra loro. Partendo dalla nozione di CERCHIO MAGICO, e in funzione di uno studio utile ed espressamente diretto ai designer che si impegnano nella creazione di giochi, Salen e Zimmermann enfatizzano l'idea che il gioco produca senso perché esso funge da contesto in cui si formano i significati; all'interno di questa loro teoria, il concetto di CERCHIO MAGICO diventa un'idea estremamente semplice: esso non è altro che un termine che ricorda come si realizza la significazione. Entrare nel CERCHIO MAGICO giocando a qualcosa è «l'emergere di significati come cause ed effetti del giocare» (Zimmerman, 2012, p. 5). «Giocare un gioco – scrivono – significa sperimentare-esperire: vedere, toccare, sentire, odorare e gustare il gioco stesso; muovere il corpo durante il giocare, provare/percepire emozioni circa il dispiegarsi dei risultati, comunicare con gli altri giocatori, alterare i normali modelli di pensiero»: quello che tradizionalmente, soprattutto nella disciplina dell'estetica, si chiama "esperienza estetica", e cioè la capacità umana di dare un senso alle emozioni che si esperiscono tramite i sensi, in grado di arricchire e migliorare le capacità estetiche stesse (2004, p. 314, TdA).

Mi rifaccio, quindi, alla prima definizione in merito a questa "esperienza", e quindi al CERCHIO MAGICO ipotizzato da Johan Huizinga, termine con cui lo storico olandese ha definito in maniera esemplare lo spazio destinato al gioco, percepito come provvisorio e separato dalla realtà: «Ogni gioco si muove entro il suo ambito, il quale, sia material-

mente, sia nel pensiero, di proposito o spontaneamente, è delimitato in anticipo. Come formalmente non vi è distinzione fra un gioco e un rito [...] così formalmente non si distingue il luogo destinato al rito da quello destinato al gioco. L'arena, il tavolino di gioco, il CERCHIO MAGICO, il tempio, la scena, lo schermo cinematografico, il tribunale, tutti sono per forme e funzione dei luoghi di gioco, cioè spazio delimitato, luoghi segregati, cinti, consacrati sui quali valgono proprie e speciali regole. Sono dei mondi provvisori entro il mondo ordinario, destinati a compere un'azione conclusa in sé» (2002, p. 13).

Con CERCHIO MAGICO, quindi, si intende non tanto la storia narrata, quanto «la rappresentazione che consente a chi gioca di sperimentare liberamente in uno spazio protetto – lo spazio ludico – trovandosi in una condizione di sicurezza» (Bertolo, Mariani, 2015, p. 76).

La credibilità di tale rappresentazione dipende dall'intero impianto grafico del gioco e da come il messaggio è veicolato in maniera coerente. I sistemi virtuali del Game design permettono indubbiamente una resa più credibile, cioè più giocabile dello spazio ludico, ma questo non va inteso nella direzione che il virtuale permetta di costruire una realtà più “illusoria”, più ingannevole ma nell'esatto contrario, ovvero che il virtuale crei una realtà “più possibile”, più inclusiva tra giocatore e gioco: questo perché anche la memoria virtuale del computer «non è immaginaria visto che essa viene utilizzata dai suoi utenti esattamente nello stesso modo in cui viene utilizzata la memoria reale», essa è «un potenziamento della memoria reale che prende sostanza attraverso i suoi utilizzatori: è la risultante di un'interazione tra la macchina e i suoi utenti. È il senso di “potenza” che esprime il concetto di “virtualità”» (Cambi, Staccioli, 2007, p. 173)¹. Inteso, perciò, che la rappresentazione dipenda dall'immaginazione e che «la finzione letteraria

¹ A tale proposito, è giusto ricordare che in questo volume, il principio su cui si basano i SERIOUS GAME e i PERSASIVE GAME – quello di *persuadere* – è inteso solo in termini positivi e con un approccio proattivo: i giocatori non sono condizionati passivamente dal gioco ma recepiscono da esso uno stimolo positivo, abbracciano un concetto proposto per reagire in modo consapevole e responsabile. Persuadere, quindi, è inteso nel suo significato di convincere, indurre uno o più individui, o una collettività, a riflettere su una tematica fino al punto di riconsiderare la propria posizione in merito.

e figurativa si collochino nel dominio della “rappresentazione” degli eventi», il gioco «pretende qualcosa di più. Non si limita a una rappresentazione del mondo possibile, a *mostrare com'è ciò che non è*, bensì invoca una simulazione del mondo possibile, cioè ci chiede di agire all'interno di esso con i nostri sensi al fine di *riprodurre com'è ciò che non è*, fino a “far credere che ciò che non esiste, esiste”» (Coiffet, 1995, p. 31 cit. in Cambi, Staccioli, 2007, p. 175). Il pericolo maggiore di questo tipo di coinvolgimento è il disorientamento che il giocatore potrebbe provare accorgendosi che questa finzione non lo riporta alla realtà “altra” della cornice protettiva ma, come dichiara Ilaria Mariani, lo fa cadere «nella classica e poco piacevole situazione in cui *ognuno vede ciò che sa*» (2014, p. 251).

I giocatori devono essere forniti di un contesto linguistico/segnico condiviso, progettato per essere credibile sulla base del PRINCIPIO OLISTICO che «comporta un'immersione in un contesto *altro*, con norme e usanze che possono anche essere lontane da quelle quotidiane, ma è bene che tutti gli aspetti dell'intero impianto iconografico parlino all'unisono lo stesso linguaggio, con coerenza e omogeneità, rendendo l'esperienza più significativa e realistica; [...] che le componenti grafiche siano progettate in modo che il giocatore ricavi informazioni con un solo semplice sguardo, attraverso un sistema grafico utile e pratico» (p. 251).

I SERIOUS GAME e gli ARG (anche in versione MMORPG) sono un campo applicativo particolarmente produttivo per la sperimentazione di tutte quelle componenti orientate a creare un'esperienza più immersiva per i giocatori. Oggi i temi utilizzati sono molto più numerosi di quelli tradizionali che di preferenza erano a carattere militare e propagandistico come per il GDA. Gli attuali contenuti dei (video)giochi simulativi applicati spaziano dall'ecologia come *Word Without Oil*, alla salute, alla sostenibilità come *La Città Sostenibile*, pur continuando a proporre i temi bellici che oggi possono addirittura offrire ai giocatori il modo per affrontare un reale addestramento militare (*America's Army*, 2009).

I GPS sono giochi che hanno sempre il vantaggio particolare di permettere uno scambio di informazioni a senso doppio: ai giocatori di imparare qualcosa dal gioco e al gioco (cioè chi l'ha ideato e proposto)

di imparare dai giocatori soprattutto tramite i sistemi del PLAYTEST, perché nel videogioco, più che in altri artefatti ludici, «la narrazione – e di conseguenza il contesto di gioco che si traduce in modo fattibile in ambientazione – ha una notevole funzione comunicativa, e può assumere di volta in volta il ruolo di metafora o allegoria di contesti e mondi più ampi» (p. 245).

Riporto di nuovo la definizione di SERIOUS GAME data da Mauro Salvador, tra i maggiori esperti italiani di videogiochi, che si occupa da vicino dei temi legati alla trasposizione del ludico nei media: «il *serious game* è un videogioco che ha come principale obiettivo la formazione di competenze per il giocatore oppure la trasmissione di un messaggio retorico in grado di farlo ragionare su un tema particolare» (2013, pos. 864). Una definizione ampliata da Pietro Polsinelli nei “giochi applicati” che comprendono sia i giochi materiali tradizionali sia i videogiochi, e sono «finalizzati a scopi che non sono di puro intrattenimento: più precisamente, un gioco applicato è un gioco che avvicina una tematica complessa senza disvelare questa intenzione, senza cioè presentarsi come un gioco diverso dagli altri» (2015, p. 68). Il potenziamento del coinvolgimento trova esiti positivi negli aspetti d’INTERAZIONE che si stabiliscono con maggior naturalezza tra i giocatori e il videogioco.

I SERIOUS GAME, al pari di tradizionali giochi simulativi applicati come GDA sono oggi ritenuti il fondamento di una nuova teoria, quella dell’EDUTAINMENT, tema in primo piano per gli esperti di *Game Studies* e non solo. L’EDUTAINMENT riconosce come «un gioco sapientemente progettato possa produrre esperienze significative, dimostrandosi capace di sensibilizzare e persuadere chi gioca a riconsiderare alcune delle proprie posizioni e persino comportamenti» (Bertolo, Mariani, 2015, p. 72). Il coinvolgimento potenziato dalla simulazione dei SERIOUS GAME del tipo di WWO, nelle sue sterminate possibilità legate ai nuovi sistemi del digitale, dimostra l’ovvia limitatezza di quello che invece caratterizzava gli antenati, i GPS stampati come GDA.

Come afferma Pecchinenda, «la qualità di un videogioco, e soprattutto ciò da cui potrà scaturire il suo successo o il suo fallimento di mercato, dipende generalmente in gran parte proprio dal tipo d’INTERAZIONE

che consentirà ai suoi fruitori e, più in particolare, dal grado di coinvolgimento che susciterà in essi» (2010, p. 87); e ancora: «È a questo livello che forse è possibile cominciare a riflettere sulla straordinaria importanza che [...] la rivoluzione tecnologica connessa a Internet sta cominciando ad assumere. I mondi virtuali dove i giocatori si incontrano, combattono o comunque sviluppano interazioni di vario genere, sono popolati appunto di *avatar* cui corrispondono persone in carne e ossa e non semplici proiezioni della macchina. Tutto ciò [...] con profondissime conseguenze per ciò che concerne l'elaborazione del proprio senso di identità in rapporto con l'ambiente esterno» (2010, p. XIII).

Vi è, però, una differenza fondamentale sul tipo di esperienza che un (video)gioco può proporre: nei temi dell'EDUTAINMENT il gioco è inteso come strumento ludico per insegnare un determinato argomento ed è utilizzato come un contenitore di informazioni (queste possono essere di qualsiasi genere o riferite a qualsiasi disciplina o attività si voglia insegnare: matematica, marketing, grafica, ecc.) che, tramite il sistema ludico, riesce a veicolare un messaggio altrimenti noioso in maniera giocosa e divertente. Il fine di questa esperienza è far transitare nel giocatore delle pertinenze che prima non aveva, delle nozioni, dei dati, la conoscenza di una disciplina. Poi vi è, invece, il gioco, inteso in sé, come sistema complesso per “provare” delle emozioni di vario genere come la FRUSTRAZIONE, la competizione, la collaborazione, la sconfitta ma anche la TENSIONE, il rischio, l'INCERTEZZA solo per dirne alcune. Non importa quale sia la CORNICE NARRATIVA che si adotta, il gioco, inteso nel suo essere un sistema complesso tradotto in un artefatto, ha la capacità sostanziale (e la finalità) di produrre un'esperienza estetica, un miglioramento (nel comportamento soprattutto, nel carattere, nell'arricchimento emotivo) della sfera individuale dei giocatori, legato alle emozioni che questi proveranno attraverso la storia narrata, in grado di rendere credibile il passaggio dal mondo ludico alla sfera emotiva dell'individuo/giocatore e, poi, alla sua sfera reale.

Jane McGonigal, oltre che intraprendente progettista, è tra le prime studiose americane di videogiochi che ha evidenziato le potenzialità dell'esperienza motivazionale ludica nel miglioramento degli individui. Qualche anno prima dell'uscita di *WWO*, nel 2003, la designer ha

pubblicato il saggio *This is Not a Game* con cui getta le basi per individuare le questioni sociologiche e antropologiche centrali della inedita forma ludica cui si interessava: un tipo di costruzione *iperreale* (Pellettieri, Salvador, 2014) che è anche sociale e intellettuale, che analizza e registra i cambiamenti del mondo dei mass media, che ibrida arte, cinema, comunicazione e mondo multimediale. La designer è diventata tra le più attive sul fronte della difesa e della contestualizzazione della relazionalità sociale generata dal video-giocare e sui modi con cui quest'attività può generare e ridisegnare la realtà esterna; soprattutto tramite gli ARG e con lo slogan *Game for good*, la McGonigal vuole sottolineare la capacità che questi hanno di migliorare la realtà attraverso un processo formativo ed educativo e, tramite l'immagine di scenari di vita migliore, di promuovere l'apprendimento nel comportamento. Propone una possibile lettura degli ARG come «capacità di coinvolgere e generare desiderio di apprendimento» (Salvador, 2013, pos. 1337) e scrive: «I giochi oggi hanno spesso un contenuto (un contenuto serio) che dirige la nostra attenzione verso i problemi reali e urgenti che abbiamo di fronte. Inseriamo problemi reali all'interno dei giochi: problemi scientifici, sociali, economici, ambientali. E, attraverso i nostri giochi, inventiamo nuove soluzioni per alcune delle sfide che opprimono di più la specie umana» (McGonigal, 2011, pos. 6839).

Come detto in precedenza, i risultati ottenuti dall'intelligenza collettiva e dall'immaginazione della comunità dei giocatori di wwo (ai quali è stato chiesto, fondamentalmente, di giocare in maniera responsabile) sono stati utilizzati per creare specifici records poi utilizzati dallo stesso *Institute for the Future* per anticipare e prevenire il disastro ecologico-ambientale che il futuro del petrolio sembra auspicare nei suoi peggiori risultati. I giocatori di wwo, oltre che dare spunti e soluzioni di gioco inaspettate, hanno dimostrato di poter migrare i risultati ottenuti online nel loro vissuto, cambiando in sostanza le proprie abitudini di vita. In questo senso wwo è progettato anche come “acceleratore digitale della realtà” e si basa su una serie ben codificata di principi capaci di superare ciò che i giochi di simulazione tradizionali hanno dimostrato essere un limite, e cioè la possibilità di quantificazione del riflesso sulla vita reale di quanto appreso dal gioco indi-

pendentemente dalla sua verosimiglianza al reale: fattibile col digitale, impensabile prima di questo e nella cultura tradizionale. In sostanza, le realtà alternative dei videogiochi, oggi, generano dei risultati reali: una sorta di FEEDBACK molto intenso che è possibile riversare nella società di chi ha generato e giocato il gioco.

I giocatori non vogliono “giocare” il sistema, ma vogliono partecipare a un gioco, «vogliono esplorare, imparare, migliorare. Si offrono volontari per svolgere un lavoro duro e non necessario – e hanno a cuore il risultato della loro fatica» (McGonigal, 2011, pos. 507). Il videogioco soddisfa, cioè, il nostro bisogno di un lavoro duro e migliore che piace anche sotto diverse forme: ad alto rischio, veloce e orientato all’azione (*Gran Turismo* o *Left 4 Dead*), di routine, cioè prevedibile e monotono (*Farmville* o *Bejeweled*), mentale, cioè che attiva le facoltà cognitive e che può essere a fuoco rapido e concentratissimo (*Brain Age*), o tranquillo e complesso (come le strategie di *Age of Empire*); il lavoro fisico che fa faticare sul serio (*Dance Revolution* o *Tennis di Wii*); il lavoro di scoperta, il piacere di indagare e conoscere spazi che non ci sono familiari; quello di squadra che mette in primo piano la collaborazione, la cooperazione e la capacità di contribuire a un gruppo più ampio (tipo *World of Warcraft*); infine il lavoro creativo che ci permette di creare qualcosa tramite le nostre scelte e le nostre decisioni, tipo progettare le case e famiglie (*Sims*).

1. Design pattern nei giochi di percorso simulativi

I progettisti di SERIOUS GAME e di giochi ARG sperimentano ogni giorno come spingere più in là i limiti di un gioco in modo che possa influenzare positivamente la vita reale dei giocatori e per questo il tema degli ARG è sempre più centrale nei dibattiti sul futuro dei giochi giacché «aiuta a promuovere l’idea che le tecnologie dei giochi possono essere utilizzate per organizzare le attività nel mondo reale.

Cosa ancora più importante, sta facendo nascere idee innovative su come fondere insieme quel che amiamo di più nei giochi e quello che vogliamo di più dalle nostre vite» (McGonigal, 2011). Il problema

si pone sulla qualità di queste influenze che si progetta di diffondere. Come nella tradizionale successione di caselle numerate e illustrate, nello STORYTELLING attuale il contenuto è la chiave di successo: se la storia non è sviluppata seriamente, l'intero videogioco ne risulta penalizzato, per questo è necessaria una trama forte e significativa.

I videogiochi interattivi si sposano bene con il genere fantasy e la fantascienza, così come con racconti storici e realistici perché il giocatore interagisce con il mondo creato attraverso un'esperienza visiva, auditiva, di movimento e di immersione che può riconoscere come più familiare. L'esperienza può essere vissuta singolarmente ma se giocata online come nei videogiochi MMORPG si crea un contesto di forte INTERAZIONE con gli altri utenti.

Chi lavora nel mondo del Game design sa che «i giochi diventano dei successi e generano profitti in proporzione diretta alla quantità di soddisfazione che forniscono e alla quantità di emozioni positive che provocano» (McGonigal, 2011, pos. 743), per questo l'obiettivo dell'industria dei giochi è sempre più la soddisfazione e l'appagamento dei giocatori.

Non sempre, però, il settore riesce a raggiungere questi obiettivi. La grande confusione in merito al generare un semplice divertimento o un'esperienza profonda, infatti, complica i risultati: il team dei designers che progettano la GIOCABILITÀ di un gioco, per esempio, devono quantificarne il “fattore DIVERTIMENTO” e, nel farlo, possono raggiungere obiettivi diversi in un'ipotetica scala della qualità che va dal valore più basso a quello più alto: accontentarsi di realizzare un'esperienza banalmente divertente, il semplice FUN, il gradino più basso, o perseguire il FLOW, quello più alto.

Tra i due concetti esiste una differenza sostanziale: il DIVERTIMENTO, il FUN è l'intrattenimento meno profondo e coinvolgente, il «pleasure with surprise» (Shell, 2015, p. 47), mentre il FLOW «è la sensazione soddisfacente ed esaltante di realizzazione creativa e di funzionamento accresciuto [...] È l'esperienza che le persone hanno quando sono completamente immerse in un'attività fine a se stessa, e spingono corpo e mente al limite in uno sforzo volontario per realizzare qualcosa di difficile e utile» (Csíkszentmihályi, 1990, p. 24, TdA). La teoria

del flow-flusso, introdotta dallo psicologo ungherese, gode dell'approccio della filosofia positiva e nel confronto con il mondo ludico ha evidenziato che la realtà è carente proprio del flusso, mentre il videogioco è il modo più affidabile ed efficace di produrlo proprio grazie alla sua struttura essenziale. Questa è una specifica combinazione di obiettivi scelti in autonomia, di ostacoli ottimizzati personalmente e di FEEDBACK continui che pongono a confronto, come in una relazione cartesiana, le difficoltà della sfida con il LIVELLO di capacità di cui dispone il giocatore per affrontarla in un mondo alterno, ma sempre più credibile come "altro" rispetto a quello vero. «Il gioco è l'esperienza di flusso *par excellence*», sostiene (Csíkszentmihályi, 1975, p. 37), ed è per questo che le teorie della GAMIFICATION hanno così tanto successo perché trasportano in altri ambiti le strutture e le teorie tipiche del gioco, sempre più spesso raggiungendo volontariamente solo il primo gradino della scala qualitativa del divertimento.

Csíkszentmihályi concludeva il suo pionieristico lavoro in maniera quasi profetica: scriveva che la realtà andava, sì, migliorata e resa più vivibile pensando di strutturare il lavoro reale come fosse il lavoro fatto nei giochi, ma indicava anche due gruppi di persone "a rischio" nel futuro imminente con queste specifiche dinamiche: i bambini e le casalinghe. Lo studio di Csíkszentmihályi era troppo in anticipo sui tempi per essere compreso appieno e da subito: esistevano già approfondite ricerche sulla classificazione dei giochi, ma i videogiochi erano appena nati, se si pensa che *Pong* era in commercio dal 1971 e che, solo nello stesso anno, era stata pubblicato *The Study of Games* sulla psicologia del gioco (Sutton-Smith, Avedon, 1971).

L'industria ludica oggi ha assorbito meglio l'impatto della psicologia positiva nel gioco e i creativi (direttori e/o autori) più attivi si sono concentrati proprio nel progetto dell'impatto emotivo e psicologico sui giocatori, spesso traducendo direttamente i dati che derivano da ricerche di questo ambito.

Ottimizzare l'esperienza umana nel gioco, che nel mondo tradizionale dei giochi cartacei era frutto dell'intuito e della creatività del singolo, oggi, grazie all'intersezione dei due mondi (della scienza positiva della felicità, da un lato, e dell'evoluzione dell'industria video

ludica, dall'altro) è diventata la scienza applicata dei «tecnici della felicità» (McGonigal, 2011, pos. 753).

Secondo la definizione di Marco Accordi Rickards, il videogioco è «un'opera multimediale interattiva, cioè un prodotto culturale autoriale che si esprime attraverso una specifica forma interattiva utilizzando uno o più mezzi espressivi (testo, effetti sonori, musica, parlato, immagini statiche, immagini video, ecc.); l'interazione con il videogioco richiede l'immersione in un mondo simulato e regolato da leggi tecniche (*game design*) nel quale le azioni del fruitore attivo siano teologicamente orientate» (2015, p. 7).

