

Che genere di videogame? Le rappresentazioni di genere nell'universo videoludico

Emiliano Chirchiano e Alessia Tuselli

What kind of videogame? Gender representations in videogaming universe. *Nowadays, video game business surpasses any other cultural industry sector by volumes and revenues. These relatively young technologies have played, at first, a marginal role in the entertainment industry. Gender representations in gaming scene have not yet been deeply analysed, especially in Italy, as it happened for other media languages. In this research we will attempt to look at the games in a gender perspective trying to investigate the asymmetries found in the representations and in the games contents, especially when they are aimed at children and adolescents.*

Keywords: Videogame studies, gender, identity

Videogame e architetture dell'immaginario

Anche all'osservatore più distratto non può sfuggire la posizione di rilievo raggiunta dal videogioco nel quadro sistemico dei media. In primis non è possibile contestare l'impatto economico sul mercato dell'intrattenimento: per volumi e per introiti il videogioco supera, oggi, ogni altro settore dell'industria culturale. Si dimostra, quindi, principale protagonista del settore economico basato su conoscenza e tecnologia (cfr. Nichols, 2014). Il dato economico conferma il livello di pervasività che i videogames hanno assunto nel tessuto sociale, entrando nella quotidianità degli utenti, proprio come accadde con i media più tradizionali (cinema, fumetto, radio, televisione, discografia). Un linguaggio mediatico del nostro tempo, quindi, che come tale merita di essere indagato, per comprenderne potenzialità e aspetti problematici, ascrivibili anche nel più ampio (e attualissimo) dibattito su genere e linguaggio.

Le rappresentazioni di genere nel panorama videoludico, infatti, non sono state ancora oggetto di analisi dettagliate, soprattutto in Italia, come è invece accaduto per altri linguaggi mediali definiti tradizionali poco sopra, le tecnologie video-ludiche sono relativamente nuove e hanno svolto, inizialmente, un ruolo marginale nell'industria dell'entertainment.

In questa sede il tentativo è quello di guardare ai videogame in una prospettiva di *genere*, dove per genere si intende “l’insieme dei processi e delle modalità di comportamento e di rapporto con i quali la società trasforma i corpi sessuati e organizza la divisione dei ruoli e dei compiti fra donne e uomini, differenziandoli socialmente l’uno dall’altro” (Piccone Stella, Saraceno 1996). Si fa riferimento, dunque, a quelle differenze socialmente costruite tra i due sessi, che determinano comportamenti “appropriati” a cui aderire, culturalmente approvati, quindi “giusti”. In questa ottica, il fine dello studio è identificare e analizzare le differenze di genere presenti in un medium che, in teoria, dovrebbe trascenderle. Lo studio ha come oggetto l’indagine delle asimmetrie riscontrabili sia nelle rappresentazioni, sia nei contenuti dei giochi “dedicati”, soprattutto quando il target di riferimento è l’infanzia e/o la preadolescenza.

Per fare ciò bisogna riferirsi a un panorama dell’industria culturale radicalmente mutato nel corso degli ultimi due decenni: i videogiochi ora non occupano più una nicchia del mercato mainstream, ma assumono un ruolo di primo piano. Ciononostante il videogioco continua, per certi versi, a essere un medium *rimosso*, finendo vittima, spesso, di un pregiudizio aggressivamente negativo. Usiamo il termine “rimosso” proprio in senso Freudiano: non riconosciuto - nel sistema e dal sistema dei media - a protezione degli equilibri esistenti. Una sorte capitata, tra l’altro, a ogni nuovo medium che ha in qualche modo stravolto le gerarchie ad esso antecedenti (a riguardo leggere McLuhan, 1976 e 2002, Abruzzese 2007).

Considerato un semplice strumento di intrattenimento che perlopiù assurge agli onori della cronaca solo per essere accostato a episodi negativi, il videogame è percepito spesso alla stregua di sostanze dannose che provocano dipendenza, rivolto ad un pubblico giovane e impreparato, da diversi punti di vista. In realtà il videogioco è stato protagonista di una straordinaria maturazione e sorprendente diffusione: le console casalinghe dell’ultima generazione (Playstation 4 di Sony, Xbox One di Microsoft e Nintendo Wii U) hanno superato i 300 milioni di unità vendute, senza tener conto dell’ampio mercato relativo ai PC - i personal

computer - che per la natura bivalente propria del mezzo (visto l'utilizzo anche in altri ambiti estranei al gioco) è difficile da tracciare (Nichols 2014).

In questa espansione dobbiamo anche tener conto dell'allargamento dei confini videoludici - relativi all'affermarsi di nuove modalità di gioco come il *casual gaming* - verso nuove piattaforme: *smartphone* e *social network sites*, sino al fenomeno della *gamification* (Deterding, Sicart et al. 2011), che esporta i paradigmi del gioco (e del videogioco) anche in campi ad essi non direttamente collegati, come quelli relativi alla sfera professionale.

Per motivi anzitutto anagrafici, con la sopraggiunta maturità dei *media studies*, della ricerca interdisciplinare sul gioco, gli studi dedicati ai videogame mutuoano modelli già esistenti, riferiti ai media, storicamente antecedenti. Troviamo le prime tracce di studi sui videogame negli anni Ottanta del secolo scorso, con la contrapposizione fra due schieramenti che arrivano a trarre conclusioni diametralmente opposte rispetto all'oggetto di analisi. Agli studi di Chris Crawford, che nel suo testo *The art of Game design* (1982) individua in "rappresentazione, interazione, conflitto, sicurezza" i quattro fattori fondamentali del design videoludico o di Vittorio Zambardino con il suo saggio *Videogames, incontro con i videogiochi* (1983) si contrappongono studi di psicologia infantile e sociale che guardano con sospetto al mondo interattivo del videogioco, stigmatizzandolo come oggetto potenzialmente nocivo.

Anche il videogame, come ogni innovazione che l'ha preceduto, si trova di fronte alla logora, ma sempre attuale, dicotomia tra *apocalittici* e *integrati* (Eco 1964).

Negli anni Novanta del XX secolo, invece, i due approcci precedenti trovano soluzione nei cosiddetti *Game Studies*, che partono da una prospettiva di ricerca più costruttiva. Anche il fattore anagrafico, in questo caso, gioca a favore del videogame: la crescente diffusione del medium e l'innalzamento dell'età dei giocatori ha fatto sì che si formassero i primi studiosi non del tutto alieni a questo mondo, diversificando l'approccio teorico rispetto alle discipline che si occupano del mondo dell'infanzia e dell'adolescenza.

Tra le diverse prospettive teoriche che hanno analizzato il fenomeno ludico e videoludico in ambito sociologico non possiamo dimenticare l'apporto

fondamentale degli studi di John Huizinga (1946), che propone una formalizzazione del concetto di gioco mediante un approccio multidisciplinare in grado di mettere insieme antropologia, storia, sociologia e psicologia. Huizinga pone l'attività ludica al centro dell'evoluzione culturale umana: la identifica come carattere distintivo dell'essere umano, che egli definisce *Homo Ludens*.

