

Genere e industria videoludica: complessità e possibilità di ruoli in gioco

ROSY NARDONE

«Io non sono cattiva: è che mi disegnano così. [...] Lei non ha idea di come sia difficile essere una donna con l'aspetto che ho».
Jessica Rabbit in *Chi ha incastrato Roger Rabbit?*

Punti di vista e di identità *in gioco*...

Come afferma Michela Murgia (2011), «quando si è impossibilitati a rivelare da soli la propria verità, è il modo in cui veniamo raccontati l'unica strada che ci rende intellegibili agli altri. Solo che spesso quella strada conduce da qualche altra parte. Non esistono narrazioni privi di conseguenze. Nemmeno una fiaba lascia il mondo come l'ha trovato. È dalle storie che i bambini ricavano inconsapevolmente i codici segreti per aprire la cassaforte del mondo» (p. 121).

Le narrazioni, qualsiasi sia il supporto, la tecnologia, la piattaforma attraverso cui vengono espresse (libro, film, cartoon, giocattolo, sito web, videogioco, etc.) riconfermano modelli tradizionali e stereotipi di rappresentazione sociale e culturale presenti nell'immaginario o nel vissuto quotidiano; oppure possono stimolare curiosità, un "effetto sorpresa", proponendo l'insolito, diventando agenti di mutamento sociale anche rispetto ai ruoli di genere, e l'immaginario, per attivare un processo di decostruzione. In quest'ottica il gioco e il giocare sono dimensioni per eccellenza del narrare ("faccio finta di essere...") che caratterizza il genere umano, e, dunque, nessun gioco è neutro e neutrale, nemmeno un videogioco.

Videogiocare è posizionarsi rispetto ad un racconto, è "abitare" scenari differenti, mettersi nei panni dell'altro, simulare situazioni anche e spesso lontane da sé. Ad ogni schema ludico sottende un'ideologia, che rispecchia il pensiero di chi lo progetta. E nessuno

gioco lascia il giocatore, la giocatrice immutato/a. I giochi, infatti, sono forme di cultura di massa che «costituiscono modi potenti di comprendere il proprio posto e le proprie possibilità nel mondo, attraverso persuasioni complesse e ingegneria sociale. La comprensione dei loro meccanismi può conferire agli utenti una maggiore capacità di azione in quanto attori di una determinata cultura, in un determinato momento» (Murray, 2017, p. 78 trad. propria).

La sua strutturale dimensione di immersività richiede costantemente di “indossare” i panni di un protagonista (umano, animale o di qualsiasi natura sia), di assumere uno sguardo, un punto di vista, che conduce attraverso l'esplorazione di scenari, meccanismi, trame narrative, anche quando queste sono estremamente semplici o aderenti alla realtà, ad eventi storici o anche di assoluta fantasia o fantascienza, di assumere un'identità.

Possiamo definirli delle vere e proprie “palestre di apprendimento” (Gee, 2013) a tutto tondo, sia rispetto allo sviluppo cognitivo che emotivo, nonché – come afferma Murray (2018) – culturale, in quanto «all games engage in a politics of identity, not just some of them» (p. 40). I videogiochi, come *cultura visiva*, rappresentano un vero e proprio *palinsesto* culturale, tanto che alla fondamentale domanda se «Is the 'culture' in games culture the 'culture' in Cultural Studies?», Murray sostiene che la risposta sia sì che no. No, in quanto non è concepita in questo modo, ma anche sì, in quanto sono, di fatto, una cosa sola, e dovremmo cominciare a considerarle pienamente come tali.

I videogiochi, dunque, sono da considerarsi sempre più media di informazione e formazione, strumenti per comunicare, per promuovere contenuti culturali, memorie di storie, territori, propagande... Prevedono un'interazione sempre più stretta tra settori apparentemente differenti sia a livello tecnico (videogame, cinema, televisione, animazione, arte) che sociale (educazione, intrattenimento, politica, divulgazione pubblica e culturale quali musei, enti turistici) e imprenditoriale (mondo pubblicitario, editoria tradizionale, piattaforme online, strumenti digitali ecc.). Al di là del genere e della tipologia con cui possiamo classificarli, per le caratteristiche che lo distinguono dagli altri media, sono esperienza di simulazione e di interattività, in un contesto di regole all'interno di una cornice di senso narrativo. Richiedono che, per andare avanti nello svolgimen-

to, si imparino alcuni elementi che stanno nella dinamica del gioco (gameplay), con la possibilità di montare e rimontare sequenze di comportamento, volte a consentire miglioramento nell'azione: tale aspetto lo distingue da altri media, come la radio e la televisione, che consentono la loro fruizione senza che l'utente debba per forza imparare qualcosa, comprendere e prendere decisioni in "tempo reale".

In questo senso i videogame svolgono un ruolo importante nei processi di apprendimento: mettono costantemente alla prova le nostre capacità cognitive e decisionali, obbligandoci a stabilire gerarchie nelle scelte per risolvere situazioni/livelli (*problem solving*), assumendocene la responsabilità, il tutto rispettando le regole e anche con grande piacere! Per videogiocare bisogna imparare il game, e più è complesso e impegnativo, più è coinvolgente.

Sono un vero e proprio esempio di *remediation* (rimediazione) (Bolter & Grusin, 1998), ovvero di come ogni nuovo strumento di comunicazione assorbe in sé stesso gli altri media che l'hanno anticipato, arrivando alla definizione di un medium che combina in sé trasparenza e opacità, tra tradizione e innovazione, tra narrazione e produzione.