La definizione è carica di termini e significati cui è indispensabile fare riferimento. Per ciò che riguarda il progetto di un GPS in generale, gli elementi progettuali propri del gioco sono essenzialmente tre: le meccaniche, le risorse e le tematiche. Considerando il gioco come un automatismo perfetto, cioè come un sistema integrato, le meccaniche sono il motore del gioco, le risorse il suo carburante e la storia il motore in movimento.

Proprio in relazione alle meccaniche i GPS analogici si basano su pochi e semplici elementi fondamentali: il tavoliere, cioè il percorso su cui giocare e su cui sono realizzate le caselle numerate, i dadi o generatori di numeri casuali (adatti alle necessità del singolo gioco e che associano al valore numerico casualmente generato un suo equivalente analogico visualizzabile in diverse forme e/o colori) e i segnalini. La loro funzione e la PLAYABILITY, invece, dipende da altri elementi essenziali che sono le regole e la storia. Quest'ultima deve essere narrata tramite un tragitto che ha un inizio e un traguardo.

2. Tavoliere vs transmedia world

Il passaggio all'era digitale ha cambiato la natura di alcuni tra questi elementi principali, che caratterizzavano i giochi di percorso analogici, e oggi i videogame, soprattutto per la sparizione del supporto materico del TAVOLIERE cioè dello strumento principale su cui si lanciano i dati e si spostano i segnalini. Come abbiamo visto, in questa veste

– tavoliere di pietra, carta, legno o stoffa, dadi e segnalini – i giochi di percorso analogici hanno accompagnato il cammino della cultura pressoché inalterati per forma e regole almeno fin tutto il XX secolo. Nel passaggio al digitale intere categorie di giochi, come i GDA, sono scomparsi del tutto per dare spazio a percorsi che di base rispettano lo spazio narrato del viaggio dell'eroe-giocatore e ne amplificano anche le possibilità e gli obiettivi, pur rinunciando drasticamente al modello fisico tradizionale.

Henry Jenkins ha coniato un termine molto utile per definire questo spazio che chiama *TRANSMEDIA WORLD*, con cui si riferisce ai mondi fantastici che si creano attraverso diversi media – video, stampa, animazione, giochi, giocattoli e molti altri – e che indica “quel” mondo che esiste a prescindere dai media che lo supportano. Scrive Jesse Schell su questo tema che «molte persone trovano questo concetto bizzarro – pensano a libri, film, giochi e giocattoli come cose separate, ognuno che esiste di per sé. Ma sempre più spesso, il vero prodotto che viene creato non è una storia, un giocattolo o un gioco, ma un mondo» (2015, p. 337, TdA).

La cesura tra il mondo analogico e quella transmediale del gioco è stata così forte che le nuove generazioni, un po' come ignorano che prima delle e-mail esistesse un altro modo di comunicare per via epistolare, percepiscono i videogiochi come una forma completamente nuova di oggetti ludici, senza una storia alle spalle, e giudicano un GDO o un GPS tradizionale come qualcosa di avulso al mondo videoludico.

Un buon esempio per dimostrare questo delicato passaggio è il videogioco *Journey*, sviluppato da *Thatgamecompany* per PlayStation 3 nel 2012, che propone un'esplorazione completamente libera di un percorso all'interno di un deserto sconfinato: l'eroe protagonista è un nomade incappucciato che fra strutture fatiscenti, sabbia, vento e tempeste, senza l'aiuto di scritte o voci nel gioco, deve raggiungere la meta del suo viaggio, e cioè la cima della montagna che ha di fronte. Per fare questo, il giocatore può decidere di giocare completamente da solo e gestirsi il suo viaggio, oppure incontrare dei personaggi, che sono altri giocatori del gioco, senza sapere mai, però, chi siano, se non alla fine della partita. La collaborazione, quindi, è facoltativa e

non necessaria e il divertimento non è concentrato nella comunità di giocatori online, ma nella scelta di lasciarsi andare al proprio destino in maniera autonoma o di intraprendere il viaggio in due a fianco di un compagno sconosciuto con cui condividere gioie e dolori del percorso: lo spunto da cui prende vita il gioco, infatti, invece di istigare i giocatori a uccidersi tra di loro vuole far vivere un'esperienza di viaggio insieme a uno o più compagni. Il gioco ha avuto un grande successo ed è stato tra i primi a scegliere qualcosa di diverso “da fare” dai consueti giochi cooperativi online, ritornando proprio sul classico percorso condiviso dei GDO.

Polverizzati i limiti delle sceneggiature dei giochi analogici stampati, imposti principalmente dallo spazio disponibile sul TAVOLIERE e dal budget economico per realizzarlo, nel digitale lo sfruttare al massimo la potenza dell'hardware è diventata la scelta decisiva, al pari di quella del tipo di materiale nei giochi analogici. La strategia vincente della *Sega Mega Drive* per ostacolare il dominio indiscusso della *Nintendo Entertainment System* alla fine degli anni Ottanta, per esempio, è andata proprio in questo senso: con l'aiuto di programmatori del calibro di Richard Garriot, la *Sega* ha concentrato la sperimentazione sull'attività di INTERACTIVE STORYTELLING, la disciplina centrata sulla leggibilità degli spazi e di tutte le qualità degli elementi che ne fanno parte e che consentono al giocatore di interagire col gioco aumentando il coinvolgimento².

La sparizione materiale del TAVOLIERE ha inciso drasticamente sulla natura di questi giochi: i limiti imposti dalla materia utilizzata imponevano nel passato l'uso di tecniche specifiche da contenere in specifiche dimensioni (sono, questi, i principali vincoli che hanno cadenzato l'evoluzione tecnico-espressiva delle differenti categorie di artefatti ludici); liberato il gioco dal supporto materico (i videogiochi non sono certo identificabili nella forma fisica che li contiene, laddove esista, tipo le *coin operated machine*), l'elemento TAVOLIERE è sparito nelle sue limitazioni strutturali, liberando a dismisura, invece, le possibilità

² In diretta relazione con gli oggetti, si parla di AFFORDANCE.

di figurarlo. Mettendo da parte per un momento le differenze di genere «tutti i giochi (digitali e non) hanno in comune quattro costanti: obiettivo, regole, sistema di FEEDBACK e volontarietà della partecipazione; tutto il resto – sostiene la McGonigal – è rafforzativo o migliorativo di questi quattro elementi centrali» (2012, pos. 404 e ss). Aggiungo che a livello progettuale, il tipo di successione di questi quattro punti, e la loro specifica combinazione, sembra essere un'altra delle differenze che stanno alla base del mondo ludico pre e post virtuale.

2.1 Regole vs feedback

Ragionando sulle meccaniche dei giochi di percorso tradizionali, la differenza sul modo con cui il giocatore viene a conoscenza delle REGOLE e degli obiettivi è evidente: prima del virtuale le regole andavano imparate prima di iniziare a giocare ed erano lette, ascoltate o insegnate; non è possibile giocare a un gioco come il *Risiko!* e, un secolo prima, allo stesso GDA, se non si è già a conoscenza di tutte le regole e gli obiettivi che il TAVOLIERE propone.

Gli autori di videogiochi hanno completamente ribaltato la successione di questo passaggio ed è vero, infatti, che oggi il truismo dell'industria video ludica moderna «è proprio quello che i giocatori all'inizio debbono affrontare l'ostacolo di sapere che cosa fare e di non sapere come giocare» (McGonigal, 2011, pos. 504). Questo tipo d'impostazione ambigua è molto diversa da quella dei giochi tradizionali: più un videogioco è immediato nel reperimento degli obiettivi e non chiede la conoscenza preventiva delle regole, più genererà divertimento e approvazione. Per l'esatto contrario, più un gioco analogico manca di coerenza ed evidenza delle meccaniche e delle regole, meno è giocabile.

Il sistema odierno di FEEDBACK continui serve proprio per permettere ai giocatori di imparare le regole via-via, giocando, e attraverso la loro varietà e l'intensità: i FEEDBACK possono assumere diverse forme come punti, livelli, punteggi oppure, semplicemente, la conoscenza da parte dei giocatori del momento in cui il gioco finisce. Il video-

giocatore può conoscere in ogni momento quanto sia vicino al raggiungimento del suo obiettivo e la sua motivazione resta alta più i FEEDBACK sono continui e in tempo reale: la maggior parte dei giochi digitali sono strutturati in questo modo mentre nei giochi tradizionali è proprio l'indeterminatezza delle fasi del percorso e l'esito incerto a dare il polso della sua PLAYABILITY.

I GDO non permettono, se non a fine partita, di capire l'andamento del gioco: assicurano ai giocatori una presa di coscienza della cornice narrata solo a passi successivi e tramite il posizionamento del segnalino sulla casella raggiunta con il tiro dei dadi. Per gli autori di questi giochi era necessario seguire un determinato iter progettuale: la prima fase era dichiarare preventivamente le regole perché senza di queste non era possibile giocare, ed erano scritte in manuali d'istruzioni da allegare o apporre in una delle due facce del foglio, al centro del gioco. Il secondo step era di esplicitare gli obiettivi (spesso tramite le regole stesse o con la narrazione della storia simulata), infine preparare il sistema con cui il giocatore acquisiva i FEEDBACK che in questi giochi erano indiscutibilmente pochi e acquisiti solo durante specifici progressi di gioco e/o solo raggiungendo determinate tappe del percorso o lo stesso traguardo finale.

La presenza o meno di regole da conoscere preventivamente è, oggi, uno dei criteri più comuni per la valutazione dei videogiochi, cosa impensabile per i giochi analogici che non potevano assolutamente trascenderle: «la catalogazione in base all'esperienza e alla parte più “estetica” [...] che deriva dal fatto che mentre in un videogioco gran parte dei dati relativi alle meccaniche sono “nascosti” nei meandri dei codici del gioco, in un gioco da tavolo le meccaniche sono in qualche modo “scoperte” e visibili, oltre che – spesso – molto più accessibili in termini di complessità matematica» (Valtriani in Bertolo, Mariani, 2014, p. 281).

Per questi motivi nei videogame si cerca di nascondere il più possibile il sistema dei FEEDBACK: il giocatore scopre solo a tentativi ciò che deve fare e solo con il progredire nella storia arriva a capire l'obiettivo e a decodificare le regole. Scrive Pecchinenda: «i videogiochi attuali sono diventati complicati e “opachi”. Essi trasmettono

l'idea di far parte di un luogo che, anziché *analizzato*, deve essere *abilitato*, nel senso che “nei videogame s’impara ben presto che per *imparare a giocare* bisogna *giocare a imparare*”. Non si vanno prima a leggere le istruzioni, né si seguono direzioni precise ma s’impara nel corso del processo stesso di gioco» (Turkle, 1997, cit. in Pecchi-nenda, 2010, p. 90). Pensiamo di nuovo al videogioco PLATFORM *Tomb Raider*: il passaggio a questo gioco non è stato banale. Il GAMEPLAY è incentrato sulla soluzione di enigmi legati alla fisica e al colpo d’occhio, alle leve da tirare o alle chiavi da recuperare; il giocatore “conosce” inizialmente la sua eroina, però, in una stanza chiusa, senza dettagli, senza scritte; a forza di tentativi e prove con cui Lara salta, corre, si arrampica, prova a cercare leve, il quadro si riempie di dettagli e la storia inizia.

Avere un obiettivo chiaro e dei passi eseguibili nella direzione del suo raggiungimento sono però costanti progettuali da considerare per presentare un lavoro ludico soddisfacente e per rendere un (video)gioco di successo. Se il giocatore non ha ben chiaro, da subito, la relazione tra la sua QUEST e la certezza del progresso nel LEVEL-UP, si stancherà di giocare: il progettista deve avere ben chiaro come comunicare questa “garanzia di produttività” tramite la tradizionale gratificazione in punteggio o denaro virtuale che non è così forte come quando il giocatore si vede assegnare missioni e obiettivi sempre nuovi e più difficili. Tanto più il LIVELLO è impegnativo, tanto più il giocatore è motivato a svolgerlo e tanti più punti guadagna nel farlo; più punti guadagna, più il lavoro che gli si prospetta sarà intrigante: è una specie di circolo vizioso della produttività ludica.

In questa direzione lavora un altro tipico esempio di FEEDBACK, il PHASING, la raccolta di informazioni su ogni singolo giocatore che, elaborate dal server remoto del gioco, vengono riportate sotto forma di stato di gioco durante la partita. Il PHASING permette di quantificare gli effetti dell’attività ludica anche in relazione ai miglioramenti dell’AVATAR quando questo si rafforza e acquista maggiori abilità e conoscenze: più il mondo attorno a lui cambia, più lui migliora. In questo modo il lavoro ludico viene percepito dai giocatori come più reale: il FEEDBACK è più forte e più rapido, l’impatto è più visibile e vivido. Si

parla di controllabilità del gioco, cioè, la misura in cui il giocatore può influenzare l'andamento della partita in base alle proprie scelte.

Un altro FEEDBACK è quella legato al fallimento, il FUN FAILURE: in un videogioco ben progettato, i giocatori sanno di avere tutte le possibilità di successo quando si apprestano a giocare. Cioè, se si gioca bene, ogni cosa è risolvibile, ogni missione può essere portata a termine, ogni LIVELLO superato. Quest'ottimismo genera una sorta di DIVERTIMENTO perverso quando, però, si perde, e più si perde in una missione/contenuto difficoltosa, più ci si diverte.

Il FUN FAILURE non può essere casuale: nei GDO il rischio centrale della partita è generato dalla INCERTEZZA di non prevedere l'esito di una mossa perché essa dipende esclusivamente dall'*Alea*; questo mette il giocatore in una dimensione passiva rispetto alle dinamiche del gioco: in questi casi, rispetto a un videogioco, il giocatore perde parte del senso di capacità d'azione e depaupera il proprio ottimismo, mentre «è divertente fallire solo se il gioco è leale – e hai tutte le possibilità di successo», se esiste cioè la *speranza* di vincere che nella realtà non esiste o esiste poco³. In WWO, la speranza di poter raggiungere attivamente degli obiettivi, potenziata dall'INTERAZIONE continua tra i giocatori, genera una delle sue componenti ludiche più importanti: la possibilità di avanzamento verso la meta attraverso ricompense o penalità che il giocatore ottiene in base alla bontà, o meno, della scelta compiuta. Le attività di flusso cioè devono riuscire a rimanere nello stretto margine che esiste tra la sfida e la noia e la FRUSTRAZIONE, perché entrambi questi estremi spiacevoli fanno sì che la mente del giocatore sposti la sua attenzione su una nuova attività. Questo margine, il FLOW CHANNEL (Shell, 2015, p. 139), nei giochi tradizionali deriva principalmente dalla ricerca di avversari più difficili, mentre nei videogiochi è spesso la sequenza di livelli che gradualmente diventano più impegnativi.

I sistemi per generare coinvolgimento intenso, ottimistico e gratificazioni emotive nel giocatore da parte dei game designer attuali sono sempre più potenti e più mobili: oggi, richiamandoci ancora alle paro-

³ Clive Thompson, *The Joy of Sucking*, in *Wired*, 17 luglio 2006; testo disponibile al sito: <http://www.wired.com/gaming/gamingreviews/commentary/games/2006>.

le della McGonigal si può dire che «siamo invitati a imparare mentre andiamo avanti. Esploriamo lo spazio del gioco e il codice informativo ci vincola e ci guida in modo efficace. Impariamo come giocare osservando con attenzione quello che il gioco ci consente di fare e come risponde ai nostri input» (2011, pos. 507).

2.2 Storia lineare vs storia interattiva

Di qualsiasi argomento sia stato realizzato il GDO ha sempre mantenuto immutato il suo arco narrativo cioè il susseguirsi di tre fasi nel corso della partita: l'apertura, con la scelta da parte dei giocatori dei segnalini e della posta in gioco, il mediogioco, con il lancio dei dadi e lo sviluppo del tracciato, e il finale, il raggiungimento della meta. La struttura di percorso al raggiungimento del quale si ottiene la vittoria, quindi, è sempre stata la stessa: in pratica, il giocatore deve iniziare il suo percorso, evitare i pericoli, gioire degli aiuti, per arrivare fino in fondo e vincere la propria prova. Il raggiungimento della meta non dipende da doti fisiche o intellettive, come detto più volte, ma dalla sorte, perché dipende dal tiro di due dadi: l'eroe-giocatore non vince perché è forte o intelligente, ma perché aiutato o no dalla sorte nel percorrere una data strada. Per rendere il gioco più coinvolgente, quindi, gli autori di GDO si sono sempre concentrati sulle tematizzazioni del percorso cercando di rendere il gioco, la gara agonale, più appassionante possibile non dal punto di vista della variabilità degli obiettivi, dei premi o delle scelte (che non potevano venire potenziate essendo le regole fisse), ma dal punto di vista della immersione, dell'ambientazione del "viaggio".

Nel XVI e XVII secolo, i significati riconosciuti in questo viaggio erano riconducibili al valore iniziatico del GDO e nel simbologismo delle caselle: il giocatore doveva superare le prove, rese difficoltose dagli ostacoli incontrati, e, così, purificarsi, eroicizzarsi in previsione del ricongiungimento con l'infinito, con Dio, nel Paradiso del Giardino dell'Oca. Finché si è creduto, infatti, che la realtà fenomenica fosse a immagine e somiglianza di quella noumenica, il percorso del

gioco simboleggiava la “partecipazione-imitazione” del mondo terreno in quello divino di antico stampo platonico e induceva il giocatore ad aspirare al congiungimento del suo corpo e del suo spirito a quello divino, tramite il vittorioso viaggio. Ecco allora che la spirale delle caselle dell’oca equivale all’eternità: la prima casella è la nascita dell’uomo ma anche la sua morte; l’ultima casella, la 63, è sia la morte ma anche in realtà la sua rinascita spirituale. Il tragitto è la prova, il campo di battaglia che il giocatore-eroe deve oltrepassare per concludere questo viaggio iniziatico.

Nelle epoche successive, crollando in parte la forza delle credenze di fede e cambiando sostanzialmente le basi del pensiero occidentale, il GDO ha perso questa matrice esoterica e religiosa, e il viaggio, non più iniziatico, ha acquisito un significato più terreno, legato alle alterne vicende umane, per rimanere poi l’archetipo del percorso della vita. Si è preferito riconoscervi la difficoltà della vita umana che proprio come una prova deve tendere ad una meta, il raggiungimento della quale è ottenuto solo con il superamento di pericoli e difficoltà. Il cadere, lo sbagliare direzione, i dolori sono nel gioco, come nella vita, prove da superare per raggiungere un bene maggiore che, lungi dall’essere definitivo, potrebbe essere rimesso di nuovo in gioco con l’inizio di un’altra partita.

Parlando dell’elemento ludico della cultura, Huizinga scrive: «nei giochi e con i giochi la vita sociale si riveste di forme sopra biologiche che le conferiscono maggior valore. Con quei giochi la collettività esprime la sua interpretazione della vita e del mondo. Dunque ciò non significa che il gioco mutua o si converte in cultura, ma piuttosto che la cultura, nella sua fase originale, porta il carattere di un gioco, viene rappresentata in forme e stati d’animo ludici» (1939, p. 55, trad. it. 2002). Ecco perché per gli autori di GDO, a partire dalla metà del XIX secolo in poi, diventa interessante l’ideazione e la resa – più credibile possibile – di un mondo artificiale con cui tematizzare i giochi: il viaggio viene instancabilmente rappresentato e oggettivato sul TAVOLIERE tramite un inesausto sforzo espressivo e comunicativo che si evidenzia proprio nell’estrema varietà di differenti temi, disegni, percorsi adottati per il gioco. È sotto questo specifico aspetto che la funzione dei

GDO e dei giochi di percorso in genere appare civilizzatrice, e quindi estremamente legata alla loro rappresentazione figurativa. Non sono poche, infatti, le analisi di pregevole valore che inseriscono i GDO nella storia della cultura popolare proprio per questo loro aspetto di racconto per immagini della cosiddetta *imagerie populaire*, la capacità cioè di presentare una panoramica, un vero e proprio excursus dei diversi contesti sociali e culturali che hanno interessato e sollecitato questo specifico tipo di attività ludica, offrendo una testimonianza culturale non casuale e che si situa dentro il tessuto della realtà quotidiana dell'epoca che ha prodotto il gioco⁴.

Scriva ancora Huizinga in merito alla tematizzazione e alla storia: «osserverà il gioco nelle sue stesse molteplici forme concrete quale struttura sociale, e allorquando egli troverà che il gioco si basa su un uso di determinate immagini, su una certa trasfigurazione della realtà, allora cercherà d'intendere anzitutto il valore e il significato di quelle immagini o di quella trasfigurazione. Egli vorrà osservare il loro effetto nel gioco stesso, e tentare di comprendere così il gioco come fattore della vita culturale» (1939, p. 7, trad. it. 2002).

Ci allacciamo a una delle categorie di Caillois, la *mimicry*, tradotta comunemente con il termine di imitazione, che a prima vista sembrerebbe essere il riferimento primo per questo tipo di processo ideativo ludico. In realtà la *mimicry* cailloisiana ha un significato più avvicinabile a quello di finzione: per lo studioso francese questa dipende da un esclusivo procedimento di mimetismo, proprio di coloro che giocano “credendo di essere un altro”. Lo stesso Caillois, definendo la tipologia *mimicry*, fa riferimento ai giochi illusionistici, dove finge il prestigiatore e dove finge lo spettatore nel credere a ciò che sta vedendo. Questa categoria, quindi, ha uno specifico significato d'illusione, in quanto rappresentazione simulata di una realtà che tale non è.

