

Creatività e immersività, due concetti per ripensare il futuro rapporto tra cinema e videogiochi

di Francesco Toniolo

Abstract

The convergence between cinema and video games has evolved, marked by adaptations, crossmedia efforts, and shared techniques. Yet, to redefine the future of this relationship, focusing on creativity and immersion is essential. This article critically examines the inflationary use of “creativity” and “immersivity”, exploring their intertwined roles in shaping audience engagement and challenging conventions. By rethinking these terms, we may open pathways toward more innovative media experiences beyond current marketing-driven formulas.

Keywords: Videogame, cinema, creativity, immersion, convergence.

Il rapporto tra cinema e videogiochi va avanti da diverso tempo e si è sviluppato seguendo percorsi volta per volta differenti, nel corso degli anni. Volendo effettuare una semplificazione di comodo, è possibile raggruppare questi diversi percorsi in tre differenti macro categorie: adattamenti, operazioni crossmediali e reciproci scambi di linguaggi.

La prima categoria è quella più ovvia e immediata, facilmente osservabile anche solo con una rapida ricognizione. Negli ultimi anni, alcuni di questi adattamenti hanno visto un ampio successo monetario (come *Super Mario Bros. – Il film* del 2023 o la serie televisiva tratta da *The Last of Us*), ma non sono un fenomeno recente. Già all’inizio degli anni ’80 – in un momento in cui, commercialmente parlando, il medium videoludico esisteva solo da una decina di anni – esistevano un gran numero di videogiochi tratti dai successi cinematografici del momento. Si trattava spesso di prodotti di scarsa qualità, che puntavano a vendere grazie al nome famoso che si portavano dietro. L’esempio più famoso resta probabilmente il videogioco *E.T. the Extra-Terrestrial* (1982) per la console Atari, che a distanza di anni viene ancora definito in molte occasioni il peggior videogioco della storia (Fassone, 2017). Anche i primi film tratti dai videogiochi non hanno avuto particolare fortuna. Il film *Super Mario Bros.* (1993) di Rocky Morton e Annabel

Jankel può essere considerato una pellicola di culto, ma non è mai stato considerato un buon prodotto filmico (Audureau, 2012, pp. 370-403). Soprattutto se si osservano queste prime produzioni, ci si rende conto di non trovarsi davanti a quelli che sono degli adattamenti del film (o del videogioco) in senso stretto; sono, semmai, adattamenti di una parte dell'opera originaria, di un suo concetto, di un tassello di significato che possa essere agevolmente trasposto altrove. Per fare giusto un esempio concreto, un videogioco come *The Texas Chainsaw Massacre* (1983) non contiene nulla della trama dell'omonimo film di Tobe Hooper, limitandosi a riprendere da esso l'idea di un uomo armato di motosega che va in giro ad attaccare altre persone. In passato, simili decisioni erano anche legate alle ridotte capacità tecniche del videogioco, ma permangono tutt'ora, legate più che altro alle convenzioni dei generi videoludici. Per cui – sempre per fare un esempio – un videogioco come *Star Wars: Episode I Racer* (1999) prende solo il segmento del film *Star Wars: Episodio I – La Minaccia Fantasma* (1999) in cui si assiste alla gara coi *podracers* (dei futuristici veicoli utilizzati in competizioni sportive), essendo un videogioco di corse, mentre altri videogiochi prendono solo le battaglie tra astronavi o altre parti dei film, lasciando tutto il resto sullo sfondo. Nel passaggio opposto, quello dal videogioco al film (o alla serie televisiva) occorre spesso mettere in campo alcuni accorgimenti: a meno che il prodotto di partenza non abbia già una forte componente di storytelling, sarà necessario narrativizzare uno o più elementi di gameplay.

