

Università di Palermo

Facoltà di Scienze della Formazione
Corso di laurea in Tecnica pubblicitaria

Videogiochi e comunicazione

Di Giuseppe Costanza
Relatore Prof.ssa Anna Fici

Il videogioco è un oggetto di studio problematico sia per la relativa giovinezza che lo porta a continue evoluzioni, sia per vari aspetti intrinseci quali la presenza di molteplici livelli comunicativi; la molteplicità di forme che i videogiochi possono assumere da un punto di vista *hardware* e *software*¹; l'uso di differenti linguaggi comunicativi.

Si è scelto di analizzare la comunicazione dal *game designer* al giocatore, indagando le potenzialità del medium videoludico nella trasmissione di messaggi prestabiliti dall'autore rivolti al vasto pubblico di giocatori; la comunicazione tra giocatori è stata ampiamente studiata da diversi autori² mentre per quanto riguarda la tematica affrontata da questa tesi, non esiste una vasta bibliografia.

Parte dell'industria videoludica è legata, sin dalle sue origini, al mondo militare, ciò ha influito sulle tematiche di molti best-seller. Nel videogioco l'Esercito Americano ha trovato un valido strumento per l'addestramento e per la propaganda; se negli anni '80 e '90 l'esercito ha sfruttato alcuni tra i più noti titoli commerciali per fini addestrativi, dal 2002 ha iniziato a realizzare in proprio *videogames* da lanciare sul mercato. Il gioco che ha inaugurato tale tendenza, *America's Army*, ha riscosso subito un enorme successo sia negli Stati Uniti che in Europa. *America's Army* si è rivelato un ottimo canale di comunicazione per far conoscere ai ragazzi statunitensi le opportunità offerte dall'esercito. Si è scelto di analizzare poi gli aspetti comunicativi presenti in *SimCity* e *The Sims*, capostipiti dei simulatori di città e di vita; due generi "anomali" nel mercato *mainstream* che riscuotono grande successo commerciale.

I simulatori replicano fenomeni reali semplificandoli; il *game designer* decide quali aspetti includere o escludere dalla simulazione, attuando delle scelte che risulteranno

¹ I videogiochi possono essere giocati su una vasta gamma di dispositivi *hardware*, dal PC ai telefoni cellulari. Per quanto concerne il *software* i giochi presentano sostanziali differenze in base all'ambientazione e al *gameplay*.

² Cfr. Edward Castronova, *Synthetic Worlds: The Business and Culture of Online Games*, University of Chicago Press, 2005.

Vedi anche T.L. Taylor, *Play Between Worlds: Exploring Online Game Culture*, Cambridge, MIT Press, 2006.

inevitabilmente ideologiche. *SimCity* e *The Sims* presentano, a livello profondo, le ideologie civili e sociali di Will Wright³ ma il messaggio che giunge al giocatore comune, può risultare antitetico rispetto a quanto progettato dall'autore.⁴ I videogiochi non sono testi lineari, l'interattività comporta la possibilità di esplorare l'opera in modi differenti; l'autore dovrebbe quindi chiedersi quali messaggi il proprio gioco trasmette ai diversi tipi di fruitori.

Nella comunicazione videoludica l'elemento più innovativo e caratterizzante è il *gameplay*⁵; se, con un gioco, si vuole criticare l'eccessiva violenza presente nella società non basta modificare l'aspetto visivo di un classico gioco militaresco ma è necessario ribaltare i meccanismi di gioco e cambiare il sistema di ricompense. Tale concetto risulta chiaro analizzando i giochi realizzati da *game designer* come Gonzalo Frasca o il collettivo Molleindustria. I videogiochi realizzati da tali autori si pongono in modo critico rispetto alle tendenze del mercato *mainstream* adottando un *gameplay* innovativo.

Con questa testi non si ha la pretesa di avere svolto un'analisi completa della comunicazione videoludica, ma quanto indagato rappresenta un contributo utile a comprendere come i videogiochi, considerati ancora da molti come un semplice intrattenimento per adolescenti, siano dei complessi mezzi di comunicazione adatti a veicolare differenti tipologie di messaggi.

³ L'autore dei due giochi.

⁴ Will Wright ha dichiarato che i messaggi presenti nei due giochi (*The Sims* e *SimCity*) sono contrari al materialismo e allo sviluppo eccessivo delle città ma, a detta di Wright, tali messaggi possono essere recepiti solo dopo molte ore di gioco.

Cfr. Will Wright in AA.VV., "Q&A with Will Wright", *Tech TV*, (pubblicato marzo 2000; consultato maggio 2006), disponibile all'indirizzo http://www.g4tv.com/techtv/vault/features/22117/QA_With_Will_Wright_pg3.html

⁵ Con *gameplay* si intende l'insieme di tutti gli aspetti concernenti la dimensione interattiva;