



# I videogiochi e le età di Roma

Marco Pagani, giornalista culturale



Sharon Centurione  
2° anno di grafica – CSIA

I videogiochi sono una passione che mi accompagna sin da bambino. Se mi guardo indietro oggi, a cinquant'anni suonati, posso dire di aver visto e vissuto tutte le tappe principali attraverso cui si è evoluta questa affascinante forma di intrattenimento, dalle sue origini fino ai giorni nostri. In questa mia personale analisi storica e sociale del fenomeno, vorrei partire dalle conclusioni. Il mondo dei videogiochi, oggi, assomiglia moltissimo alla tarda età imperiale romana.

### La Fondazione

Facciamo un salto indietro, agli inizi: i Romolo e Remo dei videogiochi possono essere considerate le prime console a cartucce con una diffusione globale, ovvero Atari VCS 2600 e Intellivision. Fino ad allora i primi rudimentali sistemi per giocare erano chiusi: si comprava un apparecchio, lo si collegava al televisore e si poteva giocare a tennis – quello classico con le due stanghette verticali – e a poco altro. L'arrivo delle console a cartucce cambia tutto: essendo infatti il gioco contenuto in una cartuccia intercambiabile che la console si limita a leggere, va da sé che il sistema diventa espandibile all'infinito. Il successo commerciale di questi apparecchi è imponente: nel suo ciclo di vita Atari VCS 2600 vende da solo oltre 30 milioni di esemplari e un totale di 120 milioni di cartucce.

Contemporaneamente assistiamo alla nascita e al

grande successo dei cosiddetti *coin-op*, ovvero i videogiochi da bar. Grossi cassoni di legno, con uno schermo e una pulsantiera, che con una moneta permettono di fare una partita e che sono il presupposto per la nascita, un po' ovunque, di uno dei luoghi di ritrovo più caratteristici della mia generazione: le sale giochi.

Ma torniamo ai videogiochi casalinghi. Dopo le console, a distanza di poco, ai ragazzini degli anni Ottanta si para davanti un altro miracolo: il personal computer. ZX81, Spectrum, Vic 20, Commodore 64, TI 99 sono alcuni dei Sette Re di Roma: nomi che chi è cresciuto in quegli anni facilmente ha sentito nominare almeno una volta. Si creano diverse tifoserie, mentre ciascuno cerca di convincere i propri genitori – piuttosto perplessi, a dire il vero – che queste macchine sono il futuro, che sono indispensabili per studiare, che imparare a programmare è importante quanto imparare una lingua straniera. Linguaggi come Basic, Assembler, Pascal vengono insegnati nelle scuole, e contemporaneamente nascono le prime riviste specializzate. Ma è per giocare, alla fine, che questi computer vengono acquistati.

La potenza di queste macchine oggi fa sorridere: il Commodore 64, il più performante dell'epoca, vanta ben 64 kilobyte di memoria, di cui circa 38 utilizzabili per i giochi. 38911 bytes, per essere precisi: la quantità di memoria oggi usata per una paginetta di documento in Word, o per un millimetro quadrato di una foto scatt-

tata dal telefonino. Eppure, in quei pochi bit di informazione, una programmazione sapiente e sempre più sofisticata è in grado di far entrare giochi incredibili per l'epoca. *Elite*, ad esempio. Una pietra miliare nella storia dei giochi di esplorazione spaziale. Uscito nel 1984, questo gioco ci mette alla guida di una piccola astronave in giro per la galassia. La libertà d'azione è totale: possiamo esplorare l'universo, commerciare, lottare con i pirati, acquistare miglioramenti per il nostro vascello, attraccare alle stazioni orbitali. Il tutto contenuto in una audiocassetta uguale a quelle usate per la musica. Questo è infatti il supporto dei videogiochi dell'epoca.

### **L'Età dell'Oro della Repubblica**

L'evoluzione tecnologica comincia ad accelerare, mentre calcolatori sempre più performanti vengono immessi sul mercato. Siamo negli anni Novanta. Microsoft è ancora lontana dal diventare il colosso monopolistico al quale oggi siamo abituati e diverse piattaforme, ciascuna con il proprio sistema operativo, si contendono il mercato. Tra tutte merita una menzione speciale il Commodore Amiga 500. Un computer molto potente per l'epoca, espressamente progettato per 'videogiocare', dotato di chip grafico e sonoro dedicati e di un sistema operativo – Workbench – da cui lo stesso Windows copierà a mani basse. L'Amiga 500, come del resto tutti i computer dell'epoca, non usa più le ormai obsolete audiocassette ma i floppy disk: dei dischetti quadrati, in plastica rigida, ciascuno dei quali può contenere fino a 1,44 megabyte di dati. L'equivalente di una fotografia a media risoluzione, di un minuto di un brano MP3, o di ventidue Commodore 64.