Al loro fianco ci sono le operazioni crossmediali, in cui i videogiochi e i film vanno ad aggiungere differenti tasselli narrativi a un universo finzionale, come nell'ormai classico esempio di *Matrix*, che espandeva la sua narrazione anche attraverso due videogiochi: *Enter the Matrix* (2003) e *The Matrix Online* (2005). A differenza di un altro videogioco, *The Matrix: Path of Neo* (2005), che ripercorreva gli eventi mostrati nella trilogia cinematografica, gli altri due proponevano dei contenuti aggiuntivi. Inoltre, quando l'operazione crossmediale comprende un videogioco in cui è possibile compiere scelte narrative o personalizzare il proprio personaggio, emergono alcune sfide ulteriori. La serie di videogiochi di fantascienza *Mass Effect*, per esempio, è stata accompagnata da numerosi romanzi e fumetti, in cui il personaggio principale dei videogiochi viene a malapena citato. Questo perché in *Mass Effect* ogni giocatore crea il proprio personaggio (scegliendo il genere, l'etnia, l'aspetto fisico e molto altro). L'unica cosa che hanno in comune è il cognome: Shepard. Mostrare in un fumetto o in un romanzo una versione del comandante Shepard significherebbe render-

la canonica per cui, nonostante sia una delle persone più importanti dell'intera galassia, non compare mai in scena e quando altri personaggi ne parlano lo fanno restando il più possibile sul vago.

Poi ci sono gli scambi di linguaggi. Inizialmente era solo il videogioco ad attingere al linguaggio cinematografico, seguendo quella che è stata definita una sindrome hollywoodiana (Adam, 2008), ma negli ultimi anni si è fatto sempre più recente anche il caso contrario. Le traiettorie di questi tasselli di senso sono talvolta particolarmente ramificate e rimbalzano da un medium all'altro, come per esempio l'*headshot* (il colpo alla testa) di cui ha parlato Fassone (2017): "nato" nel cinema, è poi transitato nei videogiochi dove si è caricato di ulteriori significati, traghettato poi in film più recenti. Sullo sfondo, non mancano i discorsi di chi vede una sorta di grande convergenza futura, tra *Virtual Reality* e Metaverso, per quanto non è detto che ci sarà qualcosa di effettivamente rivoluzionario. Come è stato sottolineato in numerosi testi (per esempio Au, 2023 o Arcagni, 2023) il Metaverso è già qui. Lo è perlomeno dai tempi di *Second Life* (2003), il celebre mondo virtuale. Per cui, per esempio, l'inserimento di personaggi provenienti da differenti realtà (anche cinematografiche e televisive) in certi videogiochi è ormai una pratica all'ordine del giorno, se si pensa a prodotti come *Roblox* (2006), *Minecraft* (2011) e *Fortnite* (2017), sebbene sia stata talvolta presentata come una frontiera del futuro Metaverso.

Che si parli di Metaverso, di adattamenti, di operazioni crossmediali e scambi di linguaggi, sembra che i prossimi anni continueranno a riproporre quel che si è già visto, a proposito dei legami tra il mondo del cinema e quello dei videogiochi. Ciò non deve essere inteso come una situazione stagnante: ci sarà un'evoluzione ma – salvo cambiamenti radicali e imprevisti – continuerà a seguire i percorsi già tracciati in passato, come si è visto finora. Come detto, gli adattamenti realizzati negli ultimi anni sono generalmente più ponderati rispetto al passato e possono avvicinarsi di più al prodotto originario, ma continuano comunque a seguire le convenzioni dei generi, sia per facilità di sviluppo sia per andare incontro alle aspettative dei consumatori.

Se, invece, si volesse immaginare una strada differente, una possibile nuova prospettiva, bisognerebbe soffermare la propria attenzione altrove. Il presente contributo propone quello che può essere l'inizio di una riflessione (senza la minima pretesa di trovare risposte definitive, ma andando perlomeno a indicare dove sarebbe utile andare a ragionare) su due differenti elementi che andrebbero ad agire sotto-traccia, rispetto ai percorsi sopra sintetizzati. Volendo sintetizzarli in due termini, si potrebbe parlare di creatività e di immersività.