Nel contesto di alcuni giochi di percorso, e soprattutto nei nostri GDO, invece, è necessario parlare piuttosto di imitazione e non di finzione, riferendosi a tutta quella serie di convenzioni e di norme cultu-

⁴ Si consigliano alcuni testi per una panoramica di riferimento: Bertarelli (1974), Becq de Fouquière (1869), D'Allemagne (1950), Girad-Quetel (1982), Milano (1993), Murray (1913).

rali che regolano la percezione dell'immagine relativa alla rappresentazione figurata del gioco. Per Caillois, la *mimicry* serviva a designare esclusivamente l'azione e l'atto del giocare fingendo, mentre il concetto di imitazione al quale mi riferisco per i giochi di percorso definisce la scelta della figurazione stessa del gioco. In pratica, l'imitazione del reale decide il tema trattato e le immagini adottate diventano l'illustrazione stessa del gioco, intesa, quest'ultima, come modello che riproduce al suo interno uno schema di forme comuni in base a tipici segni grafici. Il gioco assume in tal modo anche una convenzione figurativa il cui carattere non è mai una semplice replica del modello reale ma piuttosto una equivalente trasfigurazione.

Prendiamo ad esempio lo *Jeu de la Guerre* (fig. 2), un conosciuto GPS a tema bellico francese della fine del XVIII secolo⁵. Dal punto di vista formale è un gioco di percorso con tutte le sue caratteristiche più tradizionali: vi è un tragitto, delle caselle numerate, una partenza e un arrivo. È un chiaro esempio di gioco di *Alea* dove l'unico obiettivo è quello della vittoria in base alle scelte legate al caso. Una tale interpretazione darebbe del gioco, però, un'immagine quantomeno sterile e riduttiva, poiché escluderebbe l'analisi dell'impegno espressivo raggiunto nelle caselle e la straordinaria varietà degli scenari adottati. Ogni segmento del percorso è, infatti, una scenografia perfetta realizzata con un'eleganza di forme e di movenze che sembrano ispirarsi ai *tableau vivant* tanto in voga alle feste di corte della Francia tardo seicentesca.

Non tener conto di questo processo d'imitazione della realtà, chiaramente presente, significa ignorare le caratteristiche di un determinato comportamento ludico che è invece legato allo *Jeu de la Guerre* e a tutti i GPS.

⁵ I GIOCHI DI SIMULAZIONE bellici nascono alla metà dell'Ottocento, in ambito prettamente militare: servivano strategicamente da addestramento bellico "visivo" per le truppe, come manuali di tattica figurata per i militari e le classi nobili, e come *libri* ove apprendere i fatti bellici accaduti o previsti tali per il popolo. Per questo, i giochi militari ottocenteschi adottavano un linguaggio grafico banale o più complesso secondo il pubblico cui erano destinati: fumettistico e quasi fiabesco per le stampe popolari, più dettagliati, decorati ed eruditi per i nobili e i militari di professione. Cfr. Cambi, Staccioli, 2007, p. 102.

Mi riferisco di nuovo al processo che costituisce la caratteristica essenziale del fascino proprio di queste tavole e che si determina nella relazione tra il lancio dei dadi e il conseguimento della vittoria. Entriamo, cioè, nell'aspetto più simbolico dei GPS (che ricordiamo essere ancora ai tempi dello *Jeu de la Guerre* più pensati nella direzione della rappresentazione che della simulazione) ossia nel credere che, mimetizzandosi, si possa far gioco della stessa realtà: il gioco diventa un ambiente più reale che mai, ma che reale non è, e il giocatore trova divertimento proprio nell'immergersi in questa realtà ludica così simile alla sua, ma al contempo così diametralmente opposta; il CERCHIO MAGICO inteso come «temporaneo annullamento della realtà» sprona il giocatore a ingaggiare una competizione per primeggiare sugli altri (Huizinga, 1939, p. 17, trad. it. 2002).

Calandosi nel gioco, la vittoria finale rappresenta il trionfo dell'utopia del gioco stesso, e sarà tanto più ludica quanto più essa rappresenta una radicale irrealtà rispetto alla realtà delle istituzioni politiche e delle abitudini sociali del giocatore. Più quest'ambiente ludico sarà coinvolgente, più sarà appagante l'idea stessa della vittoria. L'ambiente ludico dello *Jeu de la Guerre* codifica chiaramente un preciso modello comportamentale, e cioè quello legato alla realtà militare, alla guerra e alla vita degli ufficiali francesi: ogni casella serve a contestualizzare e a comunicare questo mondo al giocatore che, mimetizzato, ne entra a far parte e ne apprende i motivi. Il premio finale del gioco, a questo punto, non poteva essere proposto che attraverso la rappresentazione dell'ambiente di corte: nella casella finale incontriamo il re di Francia che solennemente accoglie l'ufficiale protagonista del viaggio. In questo modo, il tema di questo gioco acquista anche un'efficacia propriamente pedagogica poiché comunica al giocatore uno dei principi fondamentali del mondo cavalleresco-nobiliare della Francia della fine del XVII secolo.

La finalità formativa, seria, di questo gioco ci riporta direttamente alla definizione di funzione ludica: lo *Jeu de la Guerre* è un gioco che testimonia il modo in cui, nel GIOCARE SERIAMENTE, si esplica un compito pedagogico, si attribuisce, cioè, al gioco quella funzione sociale e civilizzatrice tanto cara a Huizinga e una specifica finalità legata al suo

uso. La serie di immagini guerresche che sono riportate nelle caselle, infatti, sono la figurazione dell'arte bellica di quel particolare periodo storico che, con la chiara sistematicità con cui si accompagnano alle immagini i testi esplicativi, "insegnava" ai giocatori qualcosa che non sapevano o qualche accadimento che non conoscevano perché ne sapessero di più e ne facessero letteralmente esperienza. Il gioco svela e ricorda al giocatore le verità dell'arte militare, e i procedimenti di illustrazione adottati sono usati in maniera apertamente convenzionale (come abbiamo visto anche nel GDA) per evocare iconograficamente gli avvenimenti descritti e in modo da produrre immagini "riconoscibili" dai giocatori.

Infatti, la sequenza obbligatoria delle immagini, determinata da un testo da cui necessariamente l'immagine deve uniformarsi, rimanda più ad un processo primario di alfabetizzazione e di conoscenza che ad una vera e propria manifestazione ludica. Pensiamo, per esempio, ai primi libri dell'infanzia che ancora oggi propongono l'apprendimento dei bambini seguendo questa metodologia. Interessante, a questo punto, ricordare che il gioco fu regalato al giovane duca di Borgogna (poi Luigi XIV) perché apprendesse i meccanismi dell'arte della guerra e ne fosse, in qualche modo, attratto. L'intento del gioco, la sua funzione, il suo compito sociale, risiedono, perciò, in questo suo "far fare esperienza" di un messaggio che intessuto nella forma propria del gioco stesso permette al giocatore un'attività intellettuale ed al contempo sensibile collegata al DIVERTIMENTO.

D'altra parte il fine conoscitivo e didascalico delle immagini è legato in generale al fatto che si prestano a essere un veicolo eccezionale di comunicazione per cui esse, scrive Victor Sklovskij «sono un modo di conoscere e non solo di riflettere un fenomeno» (1976, p. 68). Si può dire, perciò, che i GPS trovano la loro caratteristica principale nella pratica ludica dell'imitazione e nella coniugazione di un atto "fortunato" speculare al reale. La segmentazione iconografica, inoltre, appare più seducente quanto più le immagini visualizzano precisi valori culturali e sociali, privilegiando quindi anche quegli elementi che possono assumere un'immediata capacità informativa del giocatore. In questa rappresentazione della realtà il comportamento irrealista

(ludico) viene rappresentato in un comportamento reale (la tavola), il divertimento del giocatore consiste nello spostarsi continuamente «nel regno dell'appartenenza e dell'irrealtà» (Caillois, 1967). La successiva funzione sociale di questo divertimento risiede nell'apprendimento per mezzo dell'atto ludico di valori morali ed intellettuali di una data cultura e nel contributo che il gioco stesso può apportare alla loro successiva definizione e sviluppo.

Le caratteristiche collegate alle numerose tematizzazioni del GDO hanno permesso di formalizzare un dettagliato inventario dei rapporti e dei processi che concorrono ad identificare i GPS in genere; e inoltre, la persistenza di un modello pressoché unico di gioco attestabile in vari ambienti sociali e in diverse realtà geografiche europee e non, ha permesso di metodizzare queste sue caratteristiche in una “forma propria” che mi è piaciuto considerare archetipica.

Anche nei videogiochi, lo svilupparsi dell'arco narrativo, lo STORYBOARD è solitamente il primo elemento prodotto dal progettista, tuttavia raccontare una storia con elementi interattivi è molto più complesso rispetto alla tradizionale storia lineare: per sviluppare una storia interattiva è necessario creare uno schema di organizzazione per ogni sua parte. È uno schema complesso che serve a far notare al giocatore le diverse scelte che è possibile prendere durante la partita, e si svolge in diverse fasi, in ciascuna delle quali il giocatore riconosce delle caratteristiche specifiche in grado di trasmettergli una sensazione simile a quella dello svilupparsi di una storia.

L'attività progettuale che ne deriva si chiama INTERACTIVE STORYTELLING e si basa su due elementi significanti: la storia e l'interattività. Una buona storia porta a un buon *script*, un copione, e dei buoni *script* che fanno uso di una effettiva INTERAZIONE possono procurare una ricca esperienza finale per il giocatore. Lo sviluppo di questo tipo di iter progettuale richiede un'attenta pianificazione e considerazione del contenuto, cioè della storia narrata.

L'esigenza di una narrazione all'interno di un videogioco è posteriore alla sua nascita: nel 1958 William Higinbotham crea *Tennis for Two*, un gioco creato per intrattenere i visitatori del Brookhaven National Laboratory di New York (un Centro Sperimentale Nucleare) e

impiantato su una macchina complessa e costosa. Negli anni successivi iniziano a diffondersi i primi videogiochi che restano basati su schemi semplici, con una trama elementare e scenografie bidimensionali, che al massimo differenziavano gli asteroidi dalle navi nemiche. Alla fine degli anni Settanta viene creato *Zork*, uno dei dieci più importanti videogiochi della storia, la cui trama ha costituito il punto essenziale di qualsiasi successivo intrattenimento video ludico: pur non avendo grafica, se non un testo descrittivo con cui interagire tramite comandi come *hit* o *north-west* per indicare al personaggio le azioni da compiersi, *Zork* è il padre di ogni gioco di ruolo e, dopo di esso, l'esigenza di creare uno spazio narrante all'interno del videogioco è diventata imprescindibile⁶.

Nei videogiochi l'ostacolo principale per i progettisti della storia interattiva è la capacità delle componenti hardware e software di digitalizzare le immagini dello spazio immaginato. L'attività che ne deriva si chiama ENVIRONMENTAL STORYTELLING, una disciplina centrata sulla leggibilità degli spazi e di tutte le qualità degli elementi che ne fanno parte, e che possono interagire con il giocatore aumentandone il coinvolgimento (in relazione diretta agli oggetti, si parla di AFFORDANCE). A seconda delle diverse esigenze ludiche, l'ENVIRONMENTAL STORYTELLING può essere di diversi tipi: evocativo (quando un oggetto rimanda a un'altra storia conosciuta: un puma e un orso rimandano rapidamente al *Libro della Giungla*), attuativo (quando gli elementi dello scenario non raccontano una storia ma restano una piccola narrazione di fondo), embedded (quando gli oggetti dello scenario forniscono gli indizi per capire la trama, anche precedente accaduta e non detta nel gioco) ed emergente (quando la narrazione prosegue secondo la specifica volontà dell'utente: è il giocatore a stabilire che fa cosa e con chi). Analogamente allo spazio architettonico urbano, quello ludico, per essere credibile deve essere leggibile da parte del giocatore: lo scriveva Kevin Lynch nel 1960 in relazione alla realtà, elaborando cinque schemi comuni: i percorsi (strade, paesaggi), i margini (confini e limiti come mura, edi-

⁶ I creatori di *Zork* sono stati Tim Anderson, Marc Blank, Bruce Daniels e Dave Lebling, tutti facenti parte del *Dynamic Modelling Group* del MIT, tra il 1977 e il 1979.

fici, spiagge), i quartieri, i nodi (punti focali delle città), i riferimenti (oggetti nello spazio velocemente identificabili anche a distanza) che sono diventati, oggi, anche i principi essenziali della progettazione del Game design. Jane McGonigal insiste molto sugli ambienti progettati per rendere il gioco più appassionante e coinvolgente e dice che i progettisti non stanno inventando gli ambienti ma rendono più accessibili quelli da sempre esistenti nella storia dell'uomo, estendendoli a un numero sempre più alto di persone e rendendoli un AMBIENTE EPICO.

Nei videogiochi il fattore aleatorio è continuamente aggirabile in maniera esponenziale: è possibile, cioè, riprovare a fare la stessa operazione più volte per trovare la via d'uscita o fare un passo successivo anche dopo aver fallito il precedente. Un buon esempio di un videogioco che coniuga questo continuo riavvolgimento temporale alla possibilità di percorrere un viaggio, e quindi di spostarsi all'interno dello spazio ludico, è *Braid* (un PLATFORM dall'aspetto classico, progettato dal designer Jonathan Blow nel 2008 per la Xbox Live Arcade), nel quale il giocatore deve ricomporre un puzzle i cui tasselli sono disseminati sui diversi livelli del gioco. Rispondendo a domande e risolvendo rompicapo, il giocatore trova i pezzi e li ricompone via via; quando sbaglia, non ha vite da consumare o tempo che scade, ma un riavvolgimento continuo che lo riporta alla partenza del quiz che ha sbagliato, non all'inizio del gioco. Così come nel GDO, il rapporto spazio-temporale è diretto: il movimento del giocatore corrisponde a quello del tempo che si ferma e ricomincia finché egli non ha risolto il problema che gli si pone davanti.

Resettare e iniziare di nuovo tutto da capo, avere “un'altra vita”, invece, è uno dei *must* dei videogiochi, talmente pervasivo da aver sconfinato nella cultura contemporanea ed aver generato uno specifico comportamento, soprattutto nei giovani: quello di darsi infinite o comunque numerose possibilità di “riprovare”⁷. Riprovare a iscriversi a

⁷ Il termine *death* viene utilizzato in due differenti contesti nei videogiochi e può risultare un termine un po' ambiguo. Nel caso di un gioco narrativo in cui il personaggio ha una vita nella storia, la *morte* ha un significato letterale e quando il personaggio muore, la storia finisce (almeno fino a quando non si ricarica o si riavvia la partita, come in *Prince of Persia*). Nel secondo contesto, la *morte* è la fine di una delle molteplici vite a disposizione di un giocatore,

una nuova università se si sbaglia la scelta al primo anno, riprovare un secondo matrimonio dopo aver fallito il primo, riprovare candidandosi in uno schieramento politico diverso dal primo dopo aver ricevuto una sconfitta: il concetto di rigenerazione, di cambiare strada e avere una seconda (o infinite) possibilità, «l'*autoreverse* dell'esperienza» (Pecchinenda, 2003, XVII) è una delle eredità positive che dobbiamo al video **GIOCARE SERIAMENTE**.

2.3 *Azzardo vs scelta*

Quando si fa riferimento alle risorse di un gioco da tavolo si è soliti pensare che queste siano tutte quelle componenti che possiamo in qualche modo manipolare (i soldi del *Monopoly* per intendersi) o un oggetto dotato di specifiche caratteristiche che può essere usato nel gioco per diversi scopi, come detto in precedenza. Nella loro forma materiale i giochi di percorso analogici si basano su risorse molto semplici: il supporto su cui giocare e su cui sono realizzate le caselle numerate, i dadi o generatori di numeri casuali (adatti alle necessità del singolo gioco e tali da associare al valore numerico casualmente generato un suo equivalente analogico visualizzabile in diverse forme e/o colori) e i segnalini.

Se ci riferiamo al GDO, però, è possibile estendere il significato di risorsa a “un qualsiasi elemento di gioco che può essere acquisito, utilizzato, sfruttato per uno scopo oppure convertito in una risorsa di altro tipo” (Nuccio, 2016, p. 27), quindi il TAVOLIERE stesso perché, in definitiva, la risorsa fondamentale del gioco è il percorso di caselle numerato che effettivamente non manipoliamo ma su cui facciamo transitare la pedina. Se potessimo materializzare la caselle della spirale del GDO in una serie di cubi di legno, come ipotizza Nuccio, e pensassimo di costruirci via-via il nostro percorso in base al numero ottenuto dal lancio dei dadi, mettendo uno dietro l'altro i cubi fino ad arrivare a

ed è intesa come misura delle opportunità per completare un'operazione in un gioco. Cfr. voce *death* in www.gamestyleguide.com/VideoGameStyleGuideeBook.

metterne in fila 63, diverrebbe evidente che non è la componente fisica a caratterizzare una risorsa ma il fatto che essa sia «un mezzo attraverso il quale il giocatore interagisce col gioco stesso e con gli altri giocatori» (Nuccio, 2016, p. 28). Le risorse sono pensate in modo da produrre un effetto nel gioco (la progressione o meno del giocatore o del gioco stesso) e, pur potendo essere realizzate sotto varie aspetti e qualità, hanno tutte lo specifico compito di alimentare la meccanica del gioco. Le risorse, quindi, possono essere di vario tipo e catalogate in base a diversi criteri: possono essere semplici o composte, positive e negative, esclusive (se sono di un unico giocatore) o condivise, neutrale (senza alcun effetto sul giocatore ma controllata dall'evolvere del gioco). La loro funzione, invece, e la PLAYABILITY dipendono da altri elementi essenziali, che sono l'obiettivo, le regole e la storia.

Le risorse di ogni GDO sono essenziali e la facilità di comprensione è sicuramente il motivo dell'eccezionale successo di questo gioco. Sotto l'apparente aspetto di semplicità, però, il progredire sul TAVOLIERE nasconde un simbolismo fortissimo che lo lega addirittura all'antica disciplina della numerologia di cui tutte le sue caselle, infatti, sono intessute. Tutte le combinazioni numeriche del GDO sono delle riduzioni cabalistiche: qualsiasi numero composto da due cifre (quelle ottenute dai due dadi lanciati) viene ridotto a una sola, da cui si ricava un determinato significato simbolico, riconducibile a una delle caselle che compongono il percorso. Il GDO è una trasposizione ludica della vita umana con i suoi ostacoli e le sue fortune, dove ogni numero ha una sua ben precisa interpretazione esoterica; è anche un viaggio iniziatico, un racconto, l'esperienza stessa della vita che si presenta sotto numerosissimi travestimenti ma che richiede sempre la medesima esperienza individuale e collettiva: quella di guardare il mondo reale presentato attraverso l'esperienza, applicata o meno, del gioco da una distanza di sicurezza.

Se paragonato al complesso sistema di risorse e meccaniche necessarie a realizzare un SERIOUS GAME di ultima generazione, però, il GDO può apparire di una tale banalità da generare addirittura il dubbio se si possa o no considerarlo un gioco: come già detto, questa visione estrema non tiene conto del complesso intreccio di simboli a cui il

gioco rimanda e che proprio la fortissima componente aleatoria ne fa l'archetipo di ogni GPS. L'affermazione che «un costrutto completamente dipendente dal caso non può essere nemmeno considerato un gioco» poiché «non vi sono vere e proprie azioni dei giocatori, non vi sono scelte da compiere» non tiene conto del fatto che è proprio il confronto con l'imprevedibilità assoluta del caso, associata alla CORNICE NARRATIVA via-via scelta per tematizzare il GDO, ad averlo reso uno dei giochi più affascinanti e giocati della storia (Bertolo, 2014, p. 204, 215).

Su questo specifico argomento è necessaria una seconda precisazione relativa al giudizio in merito al valore del GDO da parte della letteratura di riferimento, alle volte discorde proprio in relazione alla componente aleatoria del gioco. Come detto nel capitolo precedente, secondo i tradizionali sistemi di classificazione, il GDO rientra anche nella categoria dei giochi d'azzardo e come tale, sempre seguendo le indicazioni dello stesso Caillois, apparterebbe ai giochi di *Alea* e quindi incapace di «fornire il modello di una rappresentazione del mondo o di sistematizzare, sia pure alla cieca, una sorta di embrionale sapere enciclopedico» (1967, p. 35, trad. it. 2004). L'affermazione dello studioso francese, che è generalizzata a tutti i giochi d'azzardo, si presta però ad alcune puntualizzazioni dal momento che proprio il GDO è innegabilmente un tipico risultato di un processo di modellizzazione e astrazione della realtà e quindi esula necessariamente dall'affermazione. D'altronde anche lo stesso Caillois, approfondendo la valenza sociale di alcuni specifici giochi d'azzardo, aveva riscontrato una certa importanza culturale di alcuni esemplari, come nel caso di un gioco di dadi molto diffuso nel Camerun e nel Gabon. Si tratta di un gioco con regole molto semplici (in pratica assomiglia al “testa o croce”) che si gioca tuttora tramite l'utilizzo di alcuni dadi, ricavati dall'intaglio di alcuni semi e realizzati a due facce, che raffigurano numerosi soggetti appartenenti al vocabolario iconografico di queste popolazioni. In pratica, è possibile paragonare i dadi del gioco a una vera e propria enciclopedia per immagini: animali, piante, fiori, pesci e insetti, oggetti d'uso come l'ascia, il tamburo, maschere rituali ma anche uomini dediti alle occupazioni quotidiane o colti in posizioni

ieratiche o drammatiche. Questi oggetti istoriati hanno raccontato e raffigurato le caratteristiche salienti della cultura del Camerun e sono ancora oggi un gioco, oltre che amuleti e fonti di salvaguardia del linguaggio convenuto di queste comunità; sono l'esempio di come un "semplice" gioco d'azzardo possa contribuire alla diffusione nel costruito della società delle identità sociali e concettuali di una popolazione: se da una parte, infatti, i dadi camerunensi sono carichi di significati enciclopedici e simbolici (non sarebbe escluso poter analizzare le tradizioni culturali di questa popolazione anche tramite questi oggetti), dall'altra si collegano alla tradizione di questo paese intessendo strette connessioni con le sue credenze e la sua cultura: al di là della loro ragione aleatoria, è legittimo riconoscere loro una funzione educatrice e formativa che come «forma manifesta dell'ingiustizia» non potrebbe trovare spiegazione.