E, dunque, essere maschio o femmina, come identità socialmente e culturalmente costruite, deve fare i conti con le stratificazioni di queste vecchie e nuove narrazioni, nonché silenzi, impregnati spesso di stereotipi che sfociano in pregiudizi e sessismi, per proporre nuove contronarrazioni, nuove visioni. Guardare, dunque, all'industria videoludica attraverso la prospettiva di genere significa guardare attraverso un caleidoscopio ricco di complessità, contraddizioni e opportunità, quanto mai attuali, rispetto alle dinamiche delle forme di potere veicolate sia dalle rappresentazioni che dalle possibilità di accesso alle professioni ad esso collegate.

Assumendo la prospettiva dei *gender studies* e dell'approccio intersezionale femminista, si ritiene necessario riflettere su come ogni narrazione e rappresentazione mediatica, e quindi anche videoludica, abbia implicazioni sociali e politiche (dimensione valoriale e ideologica), esprimendo punti di vista in cui si possono riscontrare categorie quali potere, autorità, valori culturali: chi o cosa è assente può essere più rilevante di chi o cosa viene incluso. Ciò può essere il risultato di scelte consapevoli o di inconsapevoli *bias* che possono

influire sull'autorappresentazione, sui modelli sociali e di attese legati al genere, ai gruppi etnici.

Cosa significa, dunque, femminilità e mascolinità nell'universo videoludico? Come si sta trasformando questo media che nasce storicamente come prodotto fatto da uomini e destinato principalmente a giovani uomini (eteronormati e bianchi), in una visione monoprospettica, sia nell'ambito dei contenuti che in quello lavorativo?

Scenari videoludici, educazione e questioni di genere

Gli studi di genere nell'ambito della pedagogia e delle scienze della formazione si sono concentrati principalmente sullo studio delle rappresentazioni in libri di testo, letteratura, fumetti, cartoni animati, cinema e pubblicità, escludendo spesso da queste analisi il medium videoludico, in quanto ancora considerato – almeno in ambito italiano – come un mero strumento di intrattenimento, che riguarda alcune fasce d'età e che viene “interrogato” e valutato solo in riferimento a fenomeni di dipendenza e di effetti devianti e patologici d'uso delle tecnologie. Oltre che a rivolgersi a un vasto pubblico, i videogiochi, contribuiscono a rafforzare norme e ruoli di genere; ma, mentre gli altri media citati, in anni recenti, hanno mostrato una sensibilità sempre maggiore nell'aprirsi a rappresentazioni plurali, variegata, divergenti, i videogiochi presentano principalmente una prospettiva etero normativa e androcentrica, con una rara attenzione ai diversi generi e orientamenti sessuali, oltre che rappresentazioni eterogenee di razza, disabilità e altre diversità: pur essendo tra i media quello relativamente più nuovo, risulta essere anche il più conservatore (Shaw, 2014).

Ciononostante, come accade per altre rappresentazioni mediatiche, anche i videogiochi concorrono attivamente all'affermazione di modelli specifici relativi ai due generi, che possono contribuire alla costruzione di immagini stereotipiche, ma anche a produrre un capovolgimento e una nuova direzione di possibilità rappresentativa. Infatti, l'industria culturale contribuisce alla diffusione di standard ideologici e di rappresentazioni culturalmente costruite, che influenzano e determinano espressioni, comportamenti, atteggiamenti. Come afferma la studiosa Ruspini (2009), «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 [...] che delle costruzioni delle identità di genere» (p. 78). I videogiochi – appartenendo a tutti gli effetti all'industria culturale che costituisce cultura universale (Morin, 1962) - contribuiscono, dunque, alla diffusione di modelli specifici di mascolinità e femminilità, di rappresentazioni culturalmente costruite di espressioni, comportamenti, atteggiamenti adatti a ciascun genere.

Nella riflessione proposta in queste pagine non c'è la pretesa e nemmeno la possibilità di illustrare e analizzare in maniera esaustiva la molteplice e complessa varietà di produzione dell'industria videoludica rispetto ai modelli di rappresentazione d'identità e di alterità, e non sarebbe nemmeno legittimo farlo rischiando un'ulteriore lettura omogenea e uniformante. Si vogliono, piuttosto, offrire alcuni spunti e questioni che possano fungere da stimolo di riflessione, sguardo consapevole e problematizzante ogni qualvolta si utilizzi e si fruisca di una narrazione videoludica: da un punto di vista educativo può essere un'opportunità per educatori, educatrici, docenti, operatori/trici culturali e anche genitori che vogliono costruire un approccio *mediaeducativo* (Rivoltella, 2017) utile alla comprensione e alle modalità di rappresentazione delle differenze di genere. Ritengo, infatti, che occuparsi oggi di educazione alle differenze di genere, ad una cultura di cittadinanza globale, plurale, inclusiva e rispettosa delle differenze significhi occuparsi anche di Media Education: sono ambiti di studio imprescindibili l'uno dall'altro.

Già negli anni Settanta, infatti, emerge dal contributo dei media studies quanto sia condizionante l'esistere o meno nelle rappresentazioni mediatiche per esistere nel mondo sociale: questa dinamica è ciò che Gerbner (1976) ha teorizzato come *annientamento simbolico*. «La rappresentanza nel mondo fittizio significa esistenza sociale; assenza significa annientamento simbolico» (Gerbner e Gross, 1976, p. 182), ovvero l'influenza della rappresentazione mediatica è tale per cui l'assenza di rappresentazione o la sottorappresentazione di determinati gruppi allo scopo di mantenere la disuguaglianza sociale ha il potere di cancellare interi gruppi di persone dalla narrazione (gruppi e comunità diversi per razza, genere, orientamento sessua-

le, religione...).