È possibile trovare alcune somiglianze tra di loro. Per prima cosa, sono due termini che subiscono una grande inflazione semantica. Sono inoltre entrambe delle parole che da sempre toccano sia la dimensione del cinema sia quella dei videogiochi, impiegate anche (e talvolta soprattutto) da chi non è un addetto ai lavori. Hanno stretti legami con quelli che sono altri due cardini portanti di questo discorso: attenzione e relazione, anch'essi da sempre presenti nella discorsività intorno a questi media. Italo Calvino, per esempio, sottolineò in più di una occasione (si vedano i testi raccolti in Calvino, 2023) l'importanza della relazione con gli spettatori in sala, durante la visione di un film. Bisogna comunque ricordare che sono tutte questioni artistiche, ma al tempo stesso politico-economiche. In tal senso, il legame tra l'attenzione e i videogiochi è stato esplorato da Alfie Bown, i cui scritti aiutano anche a comprendere come mai il medium videoludico sia un anticipatore (se non una concretizzazione già presente) del cosiddetto Metaverso. Secondo Bown, alla base della logica culturale dei videogiochi c'è un godimento connesso con l'attenzione, che egli esplora nel suo libro *Enjoying It: Candy Crush and Capitalism* (2015). Bown esamina gli effetti psicologici e sociali del coinvolgimento dato dai videogiochi (e da altri prodotti culturali), mostrando in che modo esso sia una componente cruciale del sistema capitalista. Il coinvolgimento dato da questi prodotti di intrattenimento affianca e sostiene il ciclo di produzione e di consumo. Questo ruolo, peraltro, può essere ricoperto solo da un determinato numero di prodotti all'interno della quotidianità di una persona, da cui deriva la feroce guerra dell'attenzione che coinvolge i media, in cui cinema e videogiochi sono spesso avversari (sebbene partano da alleati). Bown ha poi legato tutto ciò a un altro elemento che considera fondamentale, nel medium videoludico: il desiderio onirico (2017). Un sogno ludico, un ideale ponte di connessione tra il *mundus imaginalis* dei filosofi e le fantasie cyberpunk. Un sogno concreto, capace di plasmare effettivamente la condotta di chi sta giocando. È qui che emerge la forza di diffusione della sua logica culturale. Alfie Bown, peraltro, è molto critico nei confronti della gamification, ovvero di quelle pratiche che rendono ludico qualcosa che non lo è, portando il (video)gioco al di fuori dei suoi confini. Bown ne riconosce l'efficacia nel diffondersi e, proprio per questo, ne attacca le pratiche, in quanto asservimento del gaming al capitale (Bown, 2017). Impulsi e pulsioni, comprese quella di natura affettiva e sessuale, sono "gamificati" e sfruttati sulla base di determinate visioni economiche e politiche (Bown, 2022).

Dall'innovazione alla creatività

Si è già fatto cenno all'inflazione semantica che ha subito il termine "creatività" e, per questa ragione, un suo utilizzo specifico appare talvolta difficoltoso. Non è pertanto inutile spendere due parole per definire cosa si intende in questo contributo, quando si parla di creatività, perlomeno per esclusione. Una delle più diffuse sovrapposizioni è forse quella che ibrida il concetto di creatività con quello dell'improvvisazione geniale. In tal senso, il "creativo" sarebbe una persona mossa da una sorta di spontaneismo, capace di trovare una soluzione inaspettata grazie all'ispirazione del momento. È quello che potrebbe essere definito come il "mito del brainstorming creativo", in cui l'idea rivoluzionaria attraversa improvvisamente la mente del genio, quando egli si trova a guardare le cose da un altro punto di vista. Se la creatività si limitasse a questo, sarebbe un elemento del tutto incontrollabile ed esclusivo, riservato alle menti più brillanti e – anche per loro – al di fuori di un processo replicabile. In una situazione del genere, le industrie creative potrebbero solamente sperare di avere un qualche "genio" nelle loro fila.

Un secondo snodo chiave – di importanza ancor maggiore in questo contesto – riguarda la distinzione tra creatività e innovazione tecnologica. Come nel caso precedente, è facile imbattersi in numerose sovrapposizioni discorsive. Quando si parla di cinema e videogiochi (ma non solo), capita di soffermarsi solo sull'evoluzione della tecnologia, senza andare a toccare ciò che è l'effettivo processo creativo. La creatività può andare di pari passo con il cambiamento tecnologico, ma non sono un binomio inscindibile e sempre presente. Per fare un esempio pratico, si potrebbe osservare quella che è l'evoluzione tecnologica di uno smartphone. Modello dopo modello, il telefono migliora le sue funzionalità: ha più memoria, una telecamera migliore, delle batterie che durano più a lungo o si ricaricano in un tempo inferiore, ecc. Queste e altre innovazioni, niente affatto banali, vanno comunque a svilupparsi all'interno di uno schema preesistente. Allo stesso modo – per tornare a cinema e videogiochi – molti interscambi tra questi due mondi hanno seguito un processo analogo: un cambiamento guidato prima di tutto dall'innovazione tecnologica, che ha portato a delle evoluzioni all'interno di schemi già strutturati.