L'*Homo Ludens* è quel soggetto che gioca per “vocazione pre-culturale”, dunque, producendo cultura prima di riceverla. Lo storico olandese, ribaltando la prospettiva culturale, non cerca di identificare il ruolo del gioco nella cultura, anzi individua la “ludicità” della cultura stessa come parte imprescindibile dell'agire umano. Non c'è cultura senza gioco. All'*Homo Faber*, l'uomo del fare (creatore, produttore e lavoratore), contrappone la figura dell'*Homo Ludens*: il giocatore che occupa lo spazio affrancato dal lavoro con il *loisir* che “appare come il tessuto stesso della vita personale, l'ambiente in cui si cerca di affermarsi in quanto individui privati” (Morin 1962).

Un'altra possibile trasformazione antropologica attinente al gioco e, soprattutto, al videogioco è proposta anche da Gianfranco Pecchinenda (2003): *l'Homo Game*, diretta evoluzione dell'*Homo Communicans* bretoniano. Per il sociologo napoletano, *l'Homo Game* è un soggetto che riesce a sopportare la contemporanea presentificazione di un tempo “indifferenziato, che dipende dagli impulsi e dai bisogni dei fruitori, a loro volta intimamente legati alle decisioni dei produttori tecno-economici di questa emergente cultura virtualizzata” (p.42). Pecchinenda (2003) individua nel videogioco la base di una “cultura della simulazione”, il medium che rende familiare il paradigma simulativo in contrapposizione a quello rappresentativo proprio dei medium visivi e audiovisivi, come cinema e fotografia: “I giochi di simulazione non sono soltanto oggetti per considerare il mondo reale, bensì elementi che ci costringono a riflettere su come il mondo reale sia diventato anch'esso un gioco di simulazione” (p. 90).

Alberto Abruzzese (1999), introducendo il testo di Ciro Ascione *Videogames: elogio del tempo sprecato*, oltrepassa la bipartizione tra rappresentazione e simulazione descrivendo i videogiochi come

la nostra più avanzata frontiera e il nostro più affascinante futuro [...]. Ma in sé, nella loro forma d'uso, nel loro territorio, evidenziano una netta cesura, un vuoto: vi è assente la matrice dell'Occidente, la linearità della storia, la mentalità moderna (*homo sapiens* contro *homo ludens*). I videogame non riguardano infatti la logosfera. Questo è il motivo per cui l'enfasi moderna con cui si tende a ragionare sulle innovazioni del computer che più si riferiscono al rapporto scrittura/lettura tende a oscurare la controtendenza dei videogiochi, in quanto strategie destinate a scomporre e non a ricomporre i paradigmi del sapere moderno, a vincerli e non a salvarli (pp. 10-11).

Nella contemporaneità il videogioco può funzionare da cartina tornasole del reale, facendo suo il ruolo già ricoperto dal cinema nel secolo precedente, sostenendo la doppia funzione di oggetto di intrattenimento e di rappresentazione del contemporaneo. Ha raggiunto quindi la maturità per essere considerato a pieno titolo "nuova forma culturale" (Manovich 2000).

Come suggerisce James Paul Gee (2003), il videogame è ben diverso da tutte le altre forme medialità (cinema, letteratura, teatro), pur riprendendone i vari linguaggi. Come il montaggio per il cinema, il linguaggio peculiare del videogame è il *gameplay* stesso, con la sua interattività, che gli garantisce un potenziale di coinvolgimento e attrazione che nessun altro medium possiede. La sostanziale differenza tra il gioco e tutti i media che l'hanno preceduto è il livello di interattività. I giochi sono interattivi, per questo dipendenti dal maggior investimento fatto dal giocatore in termini di azione nella narrazione.

In particolare, sottolinea Valentina Paggiarin (2009),

come la stampa ha modificato il modo di utilizzare la scrittura e di organizzare e produrre il sapere, [...] in seguito alla rivoluzione del digitale, lo schermo è diventato il luogo primario dell'informazione, della narrazione e della comunicazione in generale. È nel rapporto tra parola e immagine che si 'gioca' il passaggio dalla pagina allo schermo: la logica della scrittura è, infatti, temporale e sequenziale, mentre la logica che governa l'uso dell'immagine è spaziale e simultanea. Per fare progressi nell'intreccio narrativo è strettamente necessario l'intervento del giocatore. L'azione di quest'ultimo può essere semplice, come muoversi in una direzione, o complessa, come dover manovrare furtivamente il proprio avatar per raggiungere un obiettivo, rispettando delle regole morali, entro un limite di tempo. In entrambi i casi, lo svolgimento della trama dipende interamente dallo sforzo e dal coinvolgimento del giocatore stesso (p. 71).

Luca Toschi (2001) evidenzia come ancora oggi sia possibile rivivere l'efficacia del coinvolgimento dei primissimi esperimenti videoludici: è il caso di *Pong*, con le sue grossolane rappresentazioni di pallina e racchette da tennis

composte da puntini bianchi e neri. Una volta assorbiti gli effetti speciali – come accade con i moderni videogames sempre più foto-mimetici – è facile accedere al meccanismo iper-reale dell’interattività, comprendendone il linguaggio e diventando autore/ attore, dando modo di esprimere la nostra personalità e le nostre abilità nella metafora del gioco.

La società afferma i propri valori attraverso la pratica dello *storytelling*: viviamo immersi, coinvolti nelle storie. Dallo spot televisivo di 20 secondi che interrompe, con una breve storia, un’altra narrazione, ai *blockbuster* cinematografici, fino ad arrivare alle forme più avanzate del *marketing*. Con l’evolversi della tecnologia anche le storie sono progredite: dalle pitture rupestri alla tecnologia industriale di massa fino agli attuali personal media, i mezzi per raccontare si sono evoluti, grazie alla potenza dell’industria culturale, raggiungendo ogni parte del mondo. Ponendo le basi per la “prima cultura universale della storia dell’umanità” (Morin 1962).

Appurato, dunque, il ruolo da protagonista del videogame nel sistema dei media, vogliamo riflettere su se e come questi ultimi, parafrasando Hazell e Clarke (2008), esprimano un potenziale di perpetuazione degli stereotipi e di formazione della percezione dell’immagine di razza e di genere. Come accade per altre rappresentazioni medialità, anche i videogiochi concorrono attivamente all’affermazione di modelli specifici relativi ai due generi, che possono contribuire alla costruzione di immagini stereotipiche, che potrebbero non lasciare molto spazio alla pluralità propria della realtà sociale. Stereotipi di genere quindi “cioè immagini e rappresentazioni comuni e iper-semplificate della realtà che influenzano il pensiero collettivo riempiendo di specifici contenuti le convinzioni e le idee di un determinato gruppo sociale rispetto a uomini e donne e ai rapporti fra i sessi” (Ruspini 2009, p. 68).