«Questa riflessione è centrale per una alfabetizzazione e conoscenza critica dei significati costruiti da qualsiasi media: per agire da cittadini nella società dell'informazione bisogna essere capaci di capire e valutare i messaggi diffusi in qualsiasi contesto narrativo e, per questo, diventano centrali, nei processi educativi, processi che rendono consapevoli i bambini, le bambine, i/le adolescenti, attraverso la decostruzione delle immagini dei media, del fatto che i messaggi dei media sono costruiti da gruppi di persone che decidono quali immagini, quali parole usare per definire chi, che cosa e quali escludere» (Nardone, 2020, p. 74). In questo senso narrazioni e rappresentazioni mediatiche e, quindi, anche quelle videoludiche, vanno considerate rispetto alle dimensioni valoriali e ideologiche, "politiche" (nel suo senso profondo, etimologico di *polis*, 'città' per designare ciò che appartiene alla dimensione della vita comune), in cui si possono riscontrare categorie quali potere, autorità, valori culturali: chi o cosa è assente può essere più rilevante di chi o cosa viene incluso, così come il come viene rappresentato/a può determinare stereotipi ed ulteriori esclusioni.

L'industria videoludica (come d'altronde gran parte dell'industria culturale e mediatica) nasce connotata fortemente da una presenza maschile, sia per quanto riguarda gli sviluppatori, sia per quanto riguarda il pubblico prevalente a cui si rivolge inizialmente fino ai recenti anni: è la cifra di un maschilismo patriarcale a connotarla principalmente. Le studiosse femministe ed esponenti di una cultura queer del gaming sottolineano l'esistenza di una sorta di "machismo videoludico" riscontrabile proprio nella storia di origine nella produzione come nel consumo (Chess-Shaw, 2015).

Shaw (2014), però, sostiene anche quanto questa caratteristica sia anch'essa un costrutto culturale e sociale: nell'esperienza dell'autrice, infatti, il videogioco è sempre stato appannaggio sia di maschi che di femmine; sono stati il marketing e la narrazione mass-mediatica a raccontarlo come un *passatempo* per soli uomini e questo, probabilmente, lo ha spinto in quella direzione, come una profezia che si autoavvera. Basti pensare, ad esempio, che la prima console portatile Nintendo (1989) e diffusa in tutto il mondo fu chiamata *Game Boy*: il nome della tecnologia portava con sé già l'immaginario a cui si rivolgeva. Ancora più connotate in tale direzione sono state

le campagne pubblicitarie europee di Sega dei primi anni Novanta, basate su doppi sensi tra il videogiocare e la masturbazione maschile.

Un prodotto fatto da uomini cisgender e prevalentemente bianchi e destinato principalmente a giovani uomini, in una visione mono prospettica, dunque, con cui si è guardato ai personaggi maschili e femminili e all'interazioni-relazioni tra essi, contribuendo a rafforzare le norme e i ruoli di genere stereotipati, offrendo una visione sessista ed etero normativa ai giocatori e alle giocatrici.

Senza sostenere una semplicistica nonché fuorviante visione che vuole vedere «l'esistenza di una relazione causale tra la fruizione di videogiochi e i comportamenti sociopatici nel mondo reale», scrive Bittanti (2023), è «importante ricordare che il videogioco non è che un elemento di un complesso ecosistema formato da spazi di consumo, discussione e condivisione che spesso presentano un'elevata tossicità: misoginia, razzismo, omofobia e violenza verbale» (pp. 30-31). Dunque, qualsiasi discussione sui videogiochi non può prescindere dal contesto in cui si vanno ad inserire e da cui sono pensati, prodotti e fruiti.

In questa direzione sono di grande interesse le riflessioni di Murray (2020), che, propone un'analisi intersezionale nel contesto dei *games studies*, per mettere ancora più in evidenza la «soggettività normativa bianca» (p. 271), affermando che la narrazione videoludica mainstream è centrata sulla crisi della narrazione dominante del progresso occidentale *bianco*¹. «*Tomb Raider* è interpretato dall'iconica protagonista femminile bianca, Lara Croft, che qui dismette i panni della prorompente archeologa avventuriera per assumere quelli della donna forte e competente, ma al tempo stesso consapevole della propria vulnerabilità. Nel contesto *game studies*, il personaggio di Lara Croft è generalmente discusso in chiave *gender*, ma ciò finisce per adombrare un aspetto parimenti importante: la *razza*. Infatti esaminando Lara Croft attraverso il filtro razziale possiamo

1 Come precisato dalla stessa Murray nel saggio citato, con il termine *bianco*, non si vogliono intendere implicazioni puramente cromatiche, ma a posizioni che tengono conto degli assunti ideologici attribuiti alla complessa costruzione della razza bianca. «I *whiteness studies* – successivamente ribattezzati *critical whiteness studies*. sono un campo di studio specializzato che prende avvio dalle investigazioni della teoria postcoloniale e postmoderna» (Ivi, p. 275).

coglierne aspetti significativi di questo specifico videogioco così come alcune caratteristiche della produzione *mainstream* contemporanea segnata da *un'estetica dell'ambivalenza*. Al pari di *The Last of Us*, *Tomb Rider* è contraddistinto dal tema della perdita, del declino e della crisi, sintomi di una società prossima all'implosione» (p. 271-272).

Per questo, dunque, è di centrale importanza occuparsi di videogiochi, studiarli, praticarli per comprenderli al meglio, per utilizzarli come territori e ambienti in cui *fare e disfare* le rappresentazioni di e tra i generi e delle altre *diversity*, comprendendoli come prodotto della cultura mainstream, nonché patriarcale.