La creatività, invece, va idealmente a muoversi al di fuori del sentiero tracciato fino a quel momento. Proseguendo con l'esempio dello smartphone, la visione di Steve Jobs per la nascita dell'iPhone potrebbe essere intesa come una forma di creatività, in quanto ha ge-

nerato dei bisogni assolutamente nuovi, all'inizio poco compresi. Il passaggio da un modello di iPhone al successivo rientra invece nel campo dell'innovazione. Può essere un'innovazione tecnologicamente molto interessante, ma si inserisce sempre in un percorso già tracciato in precedenza, non ha quella rottura degli schemi portata avanti da alcune delle proposte di Steve Jobs. Mentre l'innovazione perfeziona l'esistente, la creatività dovrebbe condurre verso territori inesplorati, aprendo nuove possibilità di conoscenza e applicazione.

Se in ambito *tech* capita di assistere a questa sovrapposizione tra "creatività" e innovazione tecnologica, altrove (per esempio in diversi contesti universitari) il focus si sposta invece sulla "conoscenza", soprattutto nel mondo delle *humanities*, al cui fianco fa nuovamente ritorno il concetto di "innovazione" in ambiti scientifici. Nelle *humanities* ci si imbatte spesso nella figura del cosiddetto "creativo". A seconda dell'ambito, può trattarsi del copywriter, del grafico che lavora per un'agenzia pubblicitaria o molto altro. È, grosso modo, un termine che definisce un "artista" che si mette al servizio dell'industria (per quanto creativa), invece che inseguire l'arte per l'arte. Può essere accompagnato da una retorica nobilitante o svilente a seconda del contesto, ma sembra mancare il punto della questione. Quando un'università o un'accademia propone di sfornare dei "creativi" (o, al contrario, degli "artisti" o "scrittori" o altro che non siano meri creativi al soldo dell'industria) viene implicitamente ridimensionato quello che è il potenziale intrinsecamente creativo dei contesti educativi e formativi. Almeno in teoria, un percorso di studi dovrebbe servire non solo a fornire conoscenze e competenze, ma anche a osservarle da punti di vista differenti, a porre dei dubbi su un qualcosa che è stato sempre pensato in un certo modo (a costo di banalizzarle, per rompere degli schemi bisogna prima conoscerli a fondo). Tutto ciò non è limitato al "pensare fuori dagli schemi", nel senso di riuscire a immaginare (e poi realizzare) l'iPhone del futuro, per quanto sia un fattore di grandissima utilità nelle industrie creative. Allenare il muscolo della creatività significa anche riuscire idealmente a porsi in modo differente nei confronti della società, ridimensionando lo sconforto e il cinismo. Se si guarda alla storia, diversi tragici eventi come l'ascesa del nazismo furono facilitati dalla diffusione del cinismo, che piegava la maggior parte delle persone a criticare l'esistente, soprattutto attraverso sarcasmo e satira, senza immaginare un modello alternativo (Sloterdijk, 2013). Per cui, in assenza di questa sorta di creatività collettiva, hanno finito per affermarsi dei totalitarismi, che erano invece in grado di imporsi come modello dominante. Volendo prendere un esempio legato al presen-

te, molti discorsi sul cambiamento climatico sono attraversati da una fortissima ecoansia (Innocenti, 2022) anche perché ci si sofferma su risposte “difensive” ai cambiamenti climatici, senza riuscire a poter immaginare delle nuove alternative. O meglio, senza immaginare che possano esserci delle potenziali alternative.

Tornando a cinema e videogiochi, è bene approcciarsi in modo dubitativo: questi media sono davvero luoghi capaci di stimolare tale creatività? Possono andare oltre il perfezionamento dell'esistente?