In questo periodo, precisamente nel 1994, anche il mondo delle console è scosso da una rivoluzione: giunge sul mercato la Sony Playstation, che negli anni sarà in grado di avvicinare ai videogiochi fasce di pubblico diverse, allargando enormemente il bacino degli utenti di questa forma di intrattenimento.

In questi anni si assiste parallelamente anche all'evoluzione del modo in cui i videogiochi vengono sviluppati. Alla figura un po' romantica dello sviluppatore o del piccolo gruppo di programmatori geniali e disadattati, dei *nerd* chiusi in garage a programmare giorno e notte, si sostituiscono realtà aziendali più complesse e strutturate. Le *Software House* assumono sempre più i connotati delle grandi aziende, e il videogioco diviene il risultato di un processo produttivo complesso, arti-

colato in fasi distinte: ideazione, progettazione, sviluppo, *betatesting*, lancio pubblicitario, commercializzazione.

I videogiocatori aumentano; i capitali in gioco aumentano; gli investimenti aumentano; il fatturato aumenta. Questo porta alla nascita di videogiochi che per complessità, struttura narrativa e profondità, assomigliano sempre di più a prodotti dell'industria cinematografica. Negli anni Novanta decine di milioni di persone acquistano e usano videogiochi sulle piattaforme più diverse: PC, console, dispositivi tascabili come il leggendario Nintendo Gameboy. Il floppy disk ha ceduto il posto al compact disk, all'interno del quale si possono immagazzinare circa 700 megabyte di dati, ovvero l'equivalente di quasi 500 floppy. Il world wide web è una realtà ormai consolidata, e nonostante le velocità ancora molto limitate, c'è già chi pensa che questo possa diventare lo spazio per i videogiochi del futuro.

Insomma: i presupposti ci sono tutti per la rivoluzione successiva, la fase imperiale. E il Giulio Cesare che nel 2003 pianta il seme della fine della Repubblica è Valve, con Steam.

### **Impero e decadenza**

Steam è un modo nuovo di distribuire i videogiochi. L'idea è semplice e geniale: si scarica il programma sul proprio PC, ci si registra coi propri dati e, quando la piattaforma è operativa, dal suo interno si acquistano i videogiochi. Il successo è esplosivo. Steam piace ai giocatori, perché fornisce loro l'accesso a un catalogo di titoli imponente senza che neanche si debbano alzare dal divano. Piace ai produttori, perché taglia le gambe alla pirateria e permette di saltare tutta la filiera distributiva con grande riduzione dei costi (e aumento dei guadagni). Gli unici a cui non piace sono i negozi di videogiochi, dal momento che la distribuzione su CD, DVD e supporti fisici in generale subisce un colpo durissimo da cui non si riprenderà più.

L'impero di Steam cambia radicalmente le dinamiche produttive e sociali del mondo dei videogiochi. I piccoli produttori indipendenti hanno la possibilità di pubblicare i loro titoli sulla piattaforma, e sono i giocatori a decretarne o meno il successo. I grandi produttori, come dicevamo, sono in un primo momento molto contenti di aver trovato un modo per ridurre enormemente i costi e aumentare i profitti. I giocatori hanno uno spazio dove discutere della loro passione, scambiandosi impressioni e pareri su questo o quel titolo.

E Steam, in tutto questo, cosa ci guadagna? Per prima cosa guadagna i dati dei suoi utenti: parliamo di oltre un miliardo di persone iscritte, e di 33 milioni di utenti attivi al giorno. Steam raccoglie dati su tutto quello che fanno gli utenti: quanto tempo giocano a ciascun gioco, quando giocano, che genere di giochi preferiscono, che interazioni mettono in atto. All'interno della piattaforma sono poi attivi sistemi di microtransazioni estremamente sofisticati, che permettono di acquistare non solo giochi ma anche trofei, premi, *skin*, mosse speciali, oggetti collezionabili. E su ogni transazione Steam guadagna una piccolissima cifra. I produttori di giochi inoltre pagano per essere su Steam una parte considerevole dei loro guadagni. Circa il 30% del prezzo di un videogioco infatti viene trattenuto dalla piattaforma.

Steam è insomma un ecosistema completo, all'interno del quale il giocatore è attivamente invogliato a restare. I giochi si avviano dal suo interno; ci sono forum, recensioni, pareri, discussioni e una comunità sterminata che parla sempre, costantemente di videogiochi; le opzioni online e multigiocatore di moltissimi giochi funzionano solo se si gioca dall'interno di Steam. Insomma: Steam è una specie di ibrido tra Facebook e Netflix, con un po' di Trip Advisor e una spruzzatina di Google Play, e offre al videogiocatore tutto ciò che potrebbe desiderare. Almeno in apparenza.

Il successo di questo modello fa sì che molto rapidamente tutte le maggiori *Software House* del pianeta cerchino di copiarlo