L’industria culturale, in quanto cultura universale (Morin 1962), contribuisce alla diffusione di standard ideologici, in un meccanismo che influenza le prospettive personali per ambedue i generi, concorrendo alla creazione di immagini, alla diffusione di rappresentazioni culturalmente costruite che influenzano e determinano espressioni, comportamenti, atteggiamenti. I media

rappresentano oggi una delle dimensioni della vita quotidiana più importanti per comprendere e analizzare il mutamento sociale (Grossi-Ruspini 2007).

Come è già stato sottolineato, il videogame è parte integrante della struttura culturale della nostra società: è importante quindi interrogarsi su come le attività videoludiche contribuiscano ed alimentino le aspettative sociali riguardo a donne e uomini.

Che genere di universi simbolici

“I linguaggi densi di significati utilizzati dai media costituiscono universi simbolici che contribuiscono a formare i soggetti, sia dal punto di vista della trasmissione del sapere (attraverso processi di autoformazione) che delle costruzioni delle identità di genere” (Ruspini 2009, p. 78). Come si è già detto, il portato di tali linguaggi è culturalmente influente, vista la diffusione, il target trasversale dei destinatari per età, sesso, ecc. I primi studi teorici e le prime ricerche empiriche che vedono le immagini mediatiche analizzate in una prospettiva di genere risalgono agli anni Sessanta del secolo scorso: un fruttuoso e interessante incontro fra femminismo e teoria dei media, soprattutto nel mondo anglosassone (Azzalini 2010). Le immagini pubblicitarie, cinematografiche, televisive, vengono passate al vaglio, creando per la prima volta un cortocircuito rispetto alla normalità, alla passività, con cui tali immagini venivano accolte e introiettate, già dall'infanzia.

Questo processo analitico non è ancora avvenuto, in maniera sistemica, per il videogioco: la natura di medium rimosso, la sua relativa assenza dal dibattito accademico internazionale - che spesso lo ha relegato al ruolo di puro *divertissement* - ha fatto sì che alcune rappresentazioni potessero proliferare indisturbate al di fuori del dibattito culturale. Universi simbolici normalizzati, espedienti narrativi proposti e riproposti nel tempo, che non hanno trovato alcuna resistenza. Tali rappresentazioni seppur stringenti per i personaggi maschili (maschio/bianco/eterosessuale) conoscono una certa varietà: un orizzonte più articolato sia in termini di caratteristiche fisiche, sia in relazioni ad abilità e biografia. Di contro, i personaggi femminili sono incastrati in un immaginario asfittico: ruoli secondari, passivi, lontani dall'azione, privi di qualsivoglia potere e

di autonomia; cornici sessualizzate, oggetti di possesso. Sulle rappresentazioni del genere femminile nell'universo videoludico sarà maggiormente posto l'accento in questa sede, anche se parlare di un genere presuppone la relazione con l'altro, anche e soprattutto all'interno di una narrazione mediatica, e del gaming in particolare.

Ad una prima disamina possiamo dire che le narrazioni videoludiche ripercorrono strade già tracciate dai media che li hanno precedute: ad esempio la dicotomia fiabesca principe (eroe)/principessa (in pericolo), o l'accento sul corpo-oggetto delle rappresentazioni pubblicitarie e televisive (come vedremo più in dettaglio in seguito). Certo l'evolversi della tecnologia i videogiochi sono progrediti dal punto di vista narrativo: siamo passati da attività banalmente semplici - come colpire un muro con una palla - a trame intricate e articolate, composte da plot multipli e personaggi complessi. D'altronde anche il cinema - quello delle origini - nasce come attrazione da baraccone, prima di raggiungere la maturità trasformando uno strabiliante dispositivo tecnologico, il cinematografo, in un complesso linguaggio audiovisivo (cfr. Brancato 2010).

L'origine di una sorta di "machismo videoludico" potrebbe essere riscontrabile nella composizione prettamente maschile dell'industria videoludica, nella produzione come nel consumo (Chess-Shaw 2015). Un prodotto fatto da uomini e destinato principalmente a giovani uomini, una visione monoprospettica, dunque, con cui si è guardato ai personaggi maschili e femminili. Nonostante la crescita multidimensionale del fenomeno "videogame", l'industria videoludica nasce e, per molti versi, resta un settore maschile: sia nell'ambito lavorativo, sia in quello dei contenuti che produce. Ma il portato di senso è più ampio: "l'anti femminilità è il cuore dell'idea contemporanea e storica della maschilità [...], tanto che la virilità viene definita più in termini negativi (ciò che un uomo non è) che in termini positivi (ciò che egli è)" (Ruspini 2009, p. 65). Un modello dominante a cui tutti gli uomini dovrebbero confermarsi (Kimmel 2002) nel quotidiano come nelle rappresentazioni che lo compongono: il protagonista del gameplay non è una vittima, non è passivo, non è incapace di uscire dalle situazioni pericolose; non è per forza bellissimo e muscoloso, o principesco. In

questa visione che potremmo definire “deterministica” dei generi, nella maggior parte dei videogiochi, si muove il nostro tentativo di analisi.

Le figure femminili sono largamente assenti dai videogiochi e dai media ad esso correlati, come le riviste specializzate e le copertine delle confezioni dei videogame stessi (Burgess and Stermer 2007; Miller and Summers 2007; Dill and Thill 2007). Quando le donne sono presenti all'interno del *gameplay*, vengono rappresentate in maniera univoca, modello unico che normalizza visioni stereotipiche e iper-sessualizzate: principesse da salvare o “corpi in movimento”, dalla calzante definizione di Giovanna Cosenza ed Agata Menghelli (2010). Per i personaggi femminili l'iper-sessualizzazione nella rappresentazione è diventata la norma: veri e propri oggetti sessuali che vestono in maniera attillata e provocante (nei contesti più disparati, come vedremo successivamente) conformi a precise caratteristiche fisiche, di bellezza. Quando i creatori dei giochi abbandonano i vestiti succinti, il genere femminile si fa espediente narrativo largamente usato: le principesse da salvare diventano lo scopo del gioco, il fine degli sforzi dell'eroe, delle sue prodezze.

Nel tempo qualcosa è certamente cambiato, importante è il numero di *gameplay* in cui i personaggi femminili sono giocabili; la percentuale delle videogiocatrici cresce di anno in anno, ma bisogna chiedersi: come sono questi personaggi? Che caratteristiche hanno? E le videogiocatrici, soprattutto le giovanissime, a che prodotti fanno riferimento? Cosa significa femminilità e mascolinità nell'universo videoludico?