Nel cinema e nei videogiochi, questo significa andare oltre i limiti delle convenzioni narrative e tecniche, generando esperienze che rompono con il passato e aprono nuove strade. Cosa che oggi appare certamente tanto più difficile, perché tutto sembra essere già stato detto e tutte le strade sembrano essere già state percorse, comprese le varie forme di ibridazione tra i due media. Se si osserva la produzione di un artista come Sam Barlow, le distinzioni tra i suoi “videogiochi cinematografici” (come *Her Story* del 2015 e *Telling Lies* del 2019) e le sue “serie tv interattive” (*#Wargames* del 2018) sembrano più che altro scelte di campo, categorie commerciali. I machinima¹ conquistano man mano piccoli spazi nei festival di cinema (come è successo per esempio con *It Wasn't the Right Mountain, Mohammad* del 2019 e con *Hardly Working* del 2022), ma nel complesso restano ancora sconosciuti ai più e – sempre nel complesso – resta valido il giudizio che espresse una decina di anni fa Guglielmo Pescatore (2011), definendoli in larga parte noiosi, nel loro tentativo di essere “quasi cinema”. L'utilizzo degli stessi programmi (come *Massive*, per certe scene d'azione) e degli stessi linguaggi è già avvenuto (Fassone, 2017; Bilchi, 2019). Il Metaverso ha in molti casi riproposto sotto nuove etichette qualcosa che era già presente da diverso tempo e che ora viene talvolta definito “proto-metaverso” (Ball, 2022), anche sul versante dei legami possibili tra cinema e videogiochi.

Bisogna inoltre ricordare che sia il cinema sia i videogiochi sono industrie che si basano su formule collaudate e che, soprattutto nel caso delle grandi produzioni, si punta molto sull'innovazione ma poco sulla creatività. È pertanto più probabile immaginare che l'avanzamento creativo possa giungere dal cosiddetto panorama indipendente². Quei

¹ Parola macedonia che unisce *machine* e *cinema*, indica i corti e i lungometraggi realizzati partendo da materiale videoludico.

² Non è questa la sede adatta per aprire un dibattito sulla nozione di “indie”, che è stata più volte problematizzata e discussa. Ci si limiterà a intendere come “indipendente”

videogiochi prodotti da “sognatori”, da “artisti” e da “freaks”, per citare la game designer Anna Anthropy. Videogiochi che propongono avanzamenti creativi che immaginano altre strade rispetto al mainstream e che finiscono poi per essere reincorporate e normalizzate nel mainstream. Come è avvenuto con le sperimentazioni dei Tale of Tales, che si sono posti in aperta rottura con alcune diffuse convenzioni videoludiche, andando poi a ispirare numerosi team che hanno lavorato a progetti ben più costosi e mainstream (Chmielarz, 2015).

In tutto ciò, l’innovazione tecnologica non deve necessariamente essere scartata, considerando che tali innovazioni hanno talvolta consentito un ripensamento stesso del medium, introducendo possibilità che prima non erano pensabili. Ciò che occorre ricordare è che non sempre ciò avviene. Spesso si tratta di un guadagno incrementale, che offre magari un maggior numero di poligoni, ma che non ripensa in termini creativi il medium. Al di fuori dell’entusiasmo della stampa e degli influencer, in effetti, tanto il videogioco quanto il cinema sembrano ristagnare in formule consolidate.

Ciò che alcuni cercano, o perlomeno sognano, è un possibile cambiamento di paradigma. Che per prima cosa sia capace di immaginare una nuova strada e, in secondo luogo, sappia dimostrare che è interessante percorrerla. Grosso modo come immaginava Paolo Pedercini qualche anno fa (2017), indicando alcune delle frontiere possibili che il videogioco avrebbe potuto esplorare, con un cambio di paradigma. Videogiochi pensati esplicitamente per i carcerati (che, come ricorda Pedercini, hanno molto tempo libero), oppure videogiochi per gli animali e per le piante, oppure videogiochi pensati per le intelligenze artificiali. L’aspetto forse più interessante del suo discorso è che, in molti di questi casi, esistono già degli esempi concreti, come il progetto *Playing with Pigs*, pensato per far giocare insieme esseri umani e i maiali di una fattoria attraverso un videogioco. Per cui ciò che manca non è la tecnologia e non manca nemmeno quello “spontaneismo” di cui si era detto in precedenza. L’idea è già venuta a qualcuno ed è pure stata testata. Ciò che manca è la creatività di una persona che sappia immaginare, su larga scala, un futuro differente. E questo vale anche per i rapporti tra il mondo del cinema e quello dei videogiochi. Se emergerà qualcosa di nuovo rispetto ai machinima, alle esperienze “immersive” in VR e ai crossover in cui Darth Vader e i Ghostbusters si incontrano in un videogioco, sarà grazie a una ritrovata spinta creativa.

le produzioni realizzate da piccoli team e con poche risorse finanziarie. Per un approfondimento sull’indie videoludico si veda almeno Ruffino (2013 e 2021).

Oltre l'immersività?