Tornando al valore del motore aleatorio, i due maggiori segni distintivi del GDO – la TENSIONE e l'INCERTEZZA generate dal caso – devono essere intesi proprio come gli elementi fondanti l'apprezzamento e il coinvolgimento del giocatore, il "carburante" stesso dell'esperienza estetica che rende "giocare al GDO" un'attività in grado di generare cultura e non l'esatto contrario, e cioè che il fatto che sia il caso a decidere per i giocatori renda questa esperienza ludica inutile e fine a se stessa. Questa affermazione segue la direzione aperta da Huizinga che riconosceva che «quanto più il gioco è atto a elevare il clima vitale dell'individuo o del gruppo, tanto più intensamente si risolve in cultura. La sacra rappresentazione e l'agone festivo sono dappertutto le due forme in cui la cultura cresce "come gioco" e "in gioco"» scriveva (1939, p. 57, trad. it. 2002).

Proprio la natura agonale dei GDO riconosce la natura fortemente tensiva di questi giochi che, sebbene non abbiano in assoluto capacità di generare imprevisti, generano invece una TENSIONE fortissima per il senso di vittoria cui spingono i giocatori⁸. Quando si gioca a un

⁸ Il termine agonale, dalla radice greca *ἀγων* è inteso come "riunione", cioè come l'insieme di persone che gareggiano tra loro per vincere "qualche cosa" e risultare per questo migliori degli altri.

GDO non importa essere scaltri o veloci, ragionevoli o tattici, importa essere competitivi e vedere chiaro l'obiettivo del gioco che, semplicemente, compiace quel desiderio primordiale dell'uomo di potenza, di dominio, di "arrivare per primo" sugli altri e ricevere per questo onore. In questa forte eccitazione alla vittoria, nel "saggio d'eccellenza" poco importa il tipo di competizione che si ingaggia con gli avversari perché l'obiettivo è raggiungere il risultato: «ogni vittoria "rappresenta", cioè, "realizza" per i vittoriosi il trionfo delle forze benigne su quelle maligne, la salute del gruppo che promuove il fatto.

Ecco perché proprio come i giochi di forza, di destrezza, d'arguzia, anche il mero gioco d'azzardo può avere un significato sacrale, "significando" e "determinando" effetti divini. Anzi [...] i concetti di fortuna e di destino nella mente umana si trovano sempre vicinissimi alla zona delle cose sacre» (Huizinga, 1939, p. 67, trad. it. 2002). Lo storico olandese faceva riferimento a qualcosa di molto simile all'attuale teoria della MEANINGFUL PLAY EXPERIENCE (Salen, Zimmerman, 2004), l'esperienza ludica che stimola conoscenze dense di significato nei videogiochi e che indica anche il grado di divertimento del giocatore in base al coinvolgimento offerto dal gioco.

L'esperienza che gli individui vivono giocando ai SERIOUS GAME risulta basilare in quanto, potenzialmente, è in grado di generare riflessioni e consapevolezza che permangono nel tempo e possono avere piccole o grandi conseguenze sulle vite dei giocatori. Le loro scelte significative hanno quindi un ruolo cruciale, ma se giocare vuol dire prendere delle decisioni, svolgere azioni o lasciarsi trasportare consapevolmente nella INCERTEZZA, nel momento in cui queste scelte si ripercuotono su un contesto più ampio del gioco stesso, uscendo dal CERCHIO MAGICO e creando "valore", ci troviamo comunque nel mezzo di un'esperienza ludica significativa. Presupponendo, quindi, che la simulazione sia la realizzazione di una CORNICE NARRATIVA che ottiene credibilità nella realizzazione di un TAVOLIERE più o meno coerente, e che la possibilità di applicare delle risorse al gioco conduca il giocatore verso un maggiore appagamento della sua esperienza, i sistemi utilizzati per realizzare la simulazione applicata al suo principio più importante, cioè al dialogo tra lo spazio fisico reale del giocatore e la

cornice narrativa, sono potenziati nei videogame tramite la nozione di coinvolgimento, che non è certo slegato dal divertimento che il giocatore trae dalla componente attiva del gioco (quando è lui stesso a decidere le proprie mosse), ma neanche eliminato dal fattore aleatorio, come una parte della riflessione accademica sui videogiochi è portata a pensare sui giochi analogici aleatori.

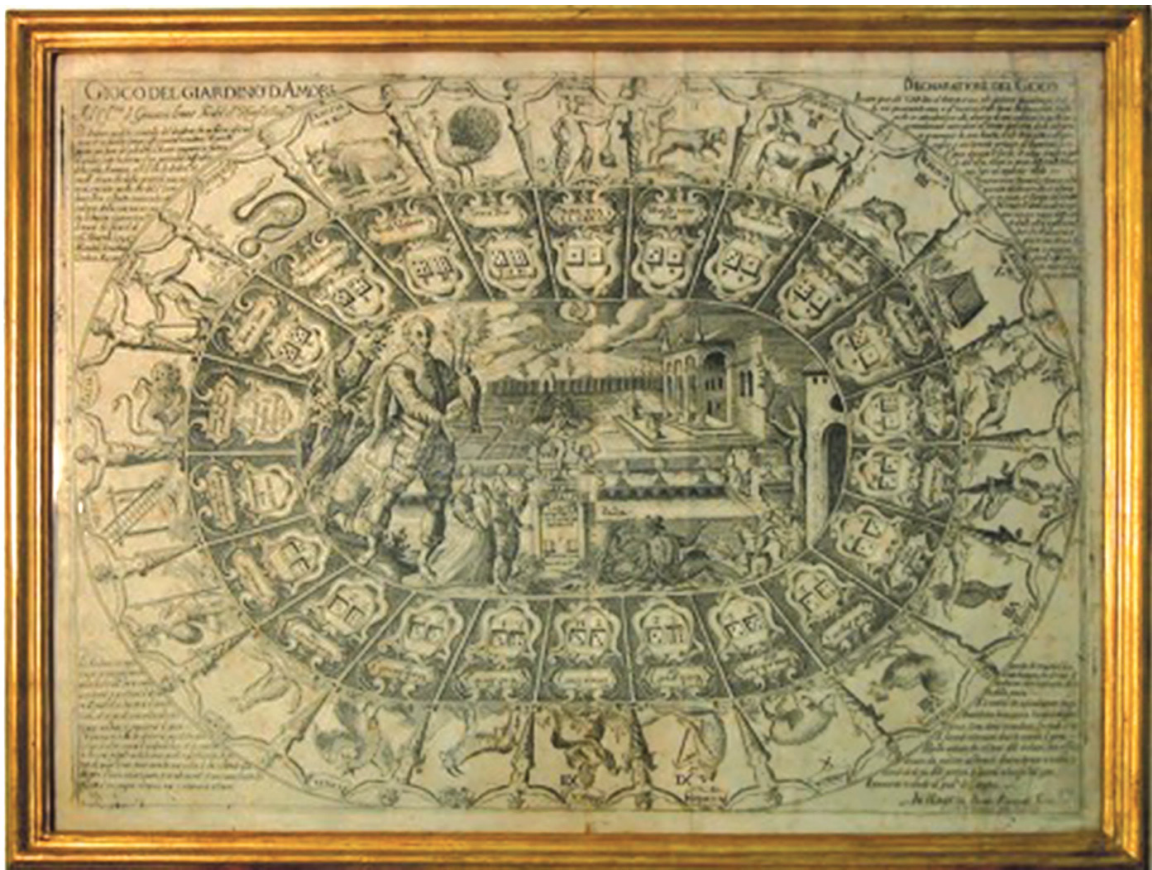


Fig. 4 - Jeu Agréable et Récréatif des Amours - XVIII secolo, Basset M. d'Estampes, Paris, France (foto dell'autrice, collezione Paolo Castellani).

3. Dal disegnatore di giochi al game designer

*I videogiochi sono arte. Un'arte popolare. Un'arte emergente.
Un'arte largamente incompresa. Ma nonostante tutto, arte.*
Henry Jenkins, 2002¹

I (video)giochi come oggetti funzionanti e utilizzabili ad un preciso scopo sono il frutto di un processo ideativo ben determinato e per questo la loro interpretazione richiede una riflessione che abbracci gli ambiti puramente tecnici. Nei capitoli precedenti, attraverso il confronto con i modelli che hanno contribuito a codificare il FORMATO dei GPS, ho voluto provare a evidenziare alcuni punti focali e il loro trasformarsi – potenziandosi – nel passaggio dal gioco analogico a quello digitale, soprattutto in relazione alla capacità di coinvolgimento che la storia narrata sa presentare ai giocatori. Ma il gioco oltre che artefatto complesso è un generatore di cultura perché s'innesta nelle dinamiche di crescita e di generale approfondimento delle attività umane: come tale va inserito nel sistema delle arti e di conseguenza analizzato scientificamente anche con i sistemi con cui si affrontano tutti quei temi che hanno a che fare con la creatività, la comunicazione, l'espressione e la partecipazione estetica umana.

L'apporto creativo del gioco lavora su un doppio binario: creativa è l'attività del giocatore ma creativo è anche il progetto del gioco stes-

¹ Henry Jenkins, classe 1958, è oggi professore presso la *University of Southern California* e ha codiretto fino a qualche anno fa il *Comparative media Studies Program* al MIT. Studioso di scienze politiche e giornalismo, si è specializzato nei campi della comunicazione e della comunicazione dell'arte, soprattutto in relazione al fenomeno delle culture partecipative dal punto di vista della *new media literacy*, la capacità da parte di giovani e adulti di acquisire le competenze necessarie per essere utenti consapevoli e partecipanti attivi della cultura che nasce nel contesto dei nuovi media. Si rimanda ai suoi testi: *Fan, blogger e videogamers: l'emergere delle culture partecipative nell'era digitale* e *Art Form for the Digital Age*. Cit. in Matteo Bittanti, 2002, p. 239.

so. Nel 2006 Matteo Bittanti scrive che «l'Italia, che presenta ancora una delle industrie video ludiche più sottosviluppate e immature [...] ha invece prodotto alcuni degli esempi più interessanti di quella che ho chiamato *Game Art*» (Bittanti, Quaranta, 2006, p. 45), e ci indica un'altra strada che percorre questo lavoro: il riconoscimento della matrice artistico-creativa del lavoro del game designer e dei suoi prodotti nel settore dei giochi e dei videogiochi.

Questa professione non è programmare una mera sequenza di numeri e neanche una successione di immagini ma un meraviglioso atto di creatività, logica e arte.

I primi, pionieristici, passi nella direzione di riconoscere il videogioco come forma di espressione artistica del pensiero, proprio come qualunque altro medium dal cinema alla letteratura, sono recentissimi: sono solo del 2010 le parole di Marco Accordi Rickards, «il videogioco è anche un'arte in sé, un'arte espressa attraverso le forme del game design» (cit. in Charans, 2011, p. 61).

Il videogioco stimola la creatività soprattutto attraverso l'INTERAZIONE e induce il giocatore a produrre scenari personalizzati e a coinvolgere più giocatori in rete, e in tale aspetto si inserisce in quel fenomeno che in arte è stato definito nei termini di ESTETICA RELAZIONALE. Come l'arte, infatti, «il videogioco si definisce quale un luogo di contaminazione tra estetiche, linguaggi e contenuti tratti dalla società e dal mondo della comunicazione, ma soprattutto – e questo conferma l'idea duchampiana della creatività diffusa – partecipa all'ossessione per la relazione e l'interattività della società postmoderna» (Di Raddo, 2011, p. 53).

Il divertimento relazionale dei giocatori assume nel gioco una dimensione estetica e di seduzione unica, perché l'esperienza è attiva e varia di volta in volta, e si presenta sempre aperta a nuovi scenari che il giocatore vive in prima persona e verso cui è portato a riflettere. Tra l'altro, il fatto che nei videogiochi l'abilità di apprendere emerga principalmente attraverso schemi, icone, suoni e altri linguaggi multimediali, ha riconosciuto a questo modo di GIOCARE SERIAMENTE anche la capacità di alimentare un pensiero di tipo critico e di favorire l'apprendimento esperienziale fondato sulle pratiche dell'osservare,

dell'immaginare e del fare, a loro volta connesse alle logiche di coinvolgimento e sperimentazione.

In questo senso, i giochi da tavolo e i videogiochi sono entrambi oggetti complessi in grado di diventare strumenti di civilizzazione ma anche, è giusto dirlo, di abbruttimento. Se è vero che il videogioco come medium «continua a sopportare un sempre più aggressivo pregiudizio collegato direttamente alla sue capacità rappresentative e immersive» (Pecchinenda, 2013, pos. 38), è anche vero che a un'industria che ha banalmente usato i temi del gioco per generare un FUN gratuito non è possibile negare la responsabilità di aver contribuito a generare alcuni atteggiamenti fuorvianti riversati dai giocatori, soprattutto quelli più giovani, nella società contemporanea e di aver commercializzato prodotti scadenti destinati a durare pochissimo tempo sul mercato.

Ma è anche vero, e questo è sicuramente meno evidente, che anche i giochi tradizionali pativano la banalità del progetto che li sottendeva quando il loro progettista voleva ottenere un facile consenso di pubblico e quindi proponeva un “gioco prevedibile”, piuttosto che offrire una consapevole scelta per chi sceglie “quel” gioco piuttosto che un altro.

Quando si parla di DIVERTIMENTO nei giochi bisogna far bene luce sul significato che si attribuisce a questa parola: ho già detto della distinzione tra FUN e FLOW, riferendomi al primo, generalmente, come a una sensazione di spensieratezza, di distrazione e piacere, mentre al secondo come a un'attività collegata all'impegno e alla fatica che compie il giocatore nel superare gli ostacoli (anche quelli noiosi o non necessari) e nella conseguente gratificazione che questa attività genera.

Secondo Ralph Koster, autore di *A Theory of Fun for Game Design*, il divertimento è il segnale gradevole (cioè un FEEDBACK) che il cervello fornisce come ricompensa per aver imparato qualcosa di nuovo (2005, p. 96): ci divertiamo a giocare, quindi, quando ci sentiamo gratificati se otteniamo ricompense per aver risolto lavori o affrontato difficoltà. Seguendo questo iter, parlando del FLOW, ho sottolineato in che modo il giocatore si diventerà di più: più aumentano

le difficoltà più aumenta la sua gratificazione. Il FUN estremo, invece, svicola su tutto ciò che è difficoltà e impegno per chi gioca, sia al livello riflessivo che prettamente fisico, e propone un'esperienza basata sulla gratuità dell'atto ludico. Spesso è proprio la scelta dei temi a potenziare il livello dello svago fine a se stesso.

Quando sono ancestrali come la guerra, la morte, il dolore e la sconfitta, la volontà di simulare una CORNICE NARRATIVA apre due possibilità al progettista: sfruttare le capacità simulate al loro minimo e trasportare il giocatore in una situazione dove “tutto gli è permesso” per il semplice fatto che sta simulando qualcosa che nella vita non farebbe o non vivrebbe, e in modo da fargli trovare sfogo a certi impulsi nocivi e/o inespressi, oppure calibrare e coordinare le complesse dinamiche della simulazione verso un'esperienza che lo appaghi e lo faccia crescere anche attraverso dinamiche molto delicate.

Questa straordinaria capacità di comunicazione, anche ideologica, ha contribuito a dare corpo all'accusa mossa ai videogiochi di essere capaci di influenzare il pubblico anche in maniera negativa. Forse non è evidente quanto lo è oggi nel medium videoludico, ma anche i GPS analogici hanno utilizzato la rilevanza del tema per proporre un'immersione a volte realmente catartica, a volte dannatamente gratuita.

Esiste una versione molto particolare di GDO il cui tema è legato alle Brigate Rosse (fig. 3): è un gioco sorprendente perché abbina quello che negli anni Settanta era ormai diventato semplicemente un gioco da bambini, il GDO, a una tematica talmente scottante da far pensare ad una natura fumettistica e canzonatoria del tema. Invece, al contrario, chi ha prodotto e disegnato il gioco l'ha fatto perché questo “spieghi” allo stesso modo dell'*imparar divertendosi* i motivi di un'organizzazione militare-politica terroristica come quella brigatista.

Stampato su un foglio di carta singolo, il gioco ha dimensioni piuttosto anomale data la particolare lunghezza: è un percorso di 90 caselle con un inizio insolito, in alto a sinistra, e presenta delle caselle che hanno lo stesso valore di quelle tradizionalmente dedicate alle oche (chi vi capita sopra può ritirare di nuovo) ma non sono nella solita numerazione e sono riconoscibili perché raffigurano tutte una camionetta dei Carabinieri. Esiste la casella 0 di entrata, che in questo caso è il

carcere, e anche una casella 64 finale, il consueto Giardino dell'Oca che qui corrisponde a un carcere incendiato e distrutto. In pratica, vi sono un po' tutte le caratteristiche tradizionali dei GDO anche se in una veste davvero particolare.

Le regole elencate a sinistra sono una miscela d'ideologia rivoluzionaria e di tradizionali indicazioni di gioco: due elenchi di numeri, quelli positivi e quelli negativi, che fanno spostare il giocatore esattamente come nel GDO. Le didascalie appaiono solo nelle caselle dove non ci sono le immagini ma i numeri e, quindi, le immagini non sono corredate da un testo scritto; le frasi, per la maggior parte, sono citazioni di Mao Zedong, Lenin, Antonio Gramsci e Karl Marx, il resto sono slogan ideologici come quello alla casella 23 dove leggiamo «si stanno organizzando per far delle prigioni tante basi di lotta contro i padroni»: la vittoria del gioco è rappresentata dal carcere incendiato e distrutto da cui i carcerati – i protagonisti del gioco – scappano con tanto di mitra in pugno.

Al di là dei numerosi ragionamenti che si possono fare su questo gioco, quel che incuriosisce è che un movimento come quello delle Brigate Rosse abbia scelto di esprimersi “anche” tramite un GDO che, in effetti, in quegli anni stava scomparendo sia come consuetudine che come oggetto di mercato. Se lo paragoniamo ad alcuni videogiochi SHOOT'EM UP più recenti come *Mafia* non vi è, però, molta differenza: istigazione alla violenza, ad azioni nefande, a uccidere e a utilizzare qualsiasi mezzo, anche i più inaccettabili moralmente, per farlo². Ma il GDO delle Brigate Rosse ha forse qualcosa in più: una tematica scottante il cui coinvolgimento richiede al giocatore un potente sforzo mentale che i videogiochi rendono meno traumatico, grazie alla loro straordinaria rapidità di comprensione e assimilazione dei contenuti e nel rendere reale il mondo simulato, chiedendo meno sforzo alla fantasia che invece liberano. Il problema dei videogiochi considerati come strumenti nocivi per la società nasce negli anni Novanta,

² *Mafia* è una serie di videogiochi sparattutto in terza persona sviluppata da Illusion Softworks e pubblicato da Gathering of Developers per Microsoft Windows, Playstation 2 e Xbox. Il primo episodio della serie di tre è uscito nel 2002.

quando diventa così scottante e controverso da generare discussioni in tutto il settore videoludico: intervengono esperti e appassionati da tutto il mondo a difesa, o in accusa dello stimolo a comportamenti violenti che genererebbe l'uso dei videogiochi, soprattutto quelli più dichiaratamente brutali. Il dibattito ha avuto uno step fondamentale nel 2011 con l'intervento della Corte Suprema Americana che, chiamata a giudicare in merito, ha stabilito che il videogioco (seppur violento) è un medium comunicativo come tutti gli altri e come tale è protetto dal primo emendamento sulla libertà d'espressione. Questo vuol dire che alla pari di un film, di un libro o di immagini che promuovono la violenza, i (video)giochi non sono direttamente responsabili delle reazioni dei giocatori nel loro quotidiano o quanto meno non lo sono più di un film violento o un libro horror. La pubblicazione di *Mafia: The City of Lost Heaven* (il primo dei tre episodi della serie che è un piccolo capolavoro italiano), per esempio, è stata messa a rischio da una forte opposizione a livello politico nonostante il gioco contenesse una rappresentazione del crimine simile a quella di capolavori del cinema come *Il Padrino*.