È utile a questo punto approfondire le dimensioni rappresentative, per meglio comprenderne contenuti ed effetti. L'elenco degli esempi da mettere a tema per discutere dell'immaginario videoludico in una prospettiva di genere sarebbe decisamente lungo, con il rischio di non riuscire a tracciare in questo spazio un filo conduttore dell'analisi. Per questo si è deciso di circoscrivere la riflessione all'universo Nintendo: nel variegato e complesso universo dell'industria del videogame, il Giappone e - in particolare - Nintendo, ha sempre ricoperto un ruolo di fondamentale importanza. Sia perché storicamente è stata protagonista di alcune innovazioni che hanno rivoluzionato ogni scenario pre-esistente, sia perché proprietaria di alcuni *franchise* (forse gli unici) che resistono

da più di trent'anni riscuotendo un successo continuativo. Se volessimo individuare uno star-system del mondo videoludico, la maggior parte dei divi sarebbe nato sulle console Nintendo. Divi intesi, parafrasando Morin (1977), come “ideali inimitabili e al tempo stesso modelli imitabili”. Se l'enorme successo ottenuto dal cinema fin dai suoi esordi ha permesso la costruzione di una particolare mitologia che ha rimpiazzato gli antichi eroi divinizzati con i moderni idoli che affollano lo star-system, anche nel panorama videoludico sono presenti le fondamenta su cui erigere quelle “architetture simboliche collettive” (Tagliabue 2016) che esercitano sullo spettatore (o in questo caso, nel giocatore) un enorme potere di proiezione e identificazione. Nella complessità delle forme di comunicazione digitale, scrive Abruzzese (2003), “si è sempre più disposti a far diventare attori sociali, anzi eroi, figure che sono puramente virtuali”.

Analizzare il modo in cui le differenze di genere sono rappresentate nell'universo Nintendo ha senso, quindi, non solo per l'importanza del brand e delle piattaforme ad esso correlato, ma anche per il pubblico trasversale a cui queste sono orientate. Nintendo ha da sempre puntato su uno stile di gioco accessibile a qualunque fascia d'età: a differenza di Sony e Microsoft, ad esempio, che hanno cercato di allargare la platea di giocatori puntando su un pubblico adolescenziale e adulto, Nintendo ha sempre creato esperienze di gameplay praticabili da giocatori appartenenti a qualunque età, a partire da quella scolare, in cui prendono forma i modelli di percezione della propria immagine identitaria e di quella altrui. Tra i 6 e i 10 anni il 65,5% dei bambini utilizza giochi computerizzati contro il 38,7% delle bambine: netta è dunque la differenza di genere in questo centrale settore produttivo e culturale (Ruspini 2009).

L'azienda giapponese ha prodotti dedicati a queste fasce d'età e, caso unico nel suo genere, ama reiterare le proprie narrazioni, in un processo di ri-mediazione che vede riproporre, ad ogni nuova generazione di console, un remake dei giochi disponibili su quelle precedenti: perpetuando quindi non solo dinamiche di gameplay, ma anche gli stereotipi ad esso correlati. Ad esempio, nel febbraio 2014 l'azienda Nintendo ha lanciato su *youtube* il canale “*Nintendo girls club*”. Lo stile grafico non lascia dubbi su quale sia il target di riferimento: corona viola

a sovrastare il logo, beniamine in stile *manga* immerse nel rosa, animaletti da accudire per le giovani *gamer*, avventure da spendere in cucine virtuali o in negozi di abbigliamento, e le immancabili principesse da salvare. Sul sito tutto italiano di videogiocatrici www.gamesprince.it, la strategia di mercato della Nintendo viene accolta e presentata in maniera ambivalente: utile per avvicinare le bambine al gioco, arretrata nell'articolare il mondo dei *games* come adatto alle ragazze se e solo se nella "componente" a loro dedicata, "adatta", insomma, a delle bambine. Ma nell'accogliere questo nuovo canale youtube le videogiocatrici iscritte al sito reputano giusta la differenziazione dei giochi nell'età dell'infanzia, per poi augurarsi che le piccole diventino amanti dei videogames *tout court*.

Come possono le bambine appassionarsi ad un gioco se viene presentato loro come adatto solo nella sua versione femminile? Si sviluppa così un *gender digital divided*, non più nei numeri, ma nei contenuti.

Partendo dal panorama Nintendo, dunque nelle prossime pagine, sarà utile approfondire, senza pretesa di esaustività, alcune delle più ricorrenti rappresentazione di genere nei videogiochi.

La cornice sexy: "corpi in movimento"

Nel 1997 fa il suo ingresso, nell'universo videoludico, Lara Croft: per la prima volta una protagonista femminile per una produzione ad alto budget (Tomb Raider della Eidos). Archeologa avventuriera, il personaggio di Lara Croft racchiude in sé una serie di stereotipi a connotazioni maschile e femminile: forte e coraggiosa con un aspetto dove la connotazione erotica è decisamente accentuata, abbigliata con short e maglia scollatissima che mostra un florido seno. Lara può essere considerata il prototipo della iper-sessualizzazione dei personaggi femminili, (probabilmente la più conosciuta fra giocatori e non) "corpi in movimento" perché partecipi all'azione, agli scontri, alla narrazione.

Al fine di sottolineare le forme di un personaggio come quello di Lara Croft, le scelte registiche del gaming non lasciano dubbi sul modo in cui quest'ultima debba essere guardata: il gioco è in semi soggettiva, e frequenti sono le riprese dal basso verso l'altro, sequenza seguita anche dall'inquadratura di schiena. Ritroviamo in questo esempio una continuità con le immagini di un altro medium,

quello televisivo: un “oggetto” femminile, la cui visione è indirizzato ad un pubblico maschile. Sono le “inquadrature ginecologiche”, così definite da Lorella Zanardo nel suo documentario *Il corpo delle donne*, dove analizza le rappresentazioni femminili in televisione (programmi di intrattenimento, pubblicità ecc). Tra TV e videogiochi si riscontra quindi una coerenza dell’immaginario nelle rappresentazioni dei corpi delle donne, con l’aggravante che nel gameplay questo corpo prorompente ed esposto è incarnato dal giocatore/giocatrice nell’azione. L’utente guarda quel corpo ed è quel corpo, corpo univoco, che non ha possibilità di discontinuità dall’immaginario stereotipico della bellezza e della perfezione a cui in corpo femminile dovrebbe aspirare, e con cui è quotidianamente a confronto.

La stessa sorte è riservata a molti di quei personaggi femminili giocabili e non giocabili dei cosiddetti “sparatutto”, “picchiaduro”, dei giochi di ruolo o di situazione. Prostitute, spogliarelliste, combattenti dal viso adolescenziale con forme prorompenti. Il corpo di questi personaggi diventa lo sfondo della narrazione, quando questi ultimi non sono giocabili, o oggetto da guardare da prospettive mediate dal gioco, quando la protagonista è attiva nell’azione.

Le damigelle in pericolo

È probabilmente l’espedito di trama più conosciuto anche dai non giocatori: la damigella in pericolo entra nell’immaginario collettivo già nell’infanzia. Un personaggio femminile si trova in situazione di pericolo in cui non riesce a destreggiarsi da sola e chiede l’aiuto di un impavido eroe (maschio) che impiegherà tutti i suoi sforzi per salvarla. Sono soprattutto principesse, mogli, fidanzate, sorelle, le figure scelte per adempiere al ruolo. Nell’universo videoludico, pensare ad una damigella in pericolo, vuol dire pensare quasi subito alla principessa Peach, eterna fanciulla in pericolo per l’eroe eterodosso Mario Bros.