A proposito delle appena citate esperienze immersive, un punto che sembra ineludibile, quando si ragiona sul futuro del legame tra cinema e videogiochi, è proprio la questione dell'immersività. Si sente spesso parlare di un'esperienza "immersiva" a proposito del cinema (per esempio per descrivere un film ricco di effetti speciali visto in una sala cinematografica d'avanguardia) e dei videogiochi (per esempio per dire che il mondo di gioco è particolarmente realistico). Allo stesso modo, il termine è usato e probabilmente abusato per parlare delle esperienze in Virtual Reality, che rappresentano uno dei tanti punti di incontro tra i due media.

È una questione ineludibile perché, nonostante questo termine sia stato più volte problematizzato e messo in discussione, al momento non è stato possibile lasciarselo alle spalle. In tal senso, il dibattito sul suo impiego nel medium videoludico è di particolare interesse e può essere fatto risalire perlomeno ad *Hamlet in the Holodeck*, in cui Janet Murray (1997) ne aveva sottolineato l'impiego metaforico, legato all'idea di essere calati in una realtà radicalmente altra rispetto a quella quotidiana, proprio come quando si è immersi nell'acqua. Come è ben presto emerso, differenti persone utilizzano questo termine per definire esperienze diverse, per cui è apparso un descrittore imperfetto e limitato. Weibel e Wissmath (2011), per esempio, hanno ragionato sul suo duplice impiego come presenza nello spazio da un lato e come inserimento nello stato di *flow* identificato da Mihály Csíkszentmihályi (1991). In questa condizione di "flusso", chi gioca è totalmente assorbito da un determinato compito (non necessariamente videoludico), al punto da non accorgersi del tempo che scorre. Il *flow* di Csíkszentmihályi ricorre spesso in diverse pubblicazioni ed è talvolta un modo per risolvere con rapidità la questione definitoria sull'immersione. O, ancora, in altri casi si parla del rapporto dell'"immersione" con la verosimiglianza del gioco, con il suo realismo e con la dissonanza (ludonarrativa). Questi sono solo alcuni esempi che sottolineano quanto il termine appaia problematico, poco utile, da superare o da sostituire.

Il principale contributo alla discussione, almeno in ambito accademico, resta probabilmente quello di Gordon Calleja col suo libro *In-Game. From Immersion to Incorporation* (2011). In questo suo testo, molto citato quando si tocca l'argomento, Calleja parla dell'immersività come di una metafora impropria, troppo generica, che può significare cose differenti per persone differenti. Propone allora, in alternativa, un modello di coinvolgimento del giocatore, basato su sei

componenti. Sebbene sia una proposta molto articolata e apprezzata, non si è minimamente diffusa al di fuori dell'ambito accademico. Va anche detto che non sono mancati, in ambito divulgativo, dei tentativi che andassero a ritagliare in modo più preciso i confini del termine "immersivo". Tra questi si può ricordare perlomeno Marc Brown (2019) con il suo commento al videogioco *Metro Exodus* (2019), che prende come esempio di immersività per le seguenti caratteristiche: la presenza di elementi diegetizzati dell'interfaccia, la spinta all'osservazione attenta dell'ambiente, un mondo di gioco che reagisce agli stimoli del giocatore e meccaniche opache, difficili da identificare nel loro effettivo funzionamento.

Simili proposte, comunque, non sono andate a modificare l'uso comune del termine. Tantomeno hanno attecchito i tentativi di sostituire il termine "Immersione" con qualcosa di differente. Un piccolo ma emblematico esempio in tal senso può essere un talk del game designer Rugefred (2019) a Knutepunkt, una delle più importanti conferenze annuali sul gioco di ruolo. In un tentativo di migliorare la *game literacy*, è in cerca di un termine che possa sostituire "immersivo", perché quest'ultima è una "*gimmick word*", un termine buono per il marketing, che viene impiegato per indicare un'esperienza positiva di gioco. Il talk solleva un problema ma non trova una soluzione e il dibattito conclusivo segnala tutte le difficoltà che ci sarebbero in una eventuale sostituzione terminologica. Il punto forse più significativo, tuttavia, è la sottolineatura del fatto che "immersivo" sia un termine di marketing. Se mai in futuro dovrà cambiare, sarà per delle esigenze di mercato, nell'eventualità in cui dovessero aver bisogno di un descrittore migliore per evocare l'idea di un'esperienza positiva nella mente di chi gioca.