L'uso del gioco a fini nocivi si lega a motivi ben più complessi che il "semplice" giocare, per quanto se ne possa fare un uso smodato: gli studi psicoanalitici sulla materia hanno dimostrato che è più la concomitanza di comportamenti aggressivi, di una predisposizione naturale e del contesto formativo a rendere i (video)giochi, così come qualsiasi altro sistema comunicativo, potenzialmente pericolosi. Questo ci conforta su entrambi i medium che abbiamo analizzato: l'utilizzo del gioco a fini educativi non può escludere la libertà di indagare le tematiche più disparate ma ciò che deve restare centrale è la profondità con cui si presentano i temi complessi, soprattutto violenti e soprattutto nei GPS: fare una vera esperienza – anche di un tema contraddittorio e delicato – permette al giocatore di viverla in una maniera più critica e consapevole del semplice DIVERTIMENTO di imbracciare un mitra e sparare a qualsiasi cosa gli si pari davanti. L'esperienza ludica facilitata del virtuale è in grado di instillare una ATTIVITÀ CATARTICA nei giocatori tramite il confronto con i temi ancestrali, anche i più terribili, del genere umano (la guerra, la morte, il tradimento, la fuga,

lo spionaggio, ecc.): vivere, nell'esperienza protetta del gioco, soprattutto le emozioni negative o quelle che siamo abituati a tenere più sotto controllo o inesprese, aiuta i giocatori ad averne meno paura o, quantomeno, a purificarne in parte gli effetti³.

La diffusa banalizzazione e la mancanza di etica dei – e nei – temi trattati (destinati a durare poco ma a convincere e divertire nell'immediato) più che dimostrare che il videogiocare sia una banale attività da perditempo, segnala piuttosto una tragica perdita dei contenuti adottati nei videogame e nei giochi in generale, cosa che dipende dal fatto che sono concepiti come sempre più velocemente “consumabili” e preferibilmente immersi in uno scenario bellico, ripetibile all'infinito, dove il fine è di sopravvivere uccidendo. I giochi, fin quando realizzati solo di una veste materiale e per questo relegati alla rappresentazione a due dimensioni, hanno vissuto di un distaccato realismo: quando si trattava di affrontare il tema della guerra o della morte, vi erano, sì, scontri e sofferenza, dolore e patriottismo, ma il sangue non sgomentava come fa oggi. Sono proprio esempi come il GDA che dimostrano la sostanziale differenza con la gratuità della morte inflitta, scelta come tema dominante del DIVERTIMENTO negli attuali WARGAMES. La cosa è talmente scioccante da domandarci se sia giusto approntare una reale etica dei videogiochi che ne regolamenti i temi e il modo di raccontarli.

Ripartiamo ancora dalle parole di Jane McGonigal che dice che «qualsiasi gioco – digitale o meno – ben progettato è un invito ad affrontare un ostacolo non necessario. Quando vediamo i giochi in questa luce, le metafore pessimiste che utilizziamo per parlare dei giochi si rivelano per quel che sono, timori irrazionali». Ci giunge un inaspettato messaggio positivo. L'aspetto catartico, oggi, se pensato nel senso di liberazione, il cui effetto è “migliorato” notevolmente dalle capacità esperienziali e di raccontare gli eventi dai videogame, rappresenta una delle migliori novità espressive del mondo video ludico.

³ Esiste una teoria su queste dinamiche, la *Catharsis theory* (Kestenbaum, Weinstein, 1985), che considera il gioco come sfogo per certi impulsi potenzialmente nocivi. È stata più volte usata nell'approccio psicologico ai videogiochi inteso a evidenziare in modo scientifico una certa correlazione tra aggressività, comportamenti antisociali e utilizzo dei videogame. Su questo argomento cfr. D. Sheff, 1994.

È vero che i game designer utilizzano sistemi sempre più potenti, sempre più mobili, per generare un possibile coinvolgimento intenso nel giocatore: se da un lato è possibile condividere l'affermazione della designer americana quando dice che «un flow più affidabile e la possibilità di sentirsi fieri separano i giochi per computer e i videogiochi da tutti gli altri giochi venuti prima» (McGonigal, 2011, pos. 809), è anche impossibile negare che l'enorme diffusione del (video)giocare e la potente banalizzazione a cui il gioco è stato sottoposto ha sfruttato proprio la forza del FLOW per snaturare il meccanismo ludico e lo ha realmente e culturalmente svilito.

La poca disponibilità di tempo delle nuove generazioni, ma soprattutto la frammentazione del mondo che viviamo, fatto di momenti in continua evoluzione, che si susseguono e si alternano di continuo, ci ha privato in qualche modo delle “grandi narrazioni” tradizionali consegnandoci una realtà “liquida” (Baumann, 2006), cioè leggera, frammentaria, multiforme, fatta di continue combinazioni. Scrive Beniamino Sidoti in merito: «il gioco si snatura quando da esplorazione di possibilità diventa passatempo, sfogo energetico fine a se stesso, meccanismo il cui funzionamento è già integralmente previsto; dentro il gioco» (in Cambi, Staccioli, 2008, p. 106).

E, in effetti, se il gioco diventa gratuito e senza alcun obiettivo che non sia il semplice “giocare”, svagarsi e distrarsi, la sua gratificazione diventa direttamente proporzionale alla sua banalità. Molto chiaro in merito anche il monito di Stefano Bartezzaghi: «nella nostra giornata si infiltrano elementi ludici: sono giocattoli mercificati o merce trasformata in gioco. Sono giochi immateriali. Giochi di parole sui tormentoni pubblicitari o tv, parole di plastica, canzonette [...] In questo il gioco è cambiato: non è più un mondo rigidamente delimitato e separato da quello reale, ma vi si insinua. Il tempo di lavoro e il tempo libero sono divenuti non solo flessibili ma anche frammentari. Il nostro tempo è fatto tutto di ritagli, e il gioco vi circola in modo pervasivo. Se lo vediamo di meno è perché è onnipresente» (Bartezzaghi, 2001).

Come affrontare il tema nobile di un progetto di un (video)gioco che rispetti anche una vera etica professionale e non si lasci bana-

lizzare in un mero esercizio di stile? Forse anche recuperando parte della tradizione di questo mestiere del progettista di giochi, da secoli responsabile di “quella” funzione civilizzatrice dei giochi in generale.

1. Designer ante litteram

Il contributo del designer nel progetto di un **SERIOUS** O **PERVASIVE GAME** può variare molto in base allo stile, la grafica, la scala, la finalità e il budget scelto: esistono alcuni videogiochi realizzati e collaudati con un budget ridottissimo da ricercatori o sviluppatori indipendenti, oppure sostenuti da investimenti milionari come **WWO**, al cui progetto hanno lavorato almeno trentacinque persone tra designer, fumettisti e sviluppatori, e che è stato presentato da *ITVS Independent Television Service* e finanziato dalla *Corporation for Public Broadcasting* americana⁴. L’esercito dei professionisti del *gaming* dimostra, però, che il passaggio al digitale ha reso necessario frammentare e specializzare i singoli contributi e che questo genera difficoltà a mantenere quanto più possibile l’attività lontana dal semplice **FUN** fine a se stesso e più vicina alle tradizionali teorie dell’inclusione e dell’accessibilità del giocatore. Secondo Bittanti, la maggior parte dei creatori di videogiochi sono ancora artigiani, non artisti: «Si deve distinguere tra gli ‘auto-ri’ e i ‘*metteurs en scene*’: questi ultimi sono esecutori, che traducono una sceneggiatura in immagini, mentre il vero *game designer* è capace di sintetizzare nella sua creazione i più svariati elementi culturali, sociali ed estetici della contemporaneità» (2004).

Uno degli errori più comuni quando si pensa al progetto di un videogioco è quello di scambiarlo per la serie di codici informatici che ovviamente lo compongono: questa convinzione, pericolosamente diffusa anche tra gli addetti ai lavori, genera una reale confusione su quale sia il merito della programmazione nella realizzazione di un gioco, e quello, invece, del design.

⁴ Le informazioni sui soggetti presenti nel progetto sono disponibili online al sito: <http://writerguy.com/wwo/metahome.htm>

Per quello che ci interessa in questa analisi, sono fondamentalmente quattro le competenze dei designer nel mondo ludico: il game designer, il lead designer, il level designer e il fiction writer (lo specialista di INTERACTIVE STORYTELLING). Attività che a vario livello sono preposte a immaginare e progettare la PLAYABILITY del gioco, cioè il suo “fattore DIVERTIMENTO”⁵. Su un altro fronte lavorano, poi, i game developer, gli sviluppatori, coloro cioè che si dedicano maggiormente all’attività di programmazione tout court (ingegneri, matematici, programmatori, ecc.), e a fianco di questi altre figure, da chi gestisce i budget e le tempistiche, ai grafici esperti in 2D e 3D, ai texture artist, ecc. (Thomas, Orland, Steinberg, 2007).

La coerenza emersa dall’analisi precedente di alcuni esempi di GDO come il GDA ci porta a porre un quesito: chi – e soprattutto seguendo quali PATTERN – progettava un gioco di percorso simulativo come quello dell’*Aquila* e lo *Jeu de la Guerre*?

Nei giochi con un alto livello di PLAYABILITY, l’accordo di tutti gli aspetti teorico-progettuali è sempre stato fondamentale al loro successo, anche nei secoli precedenti al XX quando il processo ideativo che sta alla base di un GPS era meno noto: il team composto dal disegnatore, gli artigiani esperti nella lavorazione dei materiali, uniti all’esperienza dell’editore, facevano la differenza nella fortuna di un gioco⁶. Nel passato, però, contrariamente a quanto accade oggi, i giochi non avevano un autore-progettista cui riferirsi, piuttosto un editore: i giochi di percorso più longevi e amati dal pubblico non appartengono ai nomi dei loro ideatori, che rimangono pressoché sconosciuti, ma alle stamperie che li hanno prodotti, come il GDA. Ogni tanto, e solo nel caso di disegnatori di merito indiscusso, è comparsa la firma di chi aveva realizzato la prima matrice per la stampa. Nell’arco dei secoli, infatti, i giochi realizzati su supporto cartaceo sono nati “semplicemente”

⁵ Chi si occupa dello sviluppo dello STORYTELLING, il *fiction writer*, non è da confondersi con il *functional writer* cioè lo sviluppatore dei dettagli del software grafico. Il *fiction writer* è lo sceneggiatore, il romanziere, colui che usa gli strumenti digitali per raccontare la storia su cui si basa il gioco.

⁶ Per la parte seguente si fa riferimento ai libri di Alberto Milano (1993), Dossena (1984), Cambi-Staccioli (2007), che vengono citati una sola volta per non appesantire il testo.

dalle mani di chi, poi, li vendeva: è solo nel corso del Settecento che assistiamo alla graduale separazione tra stampatore, editore e libraio anche se, accanto a tipografi puri e a librai autentici (oltre agli autori che si fanno editori, sono frequenti, casi di tipografi che stampano a proprie spese e, con maggior fortuna, di librai che diventano editori), s'impongono sul mercato figure ibride, contraddistinte da un appeal imprenditoriale che si fondava sull'idea della solidità aziendale intesa come la combinazione di più mestieri.

Nel GDA è piuttosto evidente l'occasionalità dell'edizione: le Arti Grafiche Varesine non erano una realtà editoriale conosciuta in Italia per la diffusione di giochi a stampa come lo erano, invece, da anni le aziende milanesi *Marca Stella* e *Marca Aquila*, specializzate proprio in questo settore; tantomeno il Comitato delle Patronesse Milanesi era un ente consuetamente finanziatore di progetti socio-comunicativi. Il fortunato connubio conferma una pratica italiana consolidata da più di un secolo che si basava su un sistema professionale composito e anonimo. Tale sistema si era strutturato nei secoli precedenti in Francia e in Inghilterra, poi transitato in Italia: le tavole stampate nel nostro paese sono state per tanto tempo e per la maggior parte copie di matrici che provenivano dal mercato francese, più sistematico e longevo.

Caratteristica dei cosiddetti *feuilleton volant* francesi era la complessità del tema, ben tradotta in una grafica articolata, e la provenienza da botteghe già specializzate e di grande prestigio come *M. Basset d'Estampes*, in rue Saint-Jacques a Parigi, o la *Imagerie d'Épinal*, entrambe attive già dalla fine del Settecento. Di questi giochi abbiamo pochissime notizie su "chi faceva cosa" nelle fasi d'ideazione, disegno e poi di produzione: i problemi legati alla censura dei temi più scomodi (erotici, politici, propagandistici, ecc.) e alle sanzioni imposte a chi stampava giochi d'azzardo, imponevano il più possibile l'anonimato (Milano, 1993). Era consueto, tra l'altro, che le matrici dei giochi di maggior successo passassero da editore a editore come merce di scambio o compra-vendita per arricchire e variare il repertorio di una bottega: in questi passaggi alcune matrici erano parzialmente restaurate, poi riutilizzate, e il nome della stamperia d'origine era sostituito con quello della successiva che acquistava il gioco.

Tra i più famosi *fabricant d'images* di tutti i tempi troviamo Jean-Charles Pellerin, de la *Imagerie d'Épinal*, la più antica casa editrice di giochi francese, già attiva nel 1796 e presente ancora oggi sul mercato. Jean-Charles Pellerin, nativo di Épinal (1756-1836), era un *cartier-dominotier*, un fabbricante e commerciante di carte stampate, da gioco e decorate: eredita il lavoro dal padre Nicolas che nel 1773 gli lascia la *Imagerie* (poi *Fabrique*) *Pellerin*, una piccola impresa artigianale che Jean-Charles amplia in poco tempo grazie ad un intuito da imprenditore che lo spinge a circondarsi di collaboratori di altissima qualità che egli stesso coordina⁷.

Il contributo delle maestranze che scelse fu decisivo: un pool di artigiani esperti tra stampatori, librai, pubblicitari del calibro di Francois Georin, caricaturisti come Pinot, Rabier, Caran d'Ache, O'Galop, Ensfelder, Ballan, Pacher, Borel, di illuminatori, disegnatori e fumettisti che condotti dall'*imagier* Pellerin (termine intraducibile in italiano se non con “immaginatore, immaginiere, immaginaio”, cioè il creatore-venditore d'immagini) faranno dell'azienda il primo, vero, medium di massa di stampe popolari, trasferendo sui cosiddetti *feuilleton volant* l'immaginario collettivo francese di almeno tre secoli. L'azienda immette sul mercato dei giochi stampati (carte, giochi da tavolo, racconti illustrati per i bambini) il concetto della riproducibilità e della duplicazione tramite la combinazione di più aspetti: da un lato, le intuizioni e le realizzazioni artistiche dei singoli, dall'altro le innovazioni tecnologiche legate all'uso della stampa e allo sviluppo della xilografia. Il carattere distintivo delle stampe di *Épinal* risiedeva proprio nella qualità tecnica e grafica della rappresentazione e della colorazione delle immagini, ma soprattutto nella scelta di Jean-Charles di specializzarsi nel settore “popolare”, comprendendo anche la necessità di produrre industrialmente prodotti per bambini: carte da gioco, racconti illustrati, giochi di percorso, puzzle e almanacchi.

Le prime stampe della *Imagerie d'Épinal* erano *feuilles de saints*, le consuete immagini religiose di santi e martiri: a queste si aggiunse-

⁷ Maggiori formazioni sulla storia dell'azienda francese sono disponibili online al sito: <http://www.imagerie-épinal.com>. La traduzione dei testi in francese consultati è dell'autrice.

ro, agli inizi dell'Ottocento, scene commemorative e particolareggiate di grandi battaglie, soprattutto dell'epoca napoleonica, poi i ritratti dell'Imperatore, infine, alla metà dell'Ottocento, le fiabe di Perrault e di De la Fontaine. Sulle stampe non era riportata la firma dell'autore del disegno: la prassi comune era di inserire nel timbro identificativo dell'azienda i termini *fabricant d'images* o *d'imagerie* dopo il nome dell'editore e prima dell'indirizzo di sede della ditta, non altro. Per *imagerie* in Francia, infatti, s'intendeva «l'insieme di rappresentazioni destinate a un vasto pubblico ma anche allo stesso tempo i fogli di carta sui quali quelle rappresentazioni venivano stampate» (Milano, 1993): il significato era quindi altalenante tra l'attività stessa e il prodotto dell'attività di stampatore. All'espressione francese di “fabbricanti d'immagini”, in Italia si è preferito dare il significato di “fabbrica d'immagini”: un'impostazione dichiaratamente più legata all'attività di produzione e non al mestiere del disegnatore.

I primi editori di giochi italiani, tra i più noti i Remondini di Bassano e i Soliani di Venezia, iniziano la loro attività già agli inizi del Settecento ma ereditano gran parte degli stilemi tipici adottati per i giochi di percorso e di simulazione proprio dai colleghi francesi. Il catalogo delle stamperie italiane si arricchisce alla fine del XVIII secolo, quando «alle stampe dai colori vivaci si aggiunsero giochi come il giro dell'oca o i soldatini di carta e i libretti di storie per soddisfare i gusti del popolo minuto» (Milano, 1993, p. 20). Le regole del mestiere italiano risiedevano maggiormente nella pratica: i Remondini, per esempio, nascono come produttori di carta di cui rifornivano gran parte dell'Europa; solo successivamente le scelte dei sistemi di stampa da adottare, del tipo di oggetti da produrre e dei soggetti da raffigurare (sacri o profani, per intendersi) hanno fatto la differenza nella fortuna imprenditoriale di alcune realtà piuttosto che di altre. Per la dinastia dei Remondini (attiva dal 1634 al 1860) e quella francese dei Basset (dall'inizio del XVIII secolo al 1840 ca.), per esempio, «la limitata utilizzazione della litografia, che era ormai la principale tecnica di stampa per i fogli a larga diffusione, ebbe un ruolo fondamentale nel far diventare i fogli stampati non solo troppo costosi ma anche poco appetibili al pubblico» e quindi causare la rovina delle due aziende

intorno alla metà dell'Ottocento (Milano, 1993, p. 75). Mentre è stato proprio l'utilizzo della litografia a livello industriale a fare la fortuna della *Imagerie d'Épinal*.

Gli intraprendenti Remondini, specializzati nella produzione di carta da parati, atlanti geografici, immagini sacre, giochi, ecc., e i francesi Basset esperti realizzatori di *vues d'optique* (vedute di città caratterizzate dai colori forti – azzurro, rosa, verde – posizionate all'interno di una scatola ottica per un particolare effetto prospettico) non avevano capito l'importanza che una buona riproduzione industriale, a poco costo e popolare, aveva assunto alla fine del XIX secolo.

Nella stampa dei giochi di percorso, la matrice di legno, pietra o rame era realizzata a mano da un incisore o un litografo che vi riportava il soggetto, non sempre originale; la matrice era, poi, macchiata, cioè veniva inchiostro il solco del disegno e impresso sulla carta. La colorazione avveniva in un terzo momento, direttamente stesa a mano sul foglio stampato (con la tecnica dell'acquerello), o tramite l'utilizzo di sagome di cartone che facilitavano il riempimento degli spazi da colorare o, più di consueto, la stessa matrice veniva più volte pressata sul foglio di carta e ogni volta macchiata con un colore diverso. Era consueto che le matrici dei giochi di maggior successo passassero da editore a editore come merce di scambio per arricchire o variare il repertorio di una bottega; in questi passaggi alcune matrici erano acquistate, restaurate e poi riutilizzate.

La particolarità dell'attività di stampatore di giochi era anche nel tipo d'intervento che si poteva attuare tra un passaggio e l'altro e che rendeva il gioco “un pezzo unico” o l'evoluzione di una stessa matrice. I diversi stadi di stampa, infatti, erano gestiti da artigiani specializzati la cui creatività, spesso, variava il risultato finale: incisori che correggevano la matrice acquistata da altri, per esempio, o “macchiatori” che invertivano le colorazioni di base, litografi che realizzavano su propria intuizione nuove matrici o arricchivano vecchi modelli durante il processo di restauro. Ecco perché di uno stesso modello di GDO, per esempio, è possibile rintracciare diverse varianti di una stessa matrice o, al contrario, seguire l'evoluzione di “legni” di successo che, pur passando di mano in mano, sono rimasti pressoché identici, stampan-

do lo stesso gioco anche a distanza di molti anni e in luoghi differenti⁸.

La correzione delle matrici avveniva per mano degli incisori ma la scelta delle correzioni da fare era spesso autonoma e anonima: solo a partire dagli inizi del Novecento, nello specifico caso della *Imagerie d'Épinal* e delle botteghe specializzate come M. Basset di Rue Saint-Jacques e quelle della contrada Margherita a Milano, si inizia a distinguere uno “stile” riconoscibile da stamperia a stamperia.

Le tavole più vendute e scambiate in Italia arrivavano proprio dal mercato francese, più strutturato, ed erano caratteristiche per la complessità del tema trattato, tradizionalmente più articolato sia dal punto di vista delle immagini che del racconto, e perché, pur restando anonimo il nome del disegnatore-autore, provenivano da botteghe specializzate e di prestigio già molto famose in tutto il resto d'Europa.