È facile capire quando la categoria presa in esame sia di antica tradizione narrativa e, all’alba del XX secolo, diventi uno dei cliché preferiti dall’industria

cinematografica. A questo proposito Anita Sarkesian, fondatrice del sito *Feminist Frequency*, individua due passaggi fondamentali caratterizzanti dell'industria cinematografica, che hanno preparato il terreno per la presenza della figura della damigella in pericolo anche nei videogame: in primis il successo avuto dal cartoon Braccio di Ferro, impegnato nel salvare la "sua" esile Olivia; in seconda battuta il grande classico King Kong (1933) di Cooper e Schoedsack, protagonista di uno dei più famosi rapimenti della storia del cinema. Da entrambi questi testi ha origine la narrazione di "Donkey Kong" (1981) dove fa la sua prima apparizione il personaggio di Mario (sebbene, non ancora del tutto definito nella sua caratterizzazione, viene chiamato semplicemente *jumpman*, l'uomo che salta). Co-protagonista, insieme a un villain dalle forme scimmiesche chiaramente ispirato al King Kong, Mario ha il compito di salvare la sua fidanzata Pauline, rapita dal primate. La struttura narrativa cita, in maniera inequivocabile, la fuga finale di King Kong in cima al grattacielo Empire State Building.

Shigeru Miyamoto, il suo creatore, era intenzionato a creare un videogame che vedesse protagonisti i personaggi della serie Popeye; non riuscendo ad ottenere le licenze necessarie per poterli usare, decise di creare: *Jumpman*, *Donkey Kong* e *Pauline*. I baffi e le basette che Mario porta sono uno stratagemma creato da Nintendo per ovviare ai limiti tecnici delle macchine videoludiche dell'epoca, non avendo abbastanza spazio per disegnare bocca e orecchie. Anche il suo abbigliamento è frutto di un compromesso relativo a limiti tecnici: la classica salopette rossa e la maglietta blu erano necessarie per poter animare correttamente il personaggio, in uno spazio ridotto, senza fargli sparire le braccia.

Prima di iniziare il gioco viene mostrata una veloce animazione del gorilla che porta Pauline in cima a una struttura di un palazzo in costruzione. Il ruolo del giocatore è quello di raggiungere in cima il gorilla e liberarla. Come scrive Nina Huntemann (2009) quest'ultima si limiterà a chiedere aiuto all'inizio del gioco e aspettare, in disparte, il suo salvatore.

"Super Mario Bros" (1985) di Shigeru Miyamoto può essere considerato, a giusta ragione, il capostipite del videogioco moderno, inteso come linguaggio narrativo. Pur non essendo stato il primo videogame dotato di una sceneggiatura -

il primo è stato “Space Invaders” di Toshihiro Nishikado nel 1978 – è un altro prodotto di quella cultura giapponese che, senza proclami, ha dato inizio a molte rivoluzioni culturali che hanno investito solo successivamente l’Occidente.

Super Mario Bros raggiunge per la prima volta l’aspirazione videoludica di essere controparte interattiva del lungometraggio cinematografica. La struttura è ancora semplice e richiama ancora da vicino le classiche fiabe infantili di ambientazione medioevale. Il protagonista maschile dovrà superare delle prove, sconfiggere mostri e draghi per portare in salvo la principessa. (rispettando in pieno le strutture rilevate negli studi di Propp, Campbell, Voegl)

Se da un lato la caratterizzazione maschile è bizzarra ed amplia l’orizzonte di senso per le identità di genere maschili, in quanto presenta, al posto del principe, un baffuto e tarchiato idraulico di origine italo-americana, quella femminile risponde al reiterato stereotipo della fanciulla in pericolo da salvare. Mario era, all’epoca, già un divo del videogame; l’ambientazione fantastica del gioco non ha scalfito il suo portato intertestuale: a salvare la principessa rapita non sarà un cavaliere interpretato da Mario, ma Mario stesso: con la sua salopette rossa e il suo aspetto fuori da ogni cliché.

Come in Donkey Kong, anche in Super Mario Bros il ruolo della (non)protagonista femminile è passivo: rapita, prima dal gorilla Donkey Kong, poi dal dinosauro antropomorfo Bowser, non ha altro ruolo se quello di obiettivo, trofeo da ri-conquistare. Il mondo di Mario, in questo senso, può essere definito, come brillantemente fa Gonzalo Frasca (2006), più che *Super Mario World*, un *Super Macho World*.

Nelle successive versioni dei giochi che vedono in Mario il protagonista, la principessa Peach si è faticosamente ritagliata un qualche spazio: è il caso, infatti dell’ispirato “Super Mario Bros 2” (1987), commercializzato da Nintendo ma non sviluppato internamente. In questo gioco (un vero e proprio re-brand del gioco “Doki Doki Panic” prodotto da Fuji TV in concomitanza con il lancio dell’omonima serie animata), si possono scegliere fra quattro personaggi: Mario, Luigi, Toad e Princess Peach, che diventa quindi personaggio giocabile. Un tentativo che anticipa di almeno un decennio, la messa a tema della diversità, della

pluralità di soggettività. Ogni personaggio si presenta con caratteristiche peculiari, favorendo quindi l'affermazione dell'eterogeneità, a dispetto dell'omologazione del ruolo egemonico dell'eroe maschio e bianco. Per il resto, la ritroviamo come personaggio giocabile in Super Mario Kart, Mario Golf e Mario Tennis e Super Mario RPG, appare quindi in una serie di spin-off del gioco originario. Proprio in quest'ultimo le vengono assegnati dei poteri magici che fanno riferimento a peculiarità culturalmente assegnate all'universo femminile: può curare le ferite dei suoi compagni d'avventura (tipica rappresentazione stereotipata di donna/infermiera) e il suo abbraccio magico può guarire tutti le ferite dei suoi compagni d'avventura. Su questa lunghezza d'onda possono essere ricordate altre "abilità" della principessa Peach: piangendo fa crescere le piante su cui arrampicarsi; arrabbiandosi riesce a far infuocare degli ostacoli; ridendo, può volare. Strategie di caratterizzazione, che però nulla sottraggono allo stereotipo della rappresentazione: il pianto non è l'astuzia.

Nello stesso periodo anche in "The legend of Zelda", forse uno dei giochi più rappresentativi nella storia del medium, la principessa Zelda – pur dando il titolo al gioco stesso – rimane una figura non coinvolta nell'azione: la principessa che l'eroe dovrà salvare dopo aver intrapreso un lungo viaggio. Nel secondo episodio della saga "Zelda II: The adventure of link" l'eroe ritorna a Hyrule, teatro della sua prima avventura, trovando la principessa Zelda addormentata in un sonno profondo (il richiamo, come ovvio, va alla fiaba del "La Bella Addormentata"). Nel terzo episodio "The Legend of Zelda: a link to the past" la principessa, imprigionata, può contattare il suo salvatore solo mediante messaggi telepatici. Nelle varie trasposizioni del gioco proposte in un quarto di secolo, Zelda è rapita, o maledetta, o posseduta, o trasformata in pietra. Nel quinto episodio della serie, Ocarina of Time, qualcosa succede: Zelda riesce a sfuggire alla cattura per i primi tre quarti d'ora del gameplay travestita da Sheik, personaggio maschile, e in queste vesti si rende utile all'eroe, partecipa attivamente alla storia. Non appena torna ed essere Zelda, cioè ad assumere tratti stereotipici femminili/principeschi però, viene immediatamente catturata (video Sarkesian 2013).