Immersi nella creatività?

La domanda è, ora, se siamo di fronte a una nuova fase nei rapporti tra il mondo del cinema e quello dei videogiochi, che potrebbe manifestarsi nei prossimi anni. O forse siamo già immersi – il termine non è casuale – in un modello radicalmente nuovo, ma non si è in grado di cogliere il cambiamento. Sia perché, se l'immersione è effettivamente qualcosa di totalizzante, è difficile osservarla dall'esterno, con distacco, cosa che si riuscirà forse a fare tra qualche anno, tramite il filtro della distanza temporale. Sia perché operano alcune resistenze culturali e concettuali. Nonostante tutta la retorica del nuovo e dell'innovazione

costantemente spinta su più fronti (come quello economico, in cui è la novità a vendere, o quello del giornalismo, in cui è notiziabile ciò che è nuovo), resta salda la tendenza di fondo nel ricondurre le nuove esperienze all'interno di categorie e schemi mentali preesistenti.

Forse è utile riconsiderare quanto scritto da Francesco Casetti alcuni anni fa (2015). Nel momento della convergenza, in cui i media appaiono sempre più fusi, sovrapposti e indistinguibili, potrebbe in realtà nascere l'occasione per scoprire l'effettiva specificità del cinema. Scrive Casetti, nella conclusione del suo libro: «il cinema si riloca per poter finalmente scoprire tutta la sua identità. Diventa diverso, per poter trovare meglio se stesso. Nel riconoscerne la presenza sotto nuove vesti – meglio, nel reinventarlo, reinventandone anche la sua storia – noi ci avviciniamo alla sua verità. Il cinema è un oggetto tutto ancora da scoprire» (2015, p. 329).

Potrebbe essere questo lo spunto da cui partire per riconsiderare i discorsi fatti, sia sul fronte della creatività sia su quello dell'immersività. La pianificazione del futuro appare in crisi su molteplici versanti, tra crisi globali inattese (la pandemia su tutte), ecoansie e molto altro. Un ambito dove rimane ancora è quello dell'innovazione tecnologica, dove è possibile aspettarsi con ragionevole certezza che uscirà un nuovo modello di iPhone, che i modelli tridimensionali (usati nel cinema e nei videogiochi) avranno un maggior numero di pixel e che le connessioni saranno sempre più veloci e stabili. Al di fuori – o meglio, ai margini – di questo flusso c'è la possibilità di *immaginare* un differente futuro, in cui cinema e videogiochi andranno a vivere un rinnovamento effettivo. Riconoscendo che sarà probabilmente il marketing a decidere quale nome assumerà tutto ciò: se sarà etichettato come “cinema”, come “videogioco” o con un altro termine ancora, appositamente pensato per venderlo come novità. Del resto, tutti i tentativi di sostituzione del termine “videogioco” con un'altra espressione sono al momento naufragate, nonostante si senta spesso dire di quanto questo termine sia limitante o infantilizzante. Proprio come l'uso di “immersivo”, come descrittore di un'esperienza piacevole e divertente, non è stato minimamente scalfito da assalti che, al di fuori del perimetro accademico, paiono battaglie contro i mulini a vento. La terminologia impiegata nella discorsività generale continuerà probabilmente a essere calata dall'alto, seguendo le logiche di vendibilità e consumo. Al suo fianco nascerà una nuova terminologia accademica o si andrà a raffinare quella già esistente. Ma nel frattempo la creatività troverà prima o poi una sua nuova strada, a prescindere da come verrà etichettata e incasellata. Il videogioco stesso potrebbe essere in grado

di fornire qualche stimolo utile per adottare quell punto di vista differente che permette di allenare il muscolo creativo. Come accennato in precedenza, diversi contesti educativi e formativi possono (almeno teoricamente) essere portatori di istanze creative, da impiegare anche per immaginare quelle che potrebbero essere le future dinamiche nei rapporti tra cinema e videogiochi. Ma anche il videogioco viene sempre più spesso riconosciuto come uno strumento educativo trasversale e sfaccettato (Soriani, 2024). «Quando giochiamo, adottiamo nuovi obiettivi, valori e scopi pratici», scrive C. Thi Nguyen nel suo libro dedicato all'*agency* videoludica (2023, p. 347). Già questo è talvolta sufficiente, per portare avanti quell'allenamento creativo.