I pochi esemplari firmati che conosciamo sono tavole riservate a un pubblico di *élite* o particolarmente preziose che, non essendo destinate alla larga distribuzione, non soggiacevano né alle leggi di mercato né alle censure. Un bellissimo esempio è lo *Jeu Agréable e Récréatif des Amours* (fig. 4), stampato da Basset M. d'Estampes intorno alla metà del Settecento. È un modello di GDO dal tema dichiaratamente amoroso, conosciuto anche con il nome di *Passatempo di Cupido*: la stampa racconta dei vizi e delle virtù della vita amorosa da una prospettiva molto concettuale e razionale. La raffigurazione adottata, infatti, richiama il clima accademico francese e ci riporta nel mondo erudito, intellettuale e antiquario, settecentesco. La tematica scelta per lo *Jeu Agréable e Récréatif des Amours* s'inserisce in quello che all'epoca fu un profondo cambiamento nel linguaggio figurativo dei GDO e cioè l'intento dichiaratamente didascalico che li caratterizzò nell'arco di tempo che va dalla fine del XVIII a tutto il XIX secolo. Con l'inizio della produzione in serie, infatti, assistiamo a una diffusione commerciale straordinaria di questi giochi che, con pochissime varianti strutturali, mutano nei temi della raffigurazione, via-via adattata a messaggi di varia natura: moralistici, erotici, riferiti alla classe

⁸ Con la parola “legni” si indicavano indistintamente le matrici per la stampa riferendosi a quelle più antiche che erano realizzate solo in quel materiale.

borghese, al senso positivo dato alla vita, al lavoro, alla famiglia, ecc. (Dossena, 1984).

Dopo l'exploit ottocentesco, la *Imagerie d'Épinal* ha attraversato una fase critica con la rivoluzione del digitale: se il primo impatto con il mondo industriale aveva generato quella che a buon diritto si può definire la prima industria europea di artefatti ludici, il secondo, quello con il digitale, ha stravolto e arrestato irrimediabilmente l'azienda. Salvata qualche anno fa dal fallimento da una cordata d'imprenditori, guidata da Pacôme Vexlard, artista, designer e imprenditore, la *Imagerie* oggi è più un monumento dell'industria ludica che il simbolo di una continuità con la tradizione dei GPS stampati. Rifiutando un generale adattamento alle modifiche delle strutture di mercato e tecnologiche, i talentuosi fumettisti e autori che oggi lavorano per *Épinal* s'inseriscono nel mercato per le immagini sapientemente elaborate e per l'accorto uso delle tecniche di stampaggio più all'avanguardia. Si sottraggono, però, ai sistemi del digitale e, in gran parte, alla digitalizzazione dei tradizionali sistemi narrativi. Per la storica ditta francese oggi il gioco rappresenta una forma immobile d'immagine da rieditare proprio tramite le tecniche ereditate dal passato e adattate ai bisogni contemporanei.

Tanto per avere un'idea, nella suggestiva ditta francese la prima macchina utilizzata per l'*aquatype* (il processo meccanico che ha sostituito quello manuale nella realizzazione delle parti a più colori e per produrre grandi numeri d'immagini commercializzabili), acquistata dalla ditta nel 1902, è tutt'ora attiva negli stabilimenti: la progettazione dei giochi da *Épinal* è purtroppo un po' statica e, non a caso, lo stesso Vexlard, chiama la sua emblematica impresa la *belle endormie*, la bella addormentata.

La *Imagerie d'Épinal* può essere considerata a buon diritto un simbolo della continuità della pratica collettiva alla progettazione dei GPS ma anche dell'attuale immobilità del mercato dei giochi stampati su una superficie piana. L'azienda è stata la prima a immettere sul mercato il concetto della riproducibilità industriale dei giochi stampati, e a strutturare un vocabolario segnico moderno condivisibile e riconoscibile dai giocatori. Il mondo immaginato nei giochi di *Épinal* è il risultato coerente di più componenti: le realizzazioni artistiche dei singoli, le innovazioni tecnologiche legate all'uso della stampa e allo sviluppo

della xilografia, l'intuito dell'autore-editore Jean-Charles Pellerin di specializzarsi nel settore "popolare" della produzione di prodotti per bambini e infine la qualità grafica della rappresentazione, che è andata progressivamente svincolando, poi abolendo del tutto, gli elementi testuali dai giochi.

Su un fronte diverso procede, però, il mercato videoludico che evidenzia quel dinamismo e quella trasversalità che apparteneva all'industria ludica pre-virtuale della *Imagerie d'Épinal*. Ciò che nel mondo della simulazione è rimasto immutato è la pratica del mestiere inteso come opera collettiva e coordinamento di un team, ma tale è stata l'accelerazione dei videogiochi che per creare un mondo virtuale come quello di wwo oggi è necessario uno sforzo collettivo e coordinato straordinario di centinaia di artisti e programmatori⁹.

2. L'esercito dei game designer

Oggi i creatori dei videogiochi di maggior successo sono celebrità, guru indiscussi della comunicazione a livello mondiale: una vera e propria élite di game designer d'eccezione – Will Wright, Richard Garriott, Sid Meier, Yu Suzuki, Shigeru Miyamoto, Hideo Kojima, John Carmack e pochi altri ancora – che ha contribuito a nobilitare il mestiere videoludico, trasformandolo da semplice meraviglia tecnologica a forma espressiva dotata di un suo statuto autonomo¹⁰. Il giapponese Shigeru Miyamoto, autore del famosissimo *Donkey Kong*, è stato il primo a essere presentato pubblicamente come designer e mente creativa di un'azienda come la *Nintendo*. Miyamoto, abile fumettista, inizia a lavorare per la Nintendo, all'epoca produt-

⁹ I passi da gigante che la tecnologia moderna ha compiuto nel corso degli ultimi anni hanno potenziato l'aspetto tecnico di tutte le componenti che costituiscono il videogioco, dall'aspetto grafico, con tutti gli effetti e la risoluzione, fino ad arrivare alla realizzazione del motore della console. All'interno di un team che lavora al progetto di un videogioco, però, il rapporto tra creativi e programmatori resta di quattro a uno.

¹⁰ Per una storia dettagliata dei progettisti di videogiochi dagli anni Settanta in poi, cfr. in lingua italiana Ascione (1999), Carlà (1993), Bittanti (2002), Pellittieri, Salvador (2014).

trice di *hanafuda* cioè carte da gioco, come inventore di giocattoli, settore in cui l'azienda si cimentava da una decina di anni. Assunto con l'incarico di "collaboratore artistico" (Pellitteri, Salvador, 2014, p. 47), si dedica alla sezione videogiochi per migliorarne alcuni già in commercio, come *Radar Scope*, SHOOT'EM UP di tipo ARCADE molto famoso in Giappone ma praticamente sconosciuto nel resto del mondo. Miyamoto, non troppo entusiasta di doversi dedicare a giochi di strategia bellica, propone un videogioco tutto nuovo, *Donkey Kong*: su schermo fisso, con personaggi inventati e controllati a video dal giocatore, narra la storia di *Jumpman*, un simpatico idraulico baffuto che deve raggiungere la sommità di un palazzo dove lo scimmione Donkey Kong tiene prigioniera la sua fidanzata. Il successo di questo videogioco è stato tale che il lavoro di Miyamoto «ha ottenuto in Giappone quel riconoscimento che i designer della *Atari* avevano chiesto invano negli Stati Uniti per anni» (Pellitteri, Salvador, 2014, p. 48): infatti, dal 1982 in poi, il game designer diventa dichiaratamente il mestiere di chi inventa giochi, qualificato dalle componenti più creative e progettuali.

Negli anni immediatamente precedenti, l'approccio aurorale alla progettazione dei videogiochi (mi riferisco a quelli realizzati tra la fine degli anni Sessanta e i primi anni Settanta) si struttura grazie a contributi differenti, confluiti nel mondo ludico da diverse direzioni, e innestati nella prassi tradizionale degli autori di giochi da tavolo, all'epoca ancora artigiani anonimi che lavoravano per casa editrici o stamperie professionali: da un lato, continuano a istituire il mercato figure autoriali che si occupano in prima persona di tutti gli aspetti progettuali e operativi – dall'ideazione alla realizzazione – come da *consuetudine* del mestiere; dall'altro, incidono le sperimentazioni attuate da figure "casuali" di scienziati e studiosi approdati al progetto ludico da ambiti differenti (Pellitteri, Salvador, 2014, p. 9).

A questo dobbiamo l'iniziale semplicità dei primi schemi dei videogiochi – trama elementare, scenografie bidimensionali, assenza di grafica e presenza, non sempre necessaria, del testo scritto – che corrispondeva a una conoscenza prettamente informatica dell'autore. Il videogioco, infatti, è nato ben prima del 1972, storica data di nascita del

celebre *Pong*, progettato da Allan Alcon per la Atari, ma alla fine degli anni Quaranta dalla sperimentazione avvenuta in laboratori di diversa natura. Thomas T. Goldsmith, per esempio, nel 1948 brevetta uno strumento «per intrattenersi con un gioco» (United States Patent Office, 1948, cit. in Pellitteri, Salvador, 2014, p. 21) che si basa sul controllo di un raggio catodico per abbattere bersagli mobili visualizzabili in un oscilloscopio. Goldsmith era un fisico attivo nei laboratori di Allen B. Du Mont di Passaic nel New Jersey: a causa dei costi di produzione il brevetto non andò mai oltre la fase di prototipo.

Dopo di lui, Willy Higinbotham realizza nel 1958 un gioco di tennis interattivo, sfruttando un oscilloscopio e un gigantesco calcolatore: Higinbotham era uno scienziato nucleare che si era occupato della sperimentazione delle bombe atomiche durante la Seconda Guerra Mondiale. Così inventa *Tennis for Two*, «pensato esclusivamente come intrattenimento scientifico e pura fascinazione tecnologica per i visitatori del laboratorio» (Pellitteri, Salvador, 2014, p. 22). Lo studente universitario, Steve Russell, infine, nei laboratori d'ingegneria del MIT di Boston, crea nel 1961 *Spacewar!*, combattimento fantascientifico fra due navicelle spaziali montato su un enorme computer tx-0, il primo videogioco «progettato in maniera approfondita con tempi di realizzazione non giustificabile solo da questione tecniche ma anche, e soprattutto, dal vero e proprio design delle meccaniche di gioco, dall'interfaccia, dai controlli» (Pellitteri, Salvador, 2014, p. 24).

Nel giro di pochi anni da queste prime straordinarie sperimentazioni, il settore videoludico si struttura rapidamente: le competenze specifiche dei programmatori vanno via-via definendosi e complicandosi in parallelo all'evoluzione tecnica e all'utilizzo dei sistemi parametrizzabili del virtuale. Solo dopo le geniali intuizioni di Miyamoto e l'esplosione delle potenzialità offerte dal digitale, diventa necessario suddividere e inquadrare le differenti professioni in un progetto di gioco e orientare maggiormente la tradizionale autorialità verso gli aspetti più creativi del design e dell'interfaccia con l'utente finale.

In questa direzione lavorano gli statunitensi Trip Hawkins e Sid Meyer; il primo, solo un anno dopo il «primo processo di progettazione che comincia con una storia» di Miyamoto (Kohler, 2009, p. 39,

cit. in Pellittieri, Salvador, 2014, p. 47), fonda la Electronics Art con l'intento di promuovere la componente creativa e autoriale del game design; il secondo diventa, a tutti gli effetti, il designer più rappresentativo del settore videoludico tanto da pubblicare nel 1982 *Sid Meier's Pirates!*, il primo videogioco di simulazione che contiene nel titolo il nome del proprio designer. Le straordinarie capacità di Meyer, che nel 1999 è stato inserito nella *Hall of Fame* della Academy of Interactive Arts & Sciences, creatrice di DICE Awards, fra i riconoscimenti più importanti nel mondo video ludico contemporaneo, non risiedono nelle abilità manuali quanto nell'intuito di utilizzare il PC, e non più le consolle ARCADE, per coinvolgere attivamente il giocatore nelle scelte e negli sviluppi della storia del gioco, che inizia a cambiare in base alle strategie di quest'ultimo. «Il *game designer* non è schiavo della tecnologia – scrive Bittanti – al contrario la subordina alle sue esigenze espressive. Il vero *auteur* ricorre a tutti gli espedienti tecnici, visuali e formali per creare la sua opera» (Bittanti, 2004)¹¹.

Ma in un mercato in cui la durata media del prodotto tende a restringersi, la possibilità di aggiornare con continuità gli aspetti grafici e visuali del prodotto-gioco consente di mantenere per tempi più lunghi la sua validità, sostenendo una strategia di fondo con poche variazioni legate alla pesatura dei singoli item (pensati con un aspetto sempre più accattivante, sempre nuovo e adattabile alla mutate esigenze, anche estetiche, dell'utenza). In tal senso il game designer non sempre può far rendere al massimo la propria creatività potendosi concentrare sugli aspetti realmente correlati alla variabile temporale che, infatti, con l'esplosione delle potenzialità offerte dalla digitalizzazione, è stata ridotta drasticamente alla semplice validità di mercato intesa come continua necessità di comprare giochi sempre nuovi.

Per esempio *Bricks*, il gioco che ha ormai spento candeline ben oltre il quarto di secolo e che sarebbe improponibile se non come “vintage” sul mercato attuale, mantiene, in innumerevoli varianti tuttora apprezzate, la struttura di base del gioco, e ulteriori varianti

¹¹ Il testo è disponibile online al sito: http://mbf.blogs.com/files/logica_di_ludologica

continuano a uscire; lo stesso si può dire di *Pac-Man* in cui la finalizzazione del percorso (chiuso o aperto, a livelli multipli o a struttura *flat*) attraverso l'acquisizione di benefit (le "proteine" del primo *Pac-Man*, per intendersi) che aumentano il punteggio e/o altre *feature* di gioco (come i bonus-vita *et similia*) è passata inalterata nel corso degli anni, e si stenterebbe oggi a riconoscere la struttura originale nelle virtualmente infinite realizzazioni esistenti, spesso lontane anni luce le une dalle altre, che dalla prima hanno preso vita. Ma vi sono anche videogiochi che nascono da un reale potenziamento di meccaniche tradizionali come *Infinity blade*, che è pensato come mix di azione e strategia, e con una struttura di percorso che richiama la classica caccia al tesoro con goal finale; oppure *Clash royal* (o *Clash of clans*), un tipico gioco a strategia incrementale con ampliamento delle capacità sullo stile di *Risiko!*

Questi potenziamenti sono possibili grazie alla fantasia che il designer, non più costretto a coartare la propria espressività all'interno dei limiti imposti dalla fredda necessità di programmazione della strategia di gioco, ha potuto focalizzare e far librare oltre quei limiti che apparivano non superabili. La facilità di accesso al prodotto-gioco da parte dell'utenza in fasce di età, reddito ed estrazione culturale sempre più ampie, ha generato un forte allargamento del target cui il gioco si rivolge: presupponendo un'incidenza dell'interesse nel gioco relativamente costante all'interno della popolazione, possiamo con ragionevole certezza ipotizzare un incremento sempre crescente del numero degli utenti finali. Ciò è confermato dal mercato mondiale dell'industria ludica che dieci anni fa si traduceva nel nome di un paio di multinazionali, mentre oggi, in Italia, conta centinaia di aziende che operano con grandi potenzialità.

L'industria ludica è settore culturale in grado come nessun altro di interpretare ancora la *imagerie populaire* di una società: è vero che la globalizzazione ha depauperato i contenuti di molti giochi, ma è anche vero che l'industria videoludica ha sempre più possibilità di generare cultura nel popolo dei giocatori. La stessa McGonigal è ben consapevole che un Game designer, oggi, non debba avere come unico obiettivo quello di convincere i giocatori a "dare di più" nel gioco dal punto di

vista di tempo impiegato o di denaro speso, ma di potenziare tramite la serietà dell'atto ludico un maggior equilibrio tra il giocatore stesso e la sua vita, intesa più piena, attiva e consapevole.

La banalizzazione del gioco è un processo contro cui si oppone la buona progettazione che contrasta anche la gratuità dei temi e la loro velocità di permanenza sul mercato: gli studi più all'avanguardia sanno che i giocatori hanno comunque una certa soglia di tempo da impiegare nel gioco (si trova intorno alla venti ore settimanali) oltre la quale temono di star perdendo tempo e di abdicare alla loro vita reale (il “gamer regret”, come lo definisce Clive Thompson)¹².

Quindi inutile forzare sul concetto del “più giochi-più tempo”, ma su una maggiore qualità di soddisfazione, di fierezza e di continuità nei giocatori: il gioco è – e deve restare – un atto libero che arricchisce dal punto di vista delle gratificazioni intrinseche e di una attività autotelica che, come sostiene Csikszentmihályi, è dotata di obiettivi pratici e trova nel suo stesso svolgimento il suo scopo principale.

3. Serious game per il design

Oggi è appurato che l'uso di SERIOUS e di PERVERSIVE GAME nel processo di apprendimento illumina la natura fondamentale della materia insegnata: un gioco sul design, per esempio, non dovrebbe essere pensato semplicemente come tecnica efficiente per rendere l'apprendimento della disciplina più attraente o divertente, ma l'atto stesso del gioco dovrebbe diventare un mezzo d'indagine sulle radici dell'attività progettuale stessa. Come ho detto, c'è molta differenza tra usare i giochi come strumento efficace per insegnare scienza, design o arte, o trattare la scienza, il design e l'arte sotto l'aspetto del gioco.

Il punto non è quello di un'educazione considerata più efficace perché i suoi metodi sono più giocosi – non intendo, cioè, il gioco

¹² Clive Thompson, *Battle with 'gamer regret' never ceases*, in *Wired*, 10 settembre 2010, il testo è disponibile online al sito: <http://www.wired.com/gaming/virtualwords/commentary/games/2007>

come semplice strumento per rendere l'apprendimento più attraente – ma che l'argomento educativo stesso debba essere interpretato sotto l'aspetto ludico per essere molto più formativo e significativo il gioco che di esso se ne fa.

Secondo punto è presentare l'uso di un *SERIOUS GAME* come strumento di lavoro pratico e di apprendimento in grado di coinvolgere attivamente ed emotivamente gli studenti stimolando le loro capacità percettive, estetiche e cognitive: un gioco che può essere parte del processo stesso di formazione perché il soggetto da apprendere, il design, è, per certi aspetti, naturalmente ludico.

Negli ultimi anni gli studi sui giochi hanno contribuito a sciogliere e ricalibrare la tradizionale antinomia “gioco-vs-serietà” con cui per lunghissimo tempo si è riconosciuto nell'attività ludica il contrario di un'attività seria: sempre Huizinga ha aperto la strada in questa direzione sostenendo che il «concetto “gioco” come tale è di ordine superiore a quello di serietà. Perché la “serietà” cerca di escludere il “gioco”, ma il “gioco” può includere benissimo la serietà» (1936, p. 54, trad. it. 2002); e oggi siamo del tutto consci che il gioco, trasferendo il giocatore in un mondo che non è quello della realtà ma quello altro, parallelo, diverso del ludico non lo porta in una realtà non-seria perché non reale, ma “diversamente seria” perché ludica.

I giovani d'oggi riconoscono nella rete una forma di “attività seria” di apprendimento e scambio d'idee attraverso cui, sia nel ruolo di fruitori che in quello di produttori di informazioni, sono sempre più attivamente coinvolti e disposti a collaborare con gli altri. È l'«intelligenza collettiva» di cui parlava già Lévy nel 1994, oggi formata da milioni di utenti collegati in rete dalle più disparate parti del mondo, all'interno di una realtà virtuale dove convergono sempre più i media, i loro linguaggi e il modo in cui essi comunicano fra loro e con le persone. Questo cambiamento culturale ha interessato da vicino lo stesso sistema di acquisizione delle conoscenze: l'apprendimento delle nuove generazioni, infatti, si attua sempre più affiancando ai sistemi tradizionali erogati un sistema digitale che preferisce, là dove possibile, l'esperienza diretta o la simulazione che porta a una più rapida comprensione e assimilazione dei contenuti.

Oggi, i *SERIOUS GAME* sono strumenti ludici in cui tutti questi temi – la simulazione, l'apprendimento e la trasmissione di contenuti – promuovono processi di formazione guidati. Il giocare “seriamente” esula dal semplice divertimento per presentare una forma di gioco complementare agli altri sistemi di conoscenza degli esseri umani.

Ricordando ancora una volta che il gioco è da sempre considerato un facilitatore della comprensione e che gli individui sono in grado di cambiare le proprie pratiche e abitudini in conseguenza del mutare degli strumenti e delle tecnologie a disposizione, il cambiamento tecnologico ha reso, oggi, l'utilizzo di questa tipologia di giochi più idonea a facilitare la crescita e l'apprendimento delle generazioni più giovani: poco meno di quindici anni fa, Donald Norman nel suo famosissimo *Emotional Design* prevedeva nel suo immediato futuro uno straordinario sviluppo dei videogame proprio per questa loro capacità d'intrattenimento e di «far provare il piacere dell'esperienza». Per lo studioso tutto il comparto video-ludico sarebbe diventato da lì a poco «ben altro: promette – scriveva – di evolversi, nel corso del XXI secolo, in forme radicalmente diverse di divertimento, di sport, di addestramento e di didattica» tanto da far sì che «l'artificiale potrà non essere più distinguibile dal reale» (2004, pp. 131-133).

Per Norman l'imprenditoria del design di ricerca accademica non aveva svolto, all'epoca, un buon lavoro nello studio del divertimento e del piacere: «in generale il design viene considerato come un'abilità pratica, una professione piuttosto che una disciplina» (p. 104) e così facendo si era generato un approccio al *DIVERTIMENTO* quasi sempre inteso in accezione negativa, cioè di contenitore di tutto ciò che non è divertente – l'ansia, la paura, la rabbia – in relazione al rapporto tra gli uomini e gli oggetti.