Questo passaggio merita un'ulteriore riflessione: la “damigella in pericolo” si trasforma in “damigella utile” (Sarkesian) quando fa proprie caratteristiche fisiche maschili, forme corporee che inglobano in sé peculiarità considerate caratteriali dello stesso genere maschile, quindi utili all'azione, attive nella storia. Non appena la damigella torna nei panni della principessa, la figura femminile viene rappresentata per sottrazione: viene meno forza, astuzia, potere, attività, e si ritorna nel limbo della lunga passiva attesa per la salvezza.

L'elemento comune delle narrazioni considerate è il ruolo allo stesso tempo essenziale ma completamente passivo dei personaggi femminili. Se da un lato fondamentali a dare un senso all'avventura, il ruolo dei personaggi femminili è quello di mero trofeo da ottenere, per poi scomparire – successivamente – dal campo d'azione. Relegate a un ruolo reificato, i personaggi femminili non hanno alcun controllo sul loro destino. Non solo sono sempre rappresentate come vittime di violenza e abuso (catturate, rapite, segregate, incatenate) ma non hanno mai alcuna possibilità di salvarsi da sole. Perpetrando uno stereotipo di genere costruito sull'impotenza e la dipendenza dall'azione di un soggetto maschile. “Salva la principessa” ha creato una standard per l'industria videoludica, uno dei modi più usati per catturare l'interesse del pubblico, in una continua riproduzione della dicotomia soggetto(attivo)/oggetto(passivo), elementi che hanno precise caratterizzazioni di genere.

Eppure nel corso degli ultimi anni i tentativi di diversificazione delle proposte non è mancato nell'universo Nintendo: ricordiamo, in particolare, “Metroid” dove, però, il genere della protagonista non è noto al giocatore, quest'ultimo lo scoprirà solo a gioco completato. Una protagonista donna, però da occultare, per non turbare gli equilibri esistenti, l'ordine culturalmente stabilito in questo genere di narrazioni. Samus Aran, nascosta dietro un esoscheletro e un casco, con un nome “neutro” che può prestarsi a più interpretazioni, si rivela in quanto donna solo a missione completata. Samus è ispirata, a detta degli autori, dall'eroina del film Alien, interpretata da Sigourney Weaver. Questi cambiamenti negli universi simbolici sono ascrivibili a logiche di mercato: col passare del tempo, il panorama del pubblico a cui si rivolgono i videogames Nintendo è

mutato, allargandosi fino a comprendere un'ampia percentuale composta da donne e ragazze adolescenti (secondo uno studio della ESA -Entertainment Software Association - le donne sono oggi quasi la metà (47%) della popolazione mondiale di videogamers). Per questo, ad oggi, molti dei videogiochi dell'azienda nipponica sono chiaramente progettati per coinvolgere anche giocatrici. Un esempio è il lancio, nel 2008, di "Super Princess Peach" che vede – per una volta in ruoli completamente invertiti - la principessa Peach assumere il ruolo eroico di salvatrice di un indifeso Mario, senza però abbandonare il suo tipico abbigliamento rosa confetto.

Sensazioni di mutamento insomma, possibilità di nuovi immaginari in cui videogiocatori e videogiocatrici possano riconoscersi e/o immedesimarsi. È questo l'interessante caso dei pokémon.

I Pokémon: nuove rappresentazioni

Come giustamente osservato in "Pikachu's Global Adventure: The Rise and Fall of Pokémon" (2004) - una raccolta di saggi sociologici a cura di Joseph Tobin - il fenomeno Pokémon travalica i limiti del videogame diventando uno dei prodotti culturali giapponesi più esportati nel mondo. Dal finire degli anni 90 fino all'inizio del ventunesimo secolo, questa narrazione ha abbracciato l'intero sistema dei media, dalle serie televisive al cinema fino a trascendere la sua forma ludica e videoludica invadendo ogni spazio dell'industria culturale. In breve, la storia di "Pokémon" si basa sulla cattura e l'allenamento di Pokémon selvatici (crasi delle parole "Pocket" "Monster", ossia mostri tascabili) finalizzati al combattimento, per cercare di affermare la propria supremazia come "Pokémon Master".

In una prospettiva di genere, Pokémon, per Nintendo, rappresenta una vera e propria rivoluzione. Nel videogioco - e nei successivi adattamenti trans-mediali - il protagonista, un ragazzo che risponde al nome di "Ash", non ha un padre e vive solo con sua madre. Un racconto che si colloca al di fuori dagli standard familiari idealizzati, rispecchiando invece una realtà molto comune nei paesi Occidentali, dove la percentuale di divorzi supera il 40% dei matrimoni totali. Questa famiglia "atipica" per le narrazioni videoludiche rappresenta, quindi, un punto di rottura e di forte identificazione per i bambini appartenenti a famiglie monoparentali.

Ciò che ha reso “Pokémon” un successo globale è la capacità narrativa di superare i confini di genere e di età. Anche se nelle prime iterazioni il protagonista selezionabile è solo un maschio (Ash) quest’ultimo presenta caratteristiche predominanti delle rappresentazioni “maschili”, come il classico *bildungsroman* del giovane che abbandona la casa familiare per intraprendere un viaggio formativo, sia altre tipicamente femminili, come la capacità “materna” di allevare e curare, crescere e portare i propri Pokémon al successo. Anche i Pokémon stessi non sono sessualizzati e, nell’arco della loro evoluzione, mostrano caratteristiche eterogenee.

A partire da “Pokémon: Crystal” (2001) viene introdotta la possibilità di poter selezionare un personaggio femminile: una scelta che probabilmente riflette, da una parte un cambiamento in atto sia nella società giapponese che in quella americana per ciò che riguarda le politiche che promuovono la piena parità tra sessi; dall’altra la volontà, di stampo puramente commerciale, di allargare il proprio bacino d’utenza anche alla sfera femminile.

In quanto gioco dedicato a un pubblico unisex, Pokémon permette ai bambini di esaminare i ruoli di genere scevri da pregiudizi e pressioni esterne, promuovendo allo stesso tempo la valorizzazione atteggiamenti differenti. Se, ad esempio, una certa cultura può non vedere di buon occhio un bambino che si prende cura di una bambola, questi può crescere e accudire il suo Pokémon, all’interno dello spazio virtuale del suo gameboy, senza subire giudizi condizionanti. D’altro canto una bambina può sovvertire le aspettative derivanti dal suo genere mostrando un lato competitivo e combattivo, allevando Pokémon potenti pronti a fronteggiarsi in battaglia guidati dal proprio allenatore.