Bibliografia

- Adam T., *Introduzione alla cinematografia interattiva*, in Bittanti M. (a cura di), *Intermedialità. Videogiochi, cinema, televisione, fumetti*, Edizioni Unicopli, Milano, 2008, pp. 107-126.
- Anthropy A., *Rise of the Videogame Zinesters: How Freaks, Normals, Amateurs, Artists, Dreamers, Drop-outs, Queers, Housewives, and People Like You Are Taking Back an Art Form*, Seven Stories Press, New York, 2012.
- Arcagni S., *La zona oscura. Filosofia del metaverso*, Luiss University Press, Roma, 2023.
- Au W.J., *Making a Metaverse That Matters From Snow Crash & Second Life to a Virtual World Worth Fighting For*, Wiley, Hoboken, 2023.
- Audureau W., *La storia di Mario*, trad. it. Di V. Busarello, Multiplayer.it Edizioni, Terni, 2012.
- Ball M., *The Metaverse: And How It Will Revolutionize Everything*, New York, Liv-eright Publishing.
- Bilchi N., *Cinema e videogame. Narrazioni, estetiche, ibridazioni*, Unicopli, Milano, 2019.
- Bown A., *Enjoying It: Candy Crush and Capitalism*, Alresford, Zero Books 2015.
- Bown A., *The PlayStation Dreamworld*, Cambridge, Polity Press, 2017.
- Bown A., *Dream Lovers: The Gamification of Relationships*, London, Pluto Press, 2022.
- Brown M., *Why Metro Exodus is so immersive*, «YouTube», 26/06/2019: <https://bit.ly/4fSAveX>.
- Calleja G., *In-Game. From Immersion to Incorporation*, MIT Press, Cambridge (MA), 2011.
- Calvino I., *Guardare. Disegno, cinema, fotografia, arte, paesaggio, visioni e collezioni*, Belpoliti M. (a cura di), Mondadori, Milano, 2023.
- Casetti F., *La galassia Lumière: Sette parole chiave per il cinema che viene*, Bompiani, Milano, 2015.
- Chmielarz A., *What Really Happened To Tale Of Tales' Sunset*, "The Astronauts", 23 giugno 2015: <https://bit.ly/3BnMWjA>.
- Csikszentmihályi M., *Flow: The Psychology of Optimal Experience: Steps toward Enhancing the Quality of Life*, Harper Collins Publishers, New York, 1991.
- Fassone R., *Cinema e videogiochi*, Carocci, Roma, 2017.
- Innocenti M., *Ecoansia: I cambiamenti climatici tra attivismo e paura*, Erikson, Trento, 2022.
- Murray J., *Hamlet on the Holodeck: The Future of Narrative in Cyberspace*, MIT Press, Cambridge (MA), 1997.
- Nguyen C.T., *Giocare è un'arte. Il gioco come tecnologia trasformativa*, trad. It. A. Chiarvesio, add editore, Torino, 2023.
- Pedercini P., *Indiepocalypse Now. MadMaxing Attention Economies In the Age of Cultural Overproduction*: <https://molleindustria.org/indiepocalypse/>
- Pescatore G., *Dal gioco all'uso: machinima e dintorni*, in Mandelli E., Re V. (a

- cura di), *Fate il vostro gioco. Cinema e videogame nella rete: pratiche di contaminazione. Atti della giornata di studi, Venezia, Università Ca' Foscari, 19 novembre 2010*, Terra Ferma, Crocetta del Montello (TV), 2011, pp. 102-106.
- Ruffino P., *Narratives of independent production in video game culture*, "Loading... The Journal of the Canadian Game Studies Association", vol. 7, n. 11.
- Ruffino P., *Independent Videogames. Cultures, Networks, Techniques and Politics*, New York – London, Routledge.
- Rugerfred, *The problem with the words Immersion and Fun*, «YouTube», 14/02/2019: <https://bit.ly/3OHhcsI>.
- Sloterdijk P., *Critica della ragion cinica*, ed. it. a cura di Ermanno A. e Perniola M., Raffaello Cortina Editore, Milano, 2013.
- Soriani A., *Vite extra. Educare a una cultura del videogioco*, Edizioni Junior, Bergamo, 2024.
- Weibel D., Wissmath B., *Immersion in Computer Games: The Role of Spatial Presence and Flow*, "International Journal of Computer Games Technology", 2011.