I *SERIOUS GAME*, invece, grazie alla loro smaccata interattività, sono oggi uno tra i migliori mezzi per l'aumento della partecipazione attiva, divertita e creativa delle persone in relazione non solo agli oggetti che usano ma anche alla formazione, al lavoro, alla lettura: la trama di un *SERIOUS GAME* non è mai “a senso unico” (come nel cinema, ad esempio, dove lo spettatore si siede davanti ad uno schermo e segue una storia già impostata dal regista), ma può essere gestita in maniera

soggettiva in base alle singole azioni del giocatore. Può essere, cioè, “controllata” e dipende in maniera dinamica tanto dalle azioni del giocatore quanto dalla storia pensata dall’autore-designer.

Pochissimi anni fa il designer-ingegnere giapponese Isao Hosoe ha restituito una grande definizione di questo mondo così complesso: «è nel gioco che l’essere umano esprime il massimo della sua intelligenza»; e non è un caso che sia suo un progetto (direi l’unico progetto) di un gioco pensato come esempio e summa teorica degli elementi necessari al progetto di design.

Nel 2008, in collaborazione con il designer Lorenzo De Bartolomeis e ispirandosi a un tradizionale gioco giapponese dal nome *Karuta*, che si basa sull’associazione immediata di immagini e parole, Hosoe realizza *Play 40*, un gioco di carte dedicato allo stimolo delle idee e della creatività, un vero e proprio strumento di lavoro per i designer che «muove le idee e ne fa nascere di nuove, che valorizza la sensibilità individuale e soprattutto l’opera collettiva, per un innovativo modo di progettare e di creare» (Hosoe in Best, 2016): fatto di immagini, parole, concetti, azioni e significati, l’obiettivo di *Play 40* non è quello di far vincere un concorrente ma di far comunicare, inventare e associare le idee dei concorrenti tra loro tramite le quaranta carte creative¹³.

Play 40 non è un gioco tradizionale occidentale dato che non è fondato sulla razionalità né sul calcolo o sul rischio, ma sull’associazione tra immagini, parole e concetti: le carte servono per giocare con le idee, per farne nascere di nuove, e muovere quegli elementi che portano alla progettazione intesa come un modo di fare e di pensare che racconta il mestiere del designer nella sua interezza, nel concentrare in una sintesi perfetta tutte le complessità¹⁴.

Il processo su cui si basa il gioco è quello dell’abduzione (dal latino *ab ducere*, condurre da), un ragionamento creativo che potenzia

¹³ L’intervento di Hosoe è nell’edizione italiana di *Design Management* di Kathryn Best, curata dal Professor Francesco Zurlo della facoltà di Design del Politecnico di Milano per Zanichelli. Cfr. Caso Studio Loccioni, parte 2, pp. 1-3.

¹⁴ Ulteriori informazioni e gli aggiornamenti del gioco *Play 40* sono disponibili al sito: www.play-factory.it

la mente verso quel tipo di pensiero capace di superare la logica razionale per affrontare con naturalezza un imprevisto cui non si è preparati (tipico della realtà ludica) e che la razionalità si rifiuterebbe di analizzare proprio perché impreparata a farlo. In pratica, il ragionamento abduttivo, come definito per primo da Aristotele, si basa su una valenza dimostrativa minore rispetto alla deduzione e all'induzione, perché, nel sillogismo che rappresenta, la premessa maggiore è certa e quella minore è dubbia, per cui la conclusione è caratterizzata dalla probabilità. L'abduzione, quindi, è un ragionamento che, partendo da fatti spiegabili, cioè le premesse, cerca di indovinare una possibile ipotesi che li spieghi, cioè la conclusione (Frixione, 2007). Proprio per questo, secondo il filosofo americano Charles Sanders Peirce, tra i primi a interessarsi a questi argomenti da un punto di vista semiologico, l'abduzione è l'unica forma di ragionamento capace di accrescere il nostro sapere perché permette di ipotizzare nuove idee, di indovinare, di prevedere; vero è che, per gli stessi motivi, è anche l'unica forma di ragionamento maggiormente a rischio di errore (1878).

Nell'iter dell'abduzione di *Play 40*, Isao Hosoe concentra gli aspetti caratteristici del lavoro del designer e li identifica in alcune figure/carte retoriche con specifiche abilità creativo-riflessive: la carta *bricoleur*, per esempio, simboleggia l'uomo guidato dalla grande curiosità di capire il mondo, instancabile nella ricerca e capace di emozionarsi quando trova qualcosa; il *trickster* è l'individuo in continuo movimento, capace di comunicare con chiunque, che vive nella marginalità del sistema senza appartenere a un sistema produttivo puro. Il gioco consta, poi, di alcune attività: *alaya*, che incita i giocatori all'associazione libera tra immagine e testo; il *play*, che serve come scambio d'idee e punto centrale di tutto il gioco/progetto; il *trickster*, la reazione all'imprevedibile, che pone ogni giocatore a scoprire una carta, a descrivere ciò che l'immagine gli suggerisce "sfidando" il successivo giocatore a fare altrettanto. La forza di *Play 40* sta proprio nella sua capacità di "mettere in relazione" cose e persone, passato e futuro, memoria e innovazione, natura e cultura dando vita a suggerimenti, approfondimenti e prospettive da esplorare: passaggi chiave e immersivi legati ai processi di concezione e maturazione delle idee.

In questa direzione, e partendo dall'input di questo libro che ha voluto riattivare un'attenzione riflessiva e strategica sul gioco e sul giocare partendo dalla forza formativa e significativa che tale attività sottende, un prossimo obiettivo potrebbe diventare quello di presentare un *SERIOUS GAME* come strumento di lavoro pratico e di apprendimento in grado di coinvolgere attivamente ed emotivamente i designer affermati e in erba, stimolandone le capacità percettive, estetiche e cognitive nell'apprendimento e nella pratica stessa del design. *GIOCARE SERIAMENTE* con, e nelle, pratiche didattiche di una disciplina di per sé ludica com'è il Design, non può che aprire a nuovi scenari di conoscenza, diffusione e applicazione immersiva dei suoi strumenti e della sue peculiarità.

4. Glossario

AFFORDANCE: la qualità fisica di un oggetto che suggerisce a un giocatore le azioni appropriate per manipolarlo.

ALTERNATE REALITY GAME: (ARG) giochi che usano sia ambientazioni concrete che virtuali in modo da far interagire il giocatore con i personaggi del gioco, anche in luoghi reali e fisici, utilizzando il suo dispositivo mobile; sono molto simili ai **PERVASIVE GAME** con cui condividono la **AUGMENTED REALITY** che è una loro caratteristica comune. Il termine è entrato nel settore nel 2002 per giochi come *I Love Bees* (2004), *Word Without Oil* (2007), *Chore Wars* (2007).

AMBIENTE EPICO: (EPIC MEANING) lo spazio ludico costruito che, in virtù della sua scala estrema, provoca un senso profondo di riverenza, di stupore e di conseguente motivazione e gratificazione ludica nel giocatore.

AMERICAN GAME: (O AMERITRASH) giochi caratterizzati da tematiche molto sviluppate in cui le meccaniche servono a far immergere i giocatori nel mondo di gioco e che presentano un notevole fattore aleatorio. L'interazione tra i giocatori è spesso diretta e può essere pesante (in termini di perdita di pezzi/risorse e/o eliminazione dalla partita). Un gioco-esempio di questa categoria è *Guns of Gettysburg* di Bower Simmons.

ANTIEVASIONE: s'intende il contrario di "evasione" e cioè non sottrarsi alle situazioni e alle condizioni di vita reale tramite l'attività di gioco. I giochi di antievasione sono antiescapisti, cioè realizzati per ottenere più dalla vita reale e non per evaderne. Gli ARG sono i giochi antievasione per eccellenza.

ARCADE: letteralmente "videogioco da sala giochi", sono videogame dai meccanismi facilmente comprensibili e dalla breve durata, giocabili in una apposita postazione pubblica a gettoni o a monete e costituita fisicamente da una macchina posta all'interno di un cabinato. Chiamati anche **COIN-UP**, gli ARCADE hanno sbaragliato il mercato negli anni Ottanta tanto che il loro nome è diventato sinonimo di "sala giochi". I videogiochi del tipo di *Space Invaders*, *Defender*, *Asteroids*, *Tetris* e *Pac-Man* rappresentano la prima generazione dei videogame appartenenti a questa categoria.

ARG: si veda **ALTERNATE REALITY GAME**.

AUGMENTED REALITY GAME: giochi basati sulla presenza fisica del giocatore e sull'utilizzo di appositi dispositivi digitali che sovrappongono alle immagini del luogo

reale un livello augmented, aumentato solitamente con l'aggiunta di dati e oggetti alla riproduzione video.

AVATAR: il personaggio del gioco fisicamente rappresentato nel mondo (soprattutto nei videogiochi), spesso ideato e personalizzato dal giocatore stesso.

ATTIVITÀ CATARTICA: (da catarsi) il termine è usato col senso generico di purificazione, di liberazione dalle passioni e si riallaccia alla definizione aristotelica che vi riconosceva un'azione liberatrice delle passioni indotta negli spettatori durante la visione di una tragedia.

BOARDGAMES: (giochi da tavolo) ampia categoria di giochi che necessitano di una superficie piana come un tavolo, un tabellone, una parete, ecc. per poter essere giocati.

CERCHIO MAGICO: lo spazio destinato al gioco percepito dal giocatore come provvisorio, protetto e separato dalla realtà e in cui esso è libero di mettersi alla prova.

COIN-UP: coin operated machine, s'intendono le consolle posizionate in spazi pubblici da attivare a moneta, meglio conosciute come giochi di ARCADE.

COINVOLGIMENTO: rappresenta il grado di partecipazione e gradimento del giocatore al gioco; è la misura di quanto il giocatore è emotivamente o concretamente chiamato in causa, anche nei momenti in cui non tocca a lui giocare.

CORNICE NARRATIVA: (anche cornice ludica) si veda CERCHIO MAGICO.

DIVERTIMENTO: vedi FUN.

EDUTAINMENT: da educational ed entertainment, cioè l'educare intrattenendo, divertendo.

ENVIRONMENTAL STORYTELLING: attività progettuale centrata sulla leggibilità degli spazi e di tutte le qualità degli elementi che ne fanno parte e che possono interagire con il giocatore aumentandone il coinvolgimento.

ESPERIENZA LUDICA DESIDERATA: l'esperienza estetico-emotiva che il gioco trasmette e che il game designer vuole sia provata dai giocatori; tale esperienza è "desiderata" dal progettista in fase di progetto e dal giocatore in fase di scelta del gioco cui dedicarsi.

ESPERIENZA LUDICA SIGNIFICATIVA: si veda MEANINGFUL PLAY EXPERIENCE.

ESSENTIAL EXPERIENCE: esperienza essenziale del gioco, cioè la sua chiave di lettura principale che il designer propone cercando più strade possibili perché il giocatore la provi e la comprenda.

ESTETICA RELAZIONALE: percorsi artistico-estetici che hanno principio nell'intersoggettività, nella relazionalità e nel coinvolgimento del pubblico che diventa non solo spettatore, ma esso stesso artefice dell'opera.

EUROGAMES: giochi da tavolo di stampo europeo caratterizzati da un corpo di regole contenuto che elimina (o almeno limita) l'impatto della casualità; hanno tempi di gioco ridotti, alti livelli di astrazione, poca e mai pesante interattività tra i giocatori, e pongono una maggiore enfasi sulla semplicità e l'eleganza delle mec-

caniche piuttosto che sulla loro aderenza all'ambientazione. Sono considerati l'opposto degli AMERITRASH. Un gioco-esempio di questa categoria è *In The Years of the Dragon* di Stefan Feld.

FEEDBACK: processo per cui il risultato di un sistema si riflette sul sistema stesso per correggerne o modificarne il comportamento. Nei (video)giochi i feedback possono assumere diverse forme come punti, livelli, punteggi, o semplicemente la conoscenza da parte dei giocatori del momento in cui il gioco finisce.

FLOW: l'esperienza che le persone hanno quando sono completamente immersi in un'attività fine a se stessa, forzando il corpo e la mente al limite in uno sforzo volontario per realizzare qualcosa di difficile e utile (Csíkszentmihályi) e/o la sensazione soddisfacente ed esaltante di realizzazione creativa e di funzionamento accresciuto (McGonigal).

FLOW CHANNEL: il margine che esiste tra la sfida appagante e la frustrazione; nei videogiochi dipende dal progressivo aumento di impegno dei livelli di gioco, nei giochi tradizionali dalla forza dell'avversario e/o dalle difficoltà.

FORMATO: le dimensioni del gioco analogico e i suoi elementi compositivi, che in un gioco di percorso cartaceo sono le dimensioni del tavoliere, delle plance dei giocatori (se presenti), delle carte da gioco e delle pedine, mentre in un videogioco sono la risoluzione dell'interfaccia video e la proporzione tra larghezza e altezza dello schermo.

FUN: (DIVERTIMENTO) nei (video)giochi è il segnale gradevole che il cervello fornisce come ricompensa per aver imparato qualcosa di nuovo, e può essere di diverse tipologie: hard fun (divertimento faticoso), easy fun (divertimento leggero), serious fun (divertimento serio) e people fun (divertimento sociale).

FUN FAILURE: fallimento divertente, considerato uno degli aspetti più importanti nella storia delle ricerche sui videogiochi: un gioco ben progettato aiuta i giocatori a sviluppare un'eccezionale robustezza mentale.

FRUSTRAZIONE: le sensazioni sgradevoli provate dal giocatore generalmente riconducibili a criticità del gioco come la scarsità di scelte significative, l'eccesso di vincoli o l'ingombro di fattori aleatori.

GAME: l'artefatto ludico (l'oggetto-gioco) inteso come l'insieme formalizzato e organizzato di elementi, tangibili o meno, necessari a consentire l'azione di gioco (materiali, regole, meccaniche). Usato in contrapposizione a **PLAY** (l'esperienza ludica) indica la parte quantificabile e sistematizzabile del gioco.

GAMEPLAY: l'intensità d'interazione che si stabilisce tra il giocatore e il gioco (inteso come meccaniche, obiettivi, trama), è il modo in cui al giocatore viene consentito di riconoscere e seguire il filo complessivo del gioco, coniugando in prima persona le regole e la fiction che il videogioco gli propone; anche definito come storytelling interattivo.

GAMIFICATION: l'utilizzo di dinamiche ludiche ispirate ai videogiochi (punti, livelli, premi, ecc.) in contesti non ludici come negli ambienti professionali, di formazione a distanza e non, nella finanza, ecc. per sollecitare impegno e competitività negli individui e stimolarne la ricerca di soluzioni a un problema.

GDA: acronimo per Gioco dell'Aquila.

GDO: acronimo per Gioco dell'Oca.

GERMAN GAME: si veda EUROGAMES.

GIOCABILITÀ: si veda PLAYABILITY.

GIOCARE SERIAMENTE: si veda SERIOUS GAME.

GIOCHI A INFORMAZIONE COMPLETA: giochi in cui l'elemento aleatorio è completamente assente e che seguono una meccanica ben determinata. Un gioco-esempio di questa categoria sono gli scacchi, la dama e molti WARGAMES.

GIOCHI A MOSSE CONTINUE: giochi in cui la reattività e il riflesso fisico allo stimolo non consente al giocatore pause di riflessione. Giochi-esempi di questa categoria sono i simulatori di guida e i percorsi di guerra simulata con nemici e/o bersagli che devono essere intercettati e abbattuti, o comunque colpiti, senza soluzione di continuità.

GIOCHI A MOSSE DISCRETE: (anche detti "a mosse non continue") sono giochi che presuppongono che il giocatore possa fermarsi a riflettere dopo aver fatto la propria mossa.

GIOCHI DI ASTRAZIONE: (abstract game) giochi, solitamente da tavolo, in cui l'esperienza non si fonda sulla simulazione di un particolare contesto o sul riferimento a un determinato tema narrativo ma sulla conoscenza delle regole stesse che sono progettate allo scopo di rendere interessante il gioco e non allo scopo di emulare dinamiche proprie di qualche altro contesto reale o meno. Si tratta generalmente, anche se non sempre, di giochi con forti connotazioni matematiche o geometriche, deterministici e GIOCHI A INFORMAZIONE COMPLETA. Il loro esatto opposto sono i GIOCHI DI SIMULAZIONE. Giochi-esempi di questa categoria sono *Trivial Pursuit*, gli *Scacchi*, *Quarto!*

GIOCHI DI FORTUNA: (giochi di alea) giochi in cui il giocatore non ha la possibilità di eseguire scelte strategiche e si affida al movimento aleatorio fornito dai dadi, le carte, ecc. Giochi-esempi di questa categoria sono il *Gioco dell'Oca* e la *Roulette*.

GIOCHI DI PERCORSO: vasta classe di giochi da tavolo caratterizzati da un percorso (in genere suddiviso in caselle) lungo cui i giocatori spostano i propri segnalini, con l'obiettivo di arrivare per primi a un traguardo conclusivo.

GIOCHI DI PERCORSO SIMULATIVI: giochi che impegnano il giocatore, da solo o con altri, nel raggiungimento di un traguardo su un immaginario percorso a ostacoli e che favoriscono la finzione tramite aspetti di vita e del mondo reale più o meno semplificati.

GIOCHI DI SIMULAZIONE: (simulation game) giochi che sviluppano un modello semplificato di un evento reale simulando le sue dinamiche attraverso regole riconoscibili che diventano "di gioco" e su cui si confrontano più giocatori, con obiettivi che richiedono solitamente una qualche forma di competizione (cioè, esistono delle condizioni di vittoria). I videogame di simulazione più conosciuti sono i simulatori di volo, di guida, di Formula 1, ecc. spesso con una perfetta attenzione alla riproduzione realistica. Il loro esatto opposto sono i GIOCHI ASTRATTI.

GPS: si veda GIOCHI DI PERCORSO SIMULATIVI.

HOME CONSOLE: computer casalingo o apparecchio elettronico destinato unicamente a scopi ludici. Giochi-esempi di questa categoria sono la *Playstation*, la *Xbox*, e la *Wii*.

INCERTEZZA: la proprietà per cui il valore di una risorsa o il risultato di un'azione di gioco non può essere determinato con esattezza.

INTERACTIVE STORYTELLING: attività progettuale centrata sulla leggibilità degli spazi e di tutte le qualità degli elementi che ne fanno parte e che consentono al giocatore di interagire col gioco aumentandone il coinvolgimento.

INTERAZIONE: l'influenza che ciascun giocatore esercita sugli altri partecipanti durante il gioco attraverso le proprie scelte.

LEVEL DESIGN: il progetto della successione dei singoli livelli che scandisce il ritmo di gioco e determina la curva di difficoltà.

LEVEL-UP: (salire di livello) progressione del giocatore nei livelli del gioco: più questo progredire è impegnativo, più il giocatore è motivato a svolgerlo e più punti guadagnerà nel farlo; più punti, equivalgono ad un lavoro più difficile nel livello successivo, e così via dicendo.

LIVELLO: segmento narrativo all'interno di un (video)gioco.

LUDICIZZAZIONE: si veda GAMIFICATION.

LUDOLOGIA: la scienza che studia il gioco nel suo essere, nei suoi sviluppi storici e sociali, nella sua importanza didattica.

MEANINGFUL PLAY EXPERIENCE: esperienza di gioco significativa che genera gratificazione e conoscenza nei giocatori.

MMORPG: Massively Multiplayer OnLine Playing Game ovvero "gioco di ruolo in rete multi giocatore di massa" conosciuti anche come MMO, Massively Multiplayer Online, sono giochi di ruolo svolti in rete da più persone tramite pc o console. Giochi-esempi di questa categoria sono *World of Warcraft* e *Age of Conan*.

NARRATOLOGIA: lo studio storico-critico delle strutture, forme e tendenze della narrativa.

PEOPLE FUN: divertimento cooperativo in giochi in cui i giocatori possono non essere, o essere, in competizione tra loro ma cooperare per "battere il gioco"; sono spesso riconducibili a una sorta di corsa competitiva che vede impegnati da un lato l'intero gruppo di giocatori e dall'altro il sistema di gioco nelle vesti di un avversario virtuale.

PERVASIVE GAME: (conosciuti anche come ALTERNATE REALITY GAME) giochi che usano ambientazioni concrete insieme a quelle virtuali; chiedono al giocatore di interagire con i personaggi del gioco in luoghi reali e fisici utilizzando un dispositivo mobile; la AUGMENTED REALITY è una loro caratteristica fondamentale. Un gioco-esempio di questa categoria è *Critical City Upload*.

PHASING: permette di elaborare, per ogni singolo giocatore, la sua personale esperienza.

za di gioco in base al percorso che fa, e fa sì che il giocatore si accorga di come il mondo virtuale che lo circonda cambia in base alle sue scelte. Le informazioni del singolo giocatore vengono rimandate su un server remoto che elabora le esperienze di gioco del singolo e degli altri giocatori contemporaneamente inviando a ciascuno il proprio stato di gioco. I videogiochi che non progettano il phasing presentano uno stesso ambiente per ogni livello.

PLATFORM: (giochi di piattaforma) giochi realizzati da una lunga serie di impalcature, ponti, burroni, scale e trampolini che il personaggio deve attraversare, in scorrimento orizzontale da sinistra a destra e dal basso verso l'alto, per giungere al traguardo. Giochi-esempi di questa categoria sono *Donkey Kong* (classico bidimensionale) e *Tomb Raider* (classico tridimensionale) e *Braid*. Il gioco di Platform è spesso un percorso obbligato in cui il giocatore deve cimentarsi compiendo una dopo l'altra le tappe dell'avventura.