Rappresentazioni e ruoli di genere nei videogiochi

Nonostante le recenti iniziative dell'industria ludica per una maggiore inclusione delle donne e delle persone LGBTQ, la maggior parte dei giochi contemporanei si rivolge a un pubblico di adolescenti eterosessuali di sesso maschile e mostra una prospettiva tradizionale sui ruoli di genere (Biscop, Dhoest & Malliet, 2019). Negli ultimi vent'anni un'ampia gamma di studi – principalmente internazionali – ha analizzato come i personaggi maschili e femminili vengono rappresentati nei videogames, arrivando alle medesime conclusioni, ossia che, essendo i giochi mainstream progettati principalmente per un giocatore eterosessuale maschio, l'ipersessualizzazione dei personaggi femminili risulta un aspetto problematico importante, per cui lo sguardo maschile diventa la modalità di apprezzamento implicitamente dominante. Seppur datato, tra i più noti e importanti punti di partenza per comprendere anche il cambiamento in atto dalle rappresentazioni videoludiche a partire dagli anni Novanta, è lo studio condotto da Dietz (1998), che ha indagato 33 popolari videogiochi per Nintendo® e Sega Genesis® proprio per la loro potenziale influenza sullo sviluppo del senso dei ruoli di genere nei bambini. Il suo lavoro ha fatto emergere alcuni risultati su cui si continua a prestare attenzione e che hanno contribuito a costruire una riflessione critica rivolta agli sviluppatori. Giocando per un'ora a ciascun gioco, Dietz ha rilevato risultati che ci interrogano: la rappresentazione più comune delle donne all'interno dei giochi

era, in realtà, una totale assenza. Il 41% dei giochi non conteneva donne e il 30% dei giochi non aveva alcun personaggio femminile, umano o di altro tipo. Nei giochi con la presenza di donne, il 21% delle volte erano rappresentate come bisognose di aiuto da parte di un uomo, ovvero lo stereotipo della *damsel in distress*. Altri due ruoli emersi sono stati la *cheerleader* fisicamente bella rappresentata in uno stile sessualmente provocante, seguendo stereotipi tipici della *male fantasy*, che osserva e/o incoraggia i personaggi maschili attivi o un'antieroina, un ostacolo malvagio. Nei pochi giochi in cui erano presenti protagoniste donne, lo erano esercitando comportamenti di forza e di aggressività che richiamano il ruolo maschile. Le sue conclusioni della ricerca rimangono quanto mai attuali, in una visione *femminista* dell'educazione e della formazione culturale, ovvero «these depictions of women are detrimental to both girls and boys inasmuch as both may internalize these expectations and accept the idea that women are to be viewed as weak, as victims, and as sex objects» (1998, p. 438).

Sarebbe, infatti, ingenuo e semplicistico non considerare, nel problema delle rappresentazioni, anche le gabbie dei cliché del maschile e della conseguente stereotipizzazione della virilità, in cui i ruoli dei protagonisti sono rinchiusi e studi più recenti continuano a confermare che la prevalenza dei personaggi rappresentati è di sesso maschile, con diversi ruoli attivi e giocabili, caratterizzati da una fisicità iperrealistica e anche idealizzata, basata principalmente sulla forza fisica, sull'aggressività, sulla prestanza atletica, sull'essere sempre un leader dominante, che non si può mostrare emotivamente fragile... Uno studio molto interessante, infatti, ha indagato la rappresentazioni dei protagonisti prendendo in esame 225 copertine di videogames delle tre console più popolari quali l'X-Box, la Playstation 2 e la Nintendo Gamecube, partendo da 8 ipotesi da indagare (Burgess, Burgess & Stermer, 2007):

Hypothesis One: Are males and females portrayed with equal frequency?

Hypothesis Two: are males and females portrayed as equally active and essential to the game? Hypothesis 3: are males and females equally portrayed as role objectified?

Hypothesis 4: Are men or women equally likely to be represented as a whole or a part? Hypothesis 5: Are male and female cha-

acters equally likely to be physically objectified?

Hypothesis 6: Are male and female forms equally likely to be represented with exaggerated or glorified form?

Hypothesis 7: Are male and female characters equally likely to be portrayed as a decorative, secondary character in the game.

Hypothesis 8: Do violent characters differ in their physical portrayal? (p. 422)

Tra i risultati più significativi che colpiscono e possono essere ancora chiavi di lettura per comprendere e costruire consapevolezza, conoscenza sull'esperienza di gioco ci sono le 156 copertine che raffiguravano uomini, mentre soltanto 74 copertine mostravano un personaggio femminile. Inoltre, il personaggio femminile aveva un ruolo nel gioco solo perché la presenza di un personaggio primario maschile svolgeva la funzione di protettore, guida a cui la donna fungeva da spalla. L'oggettivazione fisica delle donne si è verificata nel 47,4% delle copertine e il 42,3% dei personaggi è stato ritratto in modo fisicamente oggettivato, mentre per i maschi l'oggettivazione fisica si è verificata nel 13,5% delle copertine e il 5,8% dei personaggi è stato ritratto in modo fisicamente oggettivo. Il 49% delle donne sono state ritratte come prosperose o super-buste, mentre il 25,7% dei personaggi maschili sono stati ritratti come muscolosi o super-muscolosi. Infine il 38,5% dei personaggi femminili è stato classificato come *'eye candy'*, ovvero di nessuna utilità se non quella di una piacevole stimolazione visiva. Concludono gli autori che

l'aspetto più preoccupante della rappresentazione dei personaggi maschili e femminili è che, nonostante la loro minore frequenza di rappresentazione, i personaggi femminili avevano una probabilità drammaticamente maggiore di essere ritratti negativamente. Questa negatività spaziava dalla relativa mancanza di azione, alla rappresentazione fisica. I personaggi femminili sono stati raramente assegnati a ruoli d'azione rispetto alle controparti maschili. [...] Nei casi relativamente rari in cui le donne sono state ritratte come personaggi centrali o che esercitano il potere violento offerto dai videogiochi, questo ruolo è stato quasi sempre accompagnato da una sessualità esagerata. L'abbinamento tra uomini muscolosi e violenza non sorprende, dato che ci si può ragionevolmente aspettare che la forza sia necessaria per sconfiggere nemici sovrumani. D'altra parte, la frequenza di seni

di dimensioni e forme irrealistiche era difficile da interpretare come qualcosa di diverso da un'oggettivazione sessista, data l'irrelevanza dei seni per i compiti dei personaggi dei videogiochi (pp. 427-428).

Una prospettiva di interesse rispetto all'impatto delle rappresentazioni sull'*audience* di coloro che giocano la propone la già citata studiosa di queer game studies, Adrienne Shaw, e tra le fondatrici del LGBTQ VideoGame Archive. Dopo aver condotto per diversi anni ricerche sulla rappresentazione dei gruppi emarginati nei *game*, due aspetti hanno costituito un interrogativo per lei cruciale: in primo luogo, spesso i giocatori di gruppi marginali intervistati hanno affermato che l'identità del loro avatar non è importante per loro; in secondo luogo, e in relazione a ciò, le richieste di rappresentazione di gruppi specifici sono sempre piuttosto limitate nel modo in cui tali identità vengono articolate (raramente comprendono la complessità e l'intersezionalità dell'identità). L'identificazione tra sé e il personaggio di un videogioco è solo uno dei fattori per il quale una persona si interessa a una qualsivoglia forma artistica, ma come sostiene Shaw (2014, p. 9):

Although identification is most assuredly not the only way people relate to texts, a lot of the major scholarship on representation presumes that identification is a factor in media effects. [...] Although people may identify with characters because they identify as members of a specific group, this is not the only way they form connections with media texts.

Non basta, ovviamente inserire figure femminili all'interno di una narrazione videoludica (così come in altri media) per poter essere apprezzato da un pubblico femminile, ma come emerge anche dalle interviste svolte da Shaw, la rappresentazione nei videogiochi è importante non per vedere la rappresentazione di sé, ma perché gli altri vedano persone come loro all'interno delle storie e con ruoli diversi, attivi, non etichettati e nuovamente marginalizzati. Ecco perché la rappresentazione nelle narrazioni mediatiche è preziosa: permette di essere presenti nel mondo, insieme. Conferma che la rappresentazione è importante a livello sociale, aiuta chi è ai margini a sentirsi accettato, compreso.

C'è anche un'ulteriore problematizzazione da evidenziare rispetto al fatto che le assenze – presenze di identità nelle rappresentazioni possono essere il risultato non solo di scelte consapevoli, di mercato, ma anche frutto di inconsapevoli *bias* legati al genere, ai gruppi etnici, agli orientamenti sessuali, alle disabilità e diversità in genere. La società ha spesso visto nella tecnologia una possibilità per eliminare le divisioni sociali, ma in realtà, il rischio, è che rafforzi divisioni già esistenti. Come afferma la studiosa danah boyd,

accade più spesso, inavvertitamente, quando i creatori non riescono a capire come i loro bias condizionino le decisioni nel progetto [...] Le aziende spesso progettano, realizzano e testano nuove tecnologie in ambienti limitati. Solo quando questi prodotti arrivano sul mercato si capisce che degli aspetti delle tecnologie o il loro design porta a dei bias che influenzano alcuni utenti in modo sproporzionato (2014, p. 192-193).

Per esempio, diverse tecnologie per catturare, fotografare le immagini di persone con la pelle più scura hanno incontrato difficoltà di funzionamento per la luce. Questa problematica – riporta la boyd – è riemersa in una tecnologia di ultima generazione, quale la Kinect della Microsoft, la console con piattaforma interattiva per videogiochi e che si basa sul riconoscimento facciale e del corpo in una stanza. «Scegliendo di usare la cattura dell'immagine per realizzare il riconoscimento facciale, gli ingegneri di Kinect hanno creato un sistema che è tecnicamente, e quindi socialmente tendenzioso nella sua implementazione» (boyd, 2014, p. 193). Nei media studies, infatti, un'importante riflessione rispetto alla costruzione dell'identità sia nella produzione mediale che nella costruzione del pubblico (audience) è definita dal concetto di 'alterizzazione' (*othering*). Questa rappresenta «una strategia che rinforza le convinzioni dominanti differenziando gli individui e i gruppi, e relegandoli ai margini in base a una serie di categorie definite dalla società» e avviene attraverso una strategia di scelte che riguardano tecniche fotografiche, cinematografiche, di rappresentazioni che «enfaticizzano certi personaggi, relegandone altri sullo sfondo, nel buio» (Valdivia, 2018, p. 33).