Uno studio sul fenomeno Pokèmon (CNEL 2002) ha preso in esame 5 puntate del cartone animato (2001) e ha mostrato che sia bambini che bambine possono catturare e addestrare i Pokémon, accudirli e motivarli, curarli e farli combattere, attitudini che vengono quindi considerate comuni ad entrambe i generi. “Il pubblico ideale dei Pokèmon non è quindi un’infanzia che ha assimilato o che è disposta ad assimilare, facendoli propri, gli stereotipi di genere,

bensì un'infanzia disposta alla costruzione di un'identità dove la costruzione sociale dei corpi non è rigidamente strutturate" (CNEL 2002, p.117).

La pluralità entra nella narrazione, e potrebbe essere questa discontinuità nelle rappresentazioni ad ampliare l'orizzonte dei modelli proposti in un'ottica di genere, e non solo.

Conclusioni

Nel considerare il processo di formazione delle identità di genere non si può ignorare il ruolo che i mezzi di comunicazione assumono. I media offrono un'opportunità per comprendere il mutamento sociale (Ruspini 2009), i cambiamenti in atto e gli eventuali ostacoli che tali mutamenti si trovano ad affrontare. I media intersecano il nostro quotidiano, riflettono la società in un dato spazio/tempo dando voce tanto alle trasformazioni quanto agli impedimenti, ai vincoli sociali, che quella stessa società produce. Questo, probabilmente, vale ancora di più per un universo videoludico che permette l'interazione, l'attività, l'azione al fine di "sperimentare vissuti, desideri e immaginari" (Ruspini 2009).

I processi di ridefinizione del sé di donne e uomini, le loro relazioni conosco oggi importanti discontinuità rispetto al passato, una fluidità che tenta di rifuggire sempre più spesso dalle rigidità dei ruoli di genere, dalle loro rappresentazioni, dagli stereotipi, dagli ostacoli che limitano le possibilità, le prospettive, le scelte. Le immagini, gli universi simbolici, i linguaggi che i media propongono non possono trascurare questi nuovi meccanismi di regolazione della vita quotidiana. Per questo anche l'industria culturale sta aprendo dei nuovi e interessanti spazi in questo senso, proponendo storie, campagne pubblicitarie, iconografie, personaggi cinematografici che rappresentano le differenze proprie del tempo che abitiamo.

Rispetto ai media tradizionali, che hanno intrapreso questo percorso già da un po' di anni, il videogame risulta ancora un medium impreparato a rappresentare alcuni mutamenti. Il suo essere medium rimosso non aiuta: mancano, per l'universo videoludico, analisi empiriche e riflessioni che ne esaminino proposte e contenuti, utenti e linguaggi, cosa che invece è stata ampiamente fatta per i media che lo hanno preceduto. Se non si pone l'accento sulle potenzialità quanto sui limiti di un ambito che abbraccia il vissuto delle

persone, difficile è modificarne gli assunti. Per questo oggi si comincia a sentire la necessità di analisi dedicate che pongano il videogame al centro di un dibattito anche interdisciplinare.

Lo studio delle rappresentazioni di genere nell'universo videoludico si muove in questa direzione. Riuscire a far emergere le prassi rappresentative nel gameplay, normalizzate dagli utenti, può essere un primo passo per iniziare a guardare ai personaggi come agli intrecci narrativi con occhio critico, attraverso una "console consapevole" potremmo dire. Pensare che il giocatore o la giocatrice prescindano dalla rappresentazione del personaggio che incarna è pericoloso: il conseguimento dell'obiettivo del gioco è il fine, ma la strada per arrivarci è fatta di immagini, di azioni, di linguaggi in cui l'utente si immerge, attraverso cui si esprime, usando una lingua che parla e da cui è parlato (parafrasando Sabbatini che ben spiegava ne "Il sessismo nella lingua italiana", alla fine degli anni Ottanta del secolo scorso, le asimmetrie presenti nella lingua italiana). Le forme di un corpo fatto di pixel, i colori degli abiti, le abilità e le azioni da poter compiere in un videogame attraverso i personaggi non sono quindi dettagli, ma opportunità per dare voce alla pluralità, alle differenze proprie di chi sta giocando. Non parliamo di "modelli" ma di "modello", univoco, se all'interno dell'universo videoludico le rappresentazioni femminili distinguono fra donna pura (la principessa da salvare) e donna impura (spogliarelliste, prostitute, ancelle sexy), fra attività e passività, fra capacità e attesa, fra soggetto e oggetto. Queste semplificazioni della realtà presentano un grado di riduzione che non lascia spazio. Anche gli stereotipi maschili non rifuggono certo a delle rappresentazioni chiuse, come la virilità, il coraggio, la fisicità machista, ma hanno però delle controparti eroiche come, ad esempio, Mario Bros che offrono un destino più ampio.

Le riflessioni proposte in questo lavoro sono una finestra, un'apertura ad importanti temi che, a nostro parere, meritano di essere approfonditi ed indagati, in un continuum analitico che vede al centro le rappresentazioni videoludiche. Particolare interesse meritano gli studi dei mutamenti in seno alle figure maschili e femminili all'interno dei videogiochi, i significati delle loro relazioni; le

rappresentazioni delle identità insomma, anche e soprattutto nelle componenti della sessualità, del genere, dell'orientamento sessuale, temi questi ultimi che non era possibile approfondire in questa sede.

Le complesse questioni che ruotano attorno all'identità di genere e all'orientamento sessuale, al centro del dibattito politico italiano, stanno infatti animando anche lo spazio videoludico. In tempi recenti, diverse sono state le polemiche relative all'espansione *Siege of Dragonspear* di *Baldur's gate*. Gioco che ha conosciuto pesanti attacchi da parte degli utenti relativi ad un personaggio dell'avventura, Mizhena, un mercante transessuale. Il soggetto della discordia, cresciuto dai propri genitori come uomo, scopre di essere in realtà una donna, cambia così nome e attraversa una ridefinizione della sua identità sessuale e di genere. Il personaggio ha destato scandalo fra gli utenti e i pesanti insulti non sono mancati. Bisogna sottolineare però che l'approccio degli sviluppatori al tema è semplicistico e riduttivo da quello che si evince rispetto alle dichiarazioni fatte dalla casa produttrice del gioco. Parecchia confusione muove l'idea iniziare: nessuna distinzione viene fatta fra dimensione biologica (quindi in sesso di nascita del personaggio) e la sua dimensione sociale (identità di genere). Mizhena nasce donna e viene educata da uomo? Sembra paradossale ma come può non essersi accorto prima dei suoi attributi sessuali? Questioni che nella trama non vengono specificate. Un tema complesso non può essere spiegato o rappresentato con riduzioni di questo tipo, confuse e mal articolate. Certo il tentativo si pone in un'ottica di cambiamento, di apertura, ma lo fa alimentando la confusione e banalizzando la rappresentazione.