PATTERN: un'idea che è possibile riconoscere in diversi giochi, in una molteplicità di declinazioni e varianti, e a cui viene assegnato un nome. La definizione completa di un pattern comprende un'analisi delle conseguenze che esso produce sulla struttura e sulle dinamiche del gioco.

PLAY: l'attività ludica, l'esperienza che si auspica possa vivere il giocatore giocando. Usato in contrapposizione a GAME (l'artefatto ludico) indica la parte intangibile, libera, volontaria e inefficiente dell'atto del giocare.

PLAYABILITY: (GIOCABILITÀ) il modo specifico in cui i giocatori interagiscono con un gioco, specialmente un videogioco; è un modello definito attraverso la connessione tra giocatore e gioco con le regole, le sfide e il loro superamento, la trama. La playability non ha a che fare con la grafica e gli elementi audio del gioco.

PLAYFULNESS: (GIOCOSITÀ) è la spensieratezza e l'atteggiamento giocoso; la *paidia* di Roger Caillois.

PLAYTEST: (O PLAYTESTING) verifica di un (video)gioco, in veste di prototipo o di prima versione, tramite prove di gioco reali affidate a giocatori o esperti del settore per individuare le modifiche necessarie per migliorarlo con ulteriori, e successivi, cicli iterativi; l'insieme di quelle attività che accompagnano lo sviluppo di un gioco e che consistono nel provare e riprovare il gioco con uno o più gruppi di persone o tester, allo scopo di farne emergere i difetti e i punti deboli.

PRINCIPIO OLISTICO: tutti quegli elementi estetico-formali (forme, colori, simboli) che partecipano alla definizione di un significato la cui interpretazione trova le sue radici nell'esperienza e nella società stessa tramite la percezione e l'immaginario collettivo.

QUEST: missione, ricerca.

REGOLE: nucleo del gioco, stabiliscono in base a un dato insieme di risorse cosa è possibile fare o non fare, e quali siano gli effetti che si generano.

RISORSE: un qualsiasi elemento di gioco che può essere acquisito, utilizzato, sfruttato per uno scopo oppure convertito in una risorsa di altro tipo.

RELEASE: l'uscita ufficiale di un videogioco sul mercato.

ROLE-PLAYING GAME: (RPG o GDR) giochi di ruolo in cui la componente narrativa è molto sviluppata e i giocatori assumono il ruolo di uno o più personaggi e, tramite lo scambio dialettico, creano un mondo fittizio dove avvengono fatti avventurosi spesso tratti dalle trame dei romanzi più conosciuti e, poi, gestiti direttamente dai giocatori tramite le scelte di gioco. Derivano dai tradizionali wargame e dagli eponimi giochi di carte e/o soldatini della fine degli anni Sessanta; il gioco più conosciuto è *Dungeons & Dragons* di Gary Gygax del 1974.

SERIOUS GAME: (video)giochi che hanno come principale obiettivo la formazione di competenze o la trasmissione di un messaggio retorico in grado di fare ragionare il giocatore su un tema particolare.

SHOOT'EM UP: (giochi sparattutto) gioco avvincente di sparatorie che può essere in prima persona quando il giocatore si identifica nel personaggio con cui vede l'azione in una ripresa soggettiva (FIRST PERSON SHOOTER, FPS, tipo *Doom*), o in terza persona con una visuale dall'alto (come *Mafia* o il vecchio *Space Invaders*).

SIMULATION GAME: vedi GIOCHI DI SIMULAZIONE.

STORYBOARD: (quadro della storia) è la sequenza di immagini, per lo più bozzetti e didascalie, che descrivono in successione i cambiamenti importanti della scena e di un'azione nella progettazione di un gioco.

STORYTELLING: (dall'inglese story e telling cioè "narrare un racconto") è l'attività di narrare per comunicare pensieri, emozioni, esperienze o, più in generale, messaggi a degli ascoltatori-giocatori-utenti tramite un processo di immedesimazione. Proprio per l'immedesimazione, lo storytelling differisce dalla semplice narrazione perché il suo fine ultimo non si limita ad una semplice cronologia di eventi ma è quello di portare i giocatori a immedesimarsi, sentendo la storia come propria.

TAVOLIERE: è il percorso di gioco realizzato tramite caselle, riquadri, linee, scritte o frecce destinate a creare una cornice ludica particolare. Il tavoliere non è da confondersi con il "da tavolo", che identifica, invece, quei giochi che hanno necessità di essere giocati su una superficie piana come, ad esempio, il ping pong.

TENSIONE: insieme delle sensazioni generate da tutte le componenti che generano la percezione di una difficoltà, una competizione o un rischio presenti in un gioco. La tensione è un fattore essenziale per garantire il COINVOLGIMENTO emotivo dei giocatori.

TRANSMEDIA WORLD: il mondo (anche di gioco) che esiste a prescindere dal tipo di medium che lo supporta.

WARGAMES: giochi di guerra con una meccanica rigida e complessa, in cui l'elemento casuale è pressoché assente o legato all'aspetto statistico, le regole sono tanto più difficili quanto più la ricostruzione storica è realistica e il tempo di gioco è molto lungo.

WWO: acronimo del videogioco *Word Without Oil*.

Riferimenti bibliografici

- Abruzzese A. (1999), *Introduzione*, in C. Ascione (1999), *Videogames: Elogio del tempo sprecato*, Roma, Minimum Fax.
- Abruzzese A., Borrelli D. (2000), *L'industria culturale. Tracce e immagini di un privilegio*, Roma, Carocci.
- Accordi Rickards M. (2014), *Storia del videogioco: dagli anni Cinquanta a oggi*, Roma, Carocci [versione kindle].
- Accordi Rickards M., Vannucchi F. (2015), *Il videogioco. Mercato, giochi, giocatori*, Milano, Mondadori.
- Aesvi, (2017), *Cultura del videogioco. Studi e ricerche*, il testo disponibile al sito: http://www.aesvi.it/cms/attach/studi_e_ricerche.pdf.
- Anolli L., Mantovani F. (2011), *Come funziona la nostra mente: Apprendimento, simulazione e Serious Games*, Bologna, Il Mulino.
- Ascione C. (1999), *Videogames: Elogio del tempo sprecato*, Roma, Minimum Fax.
- Bartezzaghi S. (2001), *I diritti dell'Homo Ludens*, in *la Repubblica*, 6 gennaio. Testo disponibile su: www.ludobus.it.
- Bateman C., Boom R. (2005), *21st Century Game Design*, Cengage Learning.
- Bauman Z. (2006), *La vie liquide*, Rodez, Le Rouge/Chambon et Actes Sud (trad. it. di A. Cupellaro, *Vita liquida*, Bari-Roma, Laterza, 2008).
- Becq de Fouquièrre L. (1869), *les jeux des anciens, leur origine, leur descriptions, leurs rapports avec la religion, l'hitoire, les arts e les moeurs*, Paris (sec. ed. 1873).
- Bell A. (1972), *Games Playing with Computers*, London, Allen & Unwin.
- Bencivenga E. (1995), *Giocare per forza*, Milano, Mondadori.
- Bertarelli A. (1929), *L'Imaginerie populaire italienne*, Paris (ed. Milano, Rizzoli, 1974).
- Bertolo M., Mariani I. (2014), *Game design: Gioco e giocare tra teoria e progetto*, Milano, Pearson.
- Bittanti M. (2002), *Per una cultura dei videogames: Teorie e prassi del video giocare*, Milano, Unicopli.
- Bittanti M. (2004), *La logica di ludologica: "Pensare con le dita"*, testo disponibile su: http://mbf.blogs.com/files/logica_di_ludologica.pdf, (ultimo aggiornamento 15 marzo 2004).
- Bittanti M., a cura di (2005), *SimCity. Mappando le città virtuali*, Milano, Unicopli.
- Bittanti M., Lowood H., a cura di (2013), *Machinima! Teorie. Pratiche. Dialoghi*, Milano, Unicopli.

- Bittanti M., Quaranta, D., a cura di (2006), *GameScenes. Art in the Age of Videogames*, Monza, Johan & Levi.
- Bourriad N. (1998), *Esthétique relationnelle*, Dijon, Les presses du réel (trad. it. *Arte relazionale*, Milano, Postmedia Books, 2010).
- Butler D. L., Winne P.H. (1995), "Feed-back and self-regulated learning, a theoretical synthesis", *Review of Educational Research*, 65, 245-281.
- Caillois R. (1967) *Les jeux et les hommes. Le masque et le vertige*, Paris, Gallimard (trad. it., *I giochi e gli uomini. La maschera e la vertigine*, Milano, Bompiani, 2005).
- Cambi F., Staccioli G. (2007), *Il gioco in Occidente: Storie, teorie, pratiche*, Roma, Armando Editore.
- Carbone M.B. (2009), *Uomini e giochi. Videogiochi e autori tra i media tradizionali e gli orizzonti del digitale*, Bologna, Clueb.
- Carlà F. (1996), *Space invaders: La vera storia del videogames*, Roma, Castelvechi (costituisce la II ed. riveduta e aggiornata del testo omonimo del 1993 pubblicato di Roma, Internaction Libri).
- Carlà F. (2001), *Simulmondo. La rivoluzione simulata: dai videogiochi alla finanza elettronica*, Milano, Apogeo.
- Carse, J.P. (1986), *Finite and infinite games: a vision of life as play possibility*, New York, Free Press.
- Cavalieri A., a cura di (2010), *Videogiochi e marketing. Brand, strategie e identità videoludiche*, Milano, Unicopli.
- Ceccherelli A. (2007), *Oltre la morte. Per una metodologia del videogioco*, Napoli, Liguori.
- Charans E. (2011), *Mapping the New: tra musei, archivi e collezionismo privato*, in Ferrari F., Traini L., a cura di, *Arte e Videogames. Neoludica*, Milano, Skira.
- Crawford C. (1982), *The Art of Computer Game Design*, Berkeley, Osborne - McGraw-Hill.
- Crawford C. (1997), *The Art of Computer Game Design* (versione internet) vancouver.wsu.edu/fac/peabody/game-book/coverpage.html.
- Csikszentmihályi M. (1975), *Beyond Boredom and Anxiety: the experience of play in work and games*, San Francisco, Jossey-Bass.
- Csikszentmihályi M. (1990), *Flow: the Psychology of Optimal experience*, New York, Harper & Row.
- D'Allemagne H.R. (1902), *Histoire des jouets*, Paris, Hachette.
- D'Allemagne H.R. (1950), *Le noble jeu de l'oie en France de 1640 à 1950*, Paris, Librairie Grund.
- De Sanctis Ricciardone P., (1993), *Antropologia e gioco*, Liguori, Napoli.
- Di Raddo E. (2011), *Arte e videogioco: interazione, ambiente ed emotività*, in Ferrari, F., Traini, L., a cura di, *Arte e Videogames. Neoludica*, Milano, Skira.
- Di Raddo E., Salvador M., a cura di (2013), *Play the Aesthetics. Video game between art and media*, numero speciale di *Comunicazioni Sociali*, n.2, maggio/agosto.
- Dorfles G. (1997), *Fatti e fattoidi. Gli pseudoeventi nell'arte e nella società*, Roma Castelvechi, 2007.
- Dossena G. (1983), *Dalla mappa alla scacchiera, e ritorno*, Milano, Electa.

- Dossena G. (1984), *Giochi da tavolo*, Milano, Mondadori.
- Dossena G. (1999), *Enciclopedia dei giochi*, Torino, Utet.
- Dumont J.M. (1956), *La Vie et l'œuvre de Jean-Charles Pellerin, 1756-1836*, Épinal, L'Imagerie Pellerin.
- Fulco I. (2002), *Lo zero ludico. Decostruzione del videogioco e fondamenti della pulsione ludica*, in Bittanti M., a cura di, *Per una cultura dei videogames. Teorie e prassi del videogiocare*, Milano, Unicopli.
- Gee J.P. (2003), *What the Video Games Have to Teach Us About Learning and Literacy*, New York, Palgrave MacMillan (trad. it. *Come un videogioco. Insegnare e apprendere nella scuola digitale*, Milano, Raffaello Cortina, 2013).
- Girad-Quetel J. (1982), *l'Histoire de la France racontée par le jeu de l'oie*, Paris, Balland-Massin.
- Herz J. C. (1998), *Il popolo del Joystick. Come i videogiochi hanno mangiato le vostre vite*, Milano, Feltrinelli.
- Huizinga J. (1939), *Homo Ludens: proeve eener bepaling van het spel-element der cultuur*, Haarlem, H.D. Willink and Zoon (trad. it. *Homo Ludens*, Torino, Einaudi, 1946, ed. succ. 1973, 2002).
- Jenkins H. (2000), "Art Form for the Digital Age". *Technology Review*, settembre-ottobre.
- Jenkins H. (2002). *Games, in the New Lively Art*, testo disponibile al sito: http://www.bendevane.com/VTA2012/members/wp-content/uploads/2012/01/jenkins_games_.pdf (2018).
- Jenkins H. (2006), *Fans, bloggers, and gamers: exploring participatory culture*, New York, New York University Press (trad. it. *Fan, blogger e videogamers: l'emergere delle culture partecipative nell'era digitale*, Milano, FrancoAngeli, 2008).
- Juul J. (1999), *A Clash between Game and Narrative: A Thesis on Computer Games and Interactive Fiction*, The Institute of Nordic Language and Literature, Università di Copenhagen, A.A. 1998-'99 ([Jesperjuul.dk/thesis/aclashbetween-gameandnarrative.pdf](http://jesperjuul.dk/thesis/aclashbetween-gameandnarrative.pdf)).
- Juul J. (2012), *A Casual Revolution: Reinventing Video Games and Their Players*, Cambridge (MA), MIT Press.
- Kent S.L. (2010), *The Ultimate History of Video Games: from Pong to Pokemon and beyond. The story behind the Craze that Touched Our Lives and Changed the World*, Roseville (CA), The River Press [versione kindle, 2017].
- Kestenbaum G.I., Weinstein L. (1985), "Personality, Psychopathology, and Development Issues in male Adolescent Video Game Use", in *Journal of the American Academic of Child Psychiatry*, 3.
- Kohler C. (2004), *Power Up: How Japanese Video Games Gave the World an Extra Life*, London, BradyGames (trad. it. *Power Up. Come i videogiochi giapponesi hanno dato al mondo una vita extra*, Terni, Multilayer.it Edizioni, 2009).
- Koster R. (2005), *A Theory of Fun for Game Design*, Scotsdale, Paraglyph Press.
- Lévy P. (1992), *De la programmation considérée comme un des beaux-arts*, Paris, La Découverte.

- Lévy P. (1994), *L'intelligence collective. Pour une anthropologie du cyberspace*, Paris, La Découverte.
- Lynch K. (1960), *The image of the city*, Cambridge, The MIT Press (trad. it a cura di P., Ceccarelli, *L'immagine delle città*, Marsilio, Venezia, 2001).
- Maestri A., Polsinelli P., Sassoon J. (2015), *Giochi da prendere sul serio. Gamification, storytelling e game design per progetti innovativi*, Milano, FrancoAngeli.
- Manetas M. (2002), "Moving&Shooting", in D'Alessandro J. a cura di, *Play. Il mondo dei videogiochi*, catalogo dell'omonima mostra, Roma, Palazzo delle Esposizioni.
- Maragliano L. (1996), *Esseri multimediali. Immagini dei bambini di fine millennio*, Firenze, La Nuova Italia.
- Maragliano R., Melai M., Quadrio A. (2003), *Joystick. Pedagogia e videogames*, Milano, Disney Libri.
- Mascheroni S., Tinti B. (1981), *Il Gioco dell'Oca*, Milano, Bompiani.
- McGonigal J. (2003), *This is Not a Game: Immersive Aesthetics and Collective Play*, Melbourne, DAC, disponibile su: <http://hypertext.rmit.edu.au/dac>. (2017).
- McGonigal J. (2011), *La realtà in gioco: Perché i giochi ci rendono migliori e come possono cambiare il mondo*, Milano, Apogeo [versione kindle, 2014].
- Milano A. (1993), *Fabbrica d'immagini. Gioco e litografia nei fogli della raccolta Bertarelli*, Milano, Vangelista.
- Montfort N., Bogost I. (2009), *Racing the Beam: The Atari Video Computer System*, Cambridge (MA), MIT Press.
- Morgenstern O., Von Neumen J. (1944), *The Theory of games and Economic Behavior*, Princeton, Princeton University Press.
- Murray H.J.R. (1913), *A History of Board-Games other than Chess*, Oxford, Oxford University Press (ed. succ. New York, Hacker Arts Books, 1978).
- Norman D.A. (2004), *Emotional Design*, New York, Basic Books (trad. it. a cura di Parrella B., *Emotional Design. Perché amiamo (o odiamo) gli oggetti della vita quotidiana*, Milano, Apogeo).
- Nuccio W. (2016), *La progettazione dei giochi da tavolo: Strumenti, tecniche e design pattern*, Milano, Mursia.
- Papale L. (2013), *Estetica dei videogiochi. Percorsi, evoluzioni, ibridazioni*, Roma, Universitalia.
- Pecchinenda G. (1991), *Epistemologia e sociologia in Karl R. Popper*, Napoli, L'Ateneo di G. Pironti.
- Pecchinenda G. (1999), *Simulare il sé. Giochi elettronici e identità*, in Imbucci G., a cura di (1999), *Il gioco pubblico in Italia*, Venezia, Marsilio.
- Pecchinenda G. (2003), *Videogiochi e cultura della simulazione*, Roma-Bari, Laterza.
- Pecchinenda G. (2013), *Il videogioco*, Brescia, Editrice La Scuola [versione kindle].
- Pellitteri M., Salvador M. (2014), *Conoscere i videogiochi: Introduzione alla storia e alle teorie del video ludico*, Latina, Tunuè.
- Petrucco C. (2010), *Didattica dei social software e del Web 2.0*, Padova, CLEUP.
- Pira F., Marrani, V. (2004), *Giochi e videogiochi: dal nascondino alla console*, Acireale, Bonanno.

- Rizzi P. (2006), *Giocchi di città e città in gioco*, in Indovina F., a cura di, *Nuovo lessico urbano*, Milano, FrancoAngeli.
- Roganti P. (2015), *Gamification Semplice: Game design applicato in contesti non ludici*, Amazon Media EU.
- Rossi F. (1993), *Dizionario dei videogame*, Milano, Garzanti-Vallardi.
- Salen K., Zimmerman E. (2004), *Rules of Play: Game Design Fundamentals*, Cambridge, London, MIT Press.
- Salvador M. (2013), *Il videogioco*, Brescia, Editrice la Scuola [versione kindle].
- Scheff D. (1994), *Video Game: A Guide for Savvy Parents*, New York, Random House.
- Schell J. (2008), *The art of Game Design: a Book of Lenses*, Burlington, Elsevier (II ed. 2015, London, T&F).
- Sidoti B. (2007), *Gioco e ludicità nel postmoderno*, in Cambi F., Staccioli G., a cura di, *Il gioco in Occidente. Storie, teorie, pratiche*, Roma, Armando Editore.
- Sklovskij V. (1925), *Teorija prozy* (trad. it. a cura di De Michelis C., Oliva R., *Teoria della prosa*, Torino, Einaudi, 1976).
- Sutton-Smith B., Avedon E. (1971), *The Study of Games*, New York, Wiley.
- Tanoni I. (2003), *Videogiocando s'impara. Dal divertimento puro all'insegnamento-apprendimento*, Trento, Erickson.
- Thomas D., Orland K., e Steinberg S. (2007), *The videogame style guide and reference manual*, Coldstream, VIC, Power Play Publishing.
- Thompson C. (2006), "The Joy of Sucking", in *Wired*, 17 luglio 2006.
- Triberti S., Argenton L. (2013), *Psicologia dei videogiochi. Come i mondi virtuali influenzano mente e comportamenti*, Milano, Apogeo.
- Turkle S. (1984), *The Second Self: computers and the Human Spirit*, London, Granada New York, Simon & Schuster (trad. it. *Il secondo io*, Milano, Frassinelli, 1985).
- Turkle S. (1997), *La vita sullo schermo: Nuove identità e relazioni sociali nell'epoca di internet*, Milano, Apogeo.
- Viola F. (2011), *Gamification. I videogiochi nella vita quotidiana*, Arduino Viola.
- Vitale D. (1984), *Jeux de simulation. Wargames*, paris, M.A. Editions.
- Whitehill B. (1992), *American Boxed Games and their Makers. 1822-1992. Whit Values*, Radnor, PA, Wallace-Homestead.
- Whitehill B. (2004), *Americanopoly: American as Seen Through Its games*, La-Tour-de-Peliz, Switzerland, Musée Suisse du Jeu.
- Wilson S. (2002), *Informations Arts: Intersections of Art, Science and Technology*, Cambridge (MA), MIT Press.
- Wolf M., a cura di (2002), *The medium of the Video Game*, Austin, University of Texas Press.
- Work M. (1994), "The Video Games as Emergent Media Form", in *Media Information Australia*, 71.
- Zimmerman E. (1999), "The Rules of the Games", in *If/Then 1.0: Play*, Netherlands Design Institute (ericzimmerman.com/text/boardgames.htm).
- Zimmerman E. (2012), "Jerked Around by the Magic Circle - Clearing the Air Ten Years Later" pubblicato su Gamasutra, 7 febbraio 2012, disponibile su: http://www.gamasutra.com/view/feature/6696/jerked_around_by_the_magic_circle