Le valenze culturali di tale processo di costruzione dei contenuti si possono esprimere con concetti quali marginalizzazione, confi-

namento, iconizzazione, ghetizzazione, globalizzazione, dualismo noi/loro... Gli strumenti di analisi che scaturiscono dall'intreccio dell'alterizzazione con i gender studies e gli studi femministi dell'intersezionalità, implicano una dimensione di apertura e di riconoscimento della complessità dei contenuti "mediati", nell'analisi delle rappresentazioni che comunemente e ingenuamente si ritengono "neutrali", senza conseguenze sulla costruzione delle identità. Smontare la definizione univoca di donna (derivante da una matrice del patriarcato capitalista), per prendere atto che «donne di colore, donne del Sud del mondo, donne omosessuali, transessuali, disabili e così via, non sono state abbastanza rappresentate nei lavori mediali, nelle immagini e nei pubblici di riferimento, e sono state anche poco studiate» (Valdivia, 2018, p. 35), contribuisce a "smontare" pregiudizi e stereotipi allargati a tutte le categorie e i generi ancora diffusi nella società e promuovere il valore della differenza e di cittadinanze più ampie. Suggerisce, infatti, di interrogarsi sulle rappresentazioni dominanti (incluse quelle relative alla categoria "uomo")².

Gamergate e industria videoludica

Da una decina di anni a questa parte le diverse indagini annuali sull'industria videoludica nonché il rapporto ISTAT dei cittadini con le ICT, evidenzia a livello internazionale ma anche nazionale la crescita esponenziale di videogioatrici rispetto al passato. Ad esempio, nel rapporto di IIDEA – Italian Interactive & Digital Entertainment Association (ex AESVI)³ uscito nel 2020 si legge che le persone che hanno giocato ai videogiochi in Italia negli ultimi dodici mesi sono 17 milioni, pari al 39% di tutta popolazione italiana di età compresa tra i 6 e i 64 anni. Di questi, il 53% sono uomini e il 47% donne, dato in crescita (+1%) rispetto alla precedente rilevazione. Se il precedente rapporto annuale rilevava una distribuzione uniforme dei videogioicatori nelle diverse fasce d'età, nel 2019 il videogioco si è diffuso soprattutto nelle fasce d'età più giovani, con

2 Cfr. in Nardone R. (2020) pp.75-76

3 <https://iideassociation.com/notizie/in-primo-piano/iidea-presenta-il-nuovo-rapporto-annuale-sul-mercato-dei-videogiochi-in-italia.kl>

una concentrazione maggiore tra gli 11 e i 24 anni. E questi dati non si discostano molto dalle percentuali americane, rappresentative di una gran parte del mercato videoludico. Come argomentato fin qui, «per interi decenni le aziende leader del settore videoludico hanno proposto prodotti concepiti ad un uso e consumo di un pubblico formato, essenzialmente, da giovani bianchi eterosessuali. [...] La specifica natura del *gamer* formulata dall'industria videoludica si riflette anche a livello di contenuto» (Bittanti, 2020, p. 110); ma è necessario anche rilevare quanto stia cambiando la proposta *estetica*, di contenuti e di *gameplay* dei videogiochi triple A, anche grazie ad un cambio generazionale e un ampliamento identitario dei *game designer*. Nonostante questo (di cui si parlerà più in dettaglio nel paragrafo conclusivo) sopravvivono ancora atteggiamenti sessisti, razzisti e omofobi, sia nelle narrazioni all'interno dei videogiochi, sia all'interno delle *community* e del racconto mediatico, giornalistico nel mondo videoludico.

«La diversificazione dell'offerta videoludica in relazione a temi, personaggi e narrazioni, si accompagna alla trasformazione dell'utenza. Per i *gamergate* si tratta di vero e proprio tradimento» (Braithwaite, 2020, p. 132). Nell'estate del 2014, infatti, prende il via la nota campagna di molestie e minacce, condotte perlopiù attraverso i social media quali Twitter, 4chan, ed altri, da parte di una comunità di videogiocatori sotto il nome di Gamergaters rivolta contro alcune donne dell'industria dei videogiochi, tra cui la sviluppatrice Zoë Quinn e la critica Anita Sarkeesian⁴, ovvero contro il femminismo nei videogiochi.

Questa *community*, espressione di una *mascolinità tossica* vede le sue origini in quella che può essere definita una *mascolinità geek*, ovvero una soggettività di genere che prevede la rivendicazione della padronanza tecnologica come fattore essenziale dell'identità maschile. La cultura occidentale ha attribuito per lungo tempo un

4 «Sono la creatrice del pluripremiato *Tropes vs Women in Video Games*, una serie di video acclamata dalla critica che esplora la storia della rappresentazione delle donne nei videogiochi e che ha ottenuto quasi 14 milioni di visualizzazioni solo su YouTube. Il mio lavoro di critico dei media, oratore pubblico e produttore che vive all'intersezione tra cultura digitale, accessibilità e giustizia sociale ha contribuito a creare un nuovo lessico e a innescare una conversazione che ha cambiato il paradigma del miglioramento della rappresentazione delle persone emarginate nei videogiochi» <https://www.anitasarkeesian.com/>

primato all'uomo per l'accesso alle tecnologie, tanto che questo ha portato lo sviluppo del pregiudizio secondo il quale gli uomini siano più competenti delle donne in materia tecnologica. La studiosa Chess (2020) a proposito di questo afferma che «poiché il mercato ha trattato le donne giocatrici come anomale, quest'ultime hanno continuato ad essere trascurate» (p. 89) sottolineando come, tra gli anni Ottanta e Novanta, mentre l'industria videoludica introduceva sul mercato videogame prodotti da uomini e destinati altrettanto ad un pubblico maschile, movimenti di pratiche e ricerche femministe dimostrarono come il giocare ai videogiochi avrebbe potuto ridurre la barriera d'ingresso per le ragazze interessate alle carriere scientifiche, tecnologiche, ingegneristiche e matematiche, e hanno iniziato a fare sforzi concertati per capire cosa spinga le ragazze a giocare di più. «Tale movimento è conosciuto come "pink games movement" degli anni 1990» (p. 90).