Questo è solo l'esempio più recente di come alcune questioni siano entrare nell'universo dei videogiochi. Gameplay e rappresentazioni lgbt (lesbiche, gay, bisessuali, transessuali) sono il focus del lavoro di Luca De Santis *Videogaymes. Omosessualità nei videogiochi tra rappresentazione e simulazione (1975- 2009)* (2013). Prima indagine strutturata di questo tipo (più di 9000 videogiochi passati al vaglio), lo studio evidenzia come, alla fine degli anni Novanta del XX secolo, vengano presentate le prime rappresentazioni lgbt in *The Sims*, *Fallout*, *Mass Effect* o *Elder Scroll*, dove è possibile costruire un protagonista dichiaratamente

omosessuale, Un'apertura che, negli anni Novanta, non era avvenuta nemmeno al cinema: il videogame ha, in questo caso, anticipato il medium più tradizionale.

Giochi come quelli appena elencati pongono un'altra interessante questione: cosa succede quando sono gli utenti a creare il proprio avatar in termini di identità di genere? Sarebbe stimolante confrontare le rappresentazioni dei personaggi proposti dagli sviluppatori e i protagonisti creati dagli utenti per coglierne le differenze attraverso le auto-rappresentazioni.

Questi sono solo alcuni degli spunti che emergono quando si guarda all'universo videoludico in una prospettiva di genere, identitaria, di un sé virtuale che non può ignorare la pluralità dei sé degli utenti a cui si rivolge. Gli studi in questa direzione sono una grande scommessa e un'importante opportunità: il videogioco è medium trasversale per utenza e diffusione territoriale, quindi veicola messaggi e linguaggi in formati interattivi, "agenti", che viaggiano in maniera diffusa. Le analisi risulterebbero utili in un processo di educazione dei videogiocatori e delle videogiocatrici, di vecchia data come di nuova generazione, al fine di essere maggiormente esigenti rispetto all'apertura a nuove e più articolate rappresentazioni dei generi. Utenti dall'occhio critico, qualità indispensabile per accompagnare il mutamento.

Il videogioco sembra medium pronto a raccogliere la sfida: le rappresentazioni maschili e femminili, ad oggi proposte, fino a quando posso fungere da uniche categorie, punti cardinali e di riferimento, nell'articolazione dell'identità individuale?

Riferimenti bibliografici

- Abruzzese, A., & Borrelli, D. (2000). *L'industria culturale*. Roma: Carocci.
- Abruzzese, A., & Giordano, V. (2003). *Lessico della comunicazione*. Roma: Meltemi.
- Abruzzese, A., *Introduzione* in Ascione, C. (1999). *Videogames. Elogio del tempo sprecato* Roma: Minimum fax.
- Alberoni, F. (1963). *L'élite senza potere*. Milano: Società editrice Vita e pensiero.
- Brancato, S. (2010). *La forma fluida del mondo. Sociologia delle narrazioni audiovisive tra film e telefilm*. Ipermedium Libri
- Breton, P. (1997). *L'utopie de la communication*. Paris: La Découverte.
- Campbell, J. (1972). *The hero with a thousand faces*. Princeton, N.J.: Princeton University Press.
- Chess, S., & Shaw, A. (2015). *A conspiracy of fishes, or, how we learned to stop worrying about# gamergate and embrace hegemonic masculinity*. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 59(1), 208-220.
- CNEL (2002). *Donne, lavoro, TV. La rappresentazione femminile nei programmi televisivi*. CNEL. Roma.
- Crawford, C. (1984). *The art of computer game design*. Berkeley, Calif.: Osborne/McGraw-Hill.
- De Santis L. (2013). *Videogames. Omosessualità nei videogiochi tra rappresentazione e simulazione (1975-2009)*. Edizioni Unicopli. Milano.
- Deterding, S., Sicart, M., Nacke, L., O'Hara, K., & Dixon, D. (2011, May). *Gamification. using game-design elements in non-gaming contexts*. In CHI'11 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems (pp. 2425-2428). ACM.
- Eco, U. (1965). *Apocalittici e integrati*. Milano: Bompiani.
- Gee, J. (2003). *What video games have to teach us about learning and literacy*. New York: Palgrave Macmillan.
- Grossi G., Ruspini E. (a cura di) (2007). *Ofelia e Parsifal. Modelli e differenze di genere nel mondo dei media*. Cortina. Milano.
- Huizinga, J. (1955). *Homo ludens*. Boston: Beacon Press.
- Kimmel M., (2002). *Maschilità e omofobia. Paura, vergogna e silenzio nella costruzione dell'identità di genere*, in Leccardi C. (a cura di), *Tra i generi. Rileggendo le differenze di genere, di generazione di orientamento sessuale*. Guerini e Associati. Milano, pp. 171-94.
- Lind, R. (2004). *Race, gender, media*. Boston: Pearson/Allyn and Bacon.
- Manovich, L. (2002). *The language of new media*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- McLuhan, M. (1976). *La galassia Gutenberg*. Roma: Armando.
- McLuhan, M. (2002). *Gli strumenti del comunicare*. Milano: Il saggiatore.
- Morin, E. (2002). *Lo spirito del tempo*. Roma: Meltemi.
- Nichols, R. (2014) *The video game business*. British Film Institute. London
- Paggiarin, V., (2009). *Narrazione, Interattività e Performance Ludica nel videogioco: il caso di "In Memoriam"*. Università IULM (Milano)
- Pecchinenda, G. (2003). *Videogiochi e cultura della simulazione*. Roma: GLF editori Laterza.

- Piccone Stella S., Saraceno C. (1996). *Genere. La costruzione sociale del maschile e del femminile*. Il Mulino. Bologna.
- Propp, V. (1968). *Morphology of the folktale*. Austin: University of Texas Press.
- Ruspini E. (2009). *Le identità di genere*. Carocci editore. Bologna.
- Toschi, L. (2001). *Il linguaggio dei nuovi media*. Milano: Apogeo.
- Vogler, C. (2010). *Il viaggio dell'eroe*. Roma: Audino.

Sitografia

- Azzalini, M. (2010). Donne e media, modelli teorici, ricerche empiriche e risultati
[http://www.sociologia.unimib.it/DATA/Insegnamenti/4_2851/materiale/se
ttimalezione_genere.pdf](http://www.sociologia.unimib.it/DATA/Insegnamenti/4_2851/materiale/se
ttimalezione_genere.pdf)
- Cosenza, G. & Menghelli, A. “Corpi in gioco”. Paper presentato durante il
Convegno “Faregame 2010”, Cineteca di Bologna, Bologna, Italia
[http://www.cinetecadibologna.it/fargame2010/ev/far_games_convegno/29
maggio](http://www.cinetecadibologna.it/fargame2010/ev/far_games_convegno/29
maggio)
- Sarkeesian A., “Damsel in Distress: Part 1 - Tropes vs Women in Video Games”
https://www.youtube.com/watch?v=X6p5AZp7r_Q
- Tagliabue, C. Divismo, in Franco LEVER - Pier Cesare RIVOLTELLA -
Adriano ZANACCHI (edd.), La comunicazione. Dizionario di scienze e
tecniche, www.lacomunicazione.it (08/04/2016).
- Zanardo L., “Il corpo delle donne”, documentario, versione integrale.
www.ilcorpodelledonne.it