I *Gamergater*, dunque, vedono l'inclusione di personaggi femminili, in declinazioni differenti alle rappresentazioni tradizionali prima descritte, come una "sconfitta" dell'industria videoludica, un tradimento di ciò che ha sempre rappresentato. Ribaltano, dunque, la visione, manipolandola e denunciando con toni che sono diventati sempre più preoccupanti, di prepotenza, espressione violenta e machista e misogina, denunciando di essere loro le vittime di un femminismo imperante. Ma dietro la pretesa di voler rendere più etico il giornalismo videoludico si è nascosto un vero e proprio attacco in difesa di quella *game culture* che ha radici nella società patriarcale.

Nelle discussioni sui social media, [...] i *Gamergater* agiscono come crociati impegnati a difendere strenuamente un passato innocente ed essenzialmente maschile dall'assedio di critici guastafeste, i cosiddetti "guerrieri per la giustizia sociale". I *Gamergater* disciplinano, reprimono e screditano le utenti progressiste, donne "sbagliate" che "devono imparare a stare al loro posto". Per controverso, i *Gamergater* si considerano le vere vittime di una campagna oppressiva: infatti, le ripetute richieste di apertura e diversificazione dell'offerta mettono a repentaglio l'esistenza dei loro giochi, che rischiano di essere rimpiazzati da prodotti diversi, più inclusivi (Bittanti, 2020 p. 9).

Come sostiene Consalvo (2012), il *Gamergate* ha portato alla luce un fenomeno che certo esiste ben prima dei videogiochi, ma la studiosa sottolinea la preoccupazione di questa nuova portata di misoginia:

Each event taken in isolation is troubling enough, but chaining them together into a timeline demonstrates how the individual links are not actually isolated incidents at all but illustrate a pattern of a misogynistic gamer culture and patriarchal privilege attempting to (re)assert its position. Of course harassment of female players has been occurring for quite some time – perhaps the entire history of gaming – but it seems to have become more virulent and concentrated in the past couple of years. Beyond each flashpoint and its response, what's happening in the world of videogame play to spark such continuing vitriol? And how should feminist game studies scholars respond in terms of the research they do, and the stands they might wish to take to counteract those attitudes?

Estetiche in cambiamento: per proseguire in direzioni plurali

Come analizzato poc' anzi, il mercato dei fruitori di videogiochi è in rapido mutamento: aumentano le videogiocatrici ma anche le generazioni dei più giovani. A questo mutamento corrisponde anche un cambiamento di creazioni che va sottolineato, perché se è vero che nei suoi primi 40 anni il videogioco è stato un media caratterizzato quasi esclusivamente da una cultura maschile e patriarcale, è vero che oggi stiamo assistendo ad un'*estetica* in cambiamento, e il mercato si sta adeguando. Stanno nascendo pluralità di rappresentazioni con maggiori sfumature di ruoli e di emozioni sia nei modelli maschili, che femminili che nella relazione tra essi, nonché narrazioni queer: è attraverso *gameplay* pensati in un'ottica più "aperta" che si possono compiere esperienze nuove, più sfaccettate, a partire dalla scelta del personaggio con cui giocare la storia, la personalizzazione della sua apparenza. In una bellissima analisi che Murray (2017) propone del capitolo di *Assasin's Creed III: Liberation* (Ubisoft, 2012), attraverso la lente dei Cultural Studies e dell'approccio femminista intersezionale, sottolinea come questo gioco *open-world* sul-

la schiavitù presenti un raro esempio di protagonista femminile di colore in un videogioco che rompe i canoni della rappresentazione attraverso una poetica del gameplay che coinvolge in maniera intenzionale il cambio di abbigliamento. Questo, inoltre, diventa anche uno dei marcatori che tratteggiano l'identità della protagonista, Aveline, con un'identità queer, che può anche essere interpretata da chi gioca, come transgender.

Nello scenario fin qui tratteggiato, quindi, emerge con chiarezza che occuparsi di videogiochi, è guardare a forme di cultura di massa che costituiscono modi potenti di comprendere il proprio posto e le proprie possibilità nel mondo, attraverso persuasioni complesse e ingegneria sociale. La comprensione delle loro macchinazioni può conferire agli utenti una maggiore capacità di azione come soggetti interessati all'interno di una determinata cultura, in un determinato momento. « Rather than seeing games as reflecting the world as it is (nuance), we had better conceive of them as operating within the matrices of power, and as recreating the object of representation in a desired and highly buttressed form» (Murray, 2017, p. 86). I videogiochi, dunque, non sono semplici specchi della realtà, ma in qualche modo devono essere compresi per dare forma alla comprensione intorno ad un soggetto. È necessario non sminuire la persuasività dei giochi né il fatto che sono un'espressione della cultura e dei valori anche patriarcali.

Ha un ruolo fondamentale, dunque, un approccio complesso di cui i processi educativi e formativi possono (e forse sono chiamati a) essere promotori, per allenare sguardi critici, consapevoli su strumenti, linguaggi, contesti che ci appartengono da sempre, come chiavi per promuovere una cultura di genere che sappia valorizzare le differenze come diritto e non come elementi discriminanti. Occuparsi, oggi, di educazione e questioni di genere, o, ancor meglio di educazione alle differenze significa sempre più occuparsi del rapporto tra educazione e mass media, di nuova e vecchia generazione, significa appropriarsi anche di strumenti e di sguardi che appartengono alla Media Education, alla Media Literacy e alla Visual Literacy per destrutturare stereotipi sull'identità e sui ruoli di genere. Significa lavorare sempre e soprattutto costantemente a livello culturale, sulle rappresentazioni e narrazioni proposte dalla società e introiettate da ciascuno di noi.

Riconoscere gli stereotipi è il primo passo per decostruirli e per non alimentarli.

Parafrasando la scrittrice Chimamanda Ngozi Adichie, *dovremmo giocare tutti come femministi per allontanare il pericolo di un'unica storia*, e per questo facciamo, nostra la visione di Chess, ovvero «sono qui per giocare come una femminista, [...] perché? Perché il gioco è uno spazio ideale per cambiare menti e corpi, e per distruggere le egemonie patriarcali. Giocare come una femminista supera i confini di genere, ma continua a sostenere l'eguaglianza di genere. È un nuovo modo di pensare a come giocano gli esseri umani, ma anche un nuovo modo di pensare come le femministe fanno il loro "femminismo"» (2020, p. 39).

Bibliografia

- Bittanti M., 2023, *Reset. Politica e videogiochi*, Mimesis, Milano.
- Bittanti M., 2020, *GAME OVER. Critica della ragione videoludica*, Mimesis, Milano.
- Biscop, K., Malliet, S., & Dhoest, A., 2019, *Subversive Ludic Performance: An Analysis of Gender and Sexuality Performance in Digital Games*, in *DiGeSt. Journal of Diversity and Gender Studies*, 6(2), pp. 23–42. <https://doi.org/10.11116/digest.6.2.2>
- boyd d., 2014, *It's complicated. The social lives of networked teens*, Yale University Press, New York, trad. it. *It's complicated. La vita sociale degli adolescenti sul web*, Castelvecchi, Roma.
- Braithwaite A., 2020, "Per un'etica del giornalismo videoludico? #Gamergate e la mascolinità geek", in Bittanti M., 2020, *GAME OVER. Critica della ragione videoludica*, Mimesis, Milano, pp. 109-139.
- Burgess, M.C.R., Stermer, S.P. & Burgess, S.R. Sex, Lies, 2007, *and Video Games: The Portrayal of Male and Female Characters on Video Game Covers*, in *Sex Roles* 57, pp. 419–433 <https://doi.org/10.1007/s11199-007-9250-0>
- Chess S., 2020, *Play like a Feminist*, London England, The MIT Press, USA.
- Consalvo M., 2012, *Confronting toxic gamer culture: A challenge for feminist game studies scholars*, in *Ada: A Journal of Gender, New Media, and Technology* Issue no. 1(2012), <http://adanewmedia.org/2012/11/issue1-consalvo> <https://scholarsbank.uoregon.edu/xmlui/bitstream/handle/1794/26289/ada01-confr-con-2012.pdf?sequence=1>
- Dietz, T.L., 2008, *An Examination of Violence and Gender Role Portrayals in Video Games: Implications for Gender Socialization and Aggressive Behavior*, in *Sex Roles* 38, pp. 425–442, <https://doi.org/10.1023/A:1018709905920>
- Fox, J. & W.Y. Tang, 2014, *Sexism in online video games: The role of conformity to*

- masculine norms and social dominance orientation*, in *Computers in Human Behavior*, 33, pp. 314–320
- Forni D., *Horizon Zero Dawn: The Educational Influence of Video Games in Counteracting Gender Stereotypes, Transactions of the Digital Games Research Association*, 2019, Vol. 5, No. 1
- Gee J.P., 2013, *Come un videogioco. Insegnare e apprendere nella scuola digitale*, Raffaello Cortina, Milano.
- Gerbner G. e Gross L., 1976, *Living With Television: The Violence Profile*, in *Journal of Communication*, 26, 2, pp.172-194, https://www.researchgate.net/publication/22223200_Living_With_Television_The_Violence_Profile
- Morin E., 1962, *L'industria culturale. Saggio sulla cultura di massa*, Il Mulino, Bologna.
- Murgia M., 2018, *L'inferno è una buona memoria*, Marsilio, Milano.
- Murray S., 2020, *Giocare alla bianchezza in crisi in The Last of US E Tomb Raider*, in Bittanti M. (a cura di), *GAME OVER. Critica della regions videoludica*, Mimesis, Milano, pp.271 – 301
- Murray S., 2017, *The Poetics of Form and the Politics of Identity in Assassin's Creed III: Liberation*, in *Kinephanos, Gender Issues in Video Games*, special issue, Juillet 2017, pp. 77-102 <https://www.kinephanos.ca/2017/the-poetics-of-form/>
- Nardone R., 2020, *Genere e Media Education. Sfide educative tra rappresentazioni e narrazioni reali e virtuali* in Crivellaro F., Nardone R., (a cura di), *EDUCAZIONE E QUESTIONI DI GENERE. Percorsi formativi e pratiche educative tra scuola e territorio*, Franco Angeli, Milano, pp. 70-86.
- Ngozi Adichie C., 2015, *Dovremmo essere tutti femministi*, Einaudi, Torino.
- Ngozi Adichie C., 2020, *Il pericolo di un'unica storia*, Einaudi, Torino.
- Ruspini E., 2009, *Le identità di genere*, Carocci editore, Bologna.
- Shaw A., 2014, *Gaming at the Edge. Sexuality and Gender at the Margins of Gamer Culture*, University of Minnesota Press, Minneapolis.
- Valdivia A. N., 2018, "Alterizzazione", in Oullette L., Gray J. (a cura di), *Parole chiave per i media studies* Minimum Fax, Roma, pp. 33-36.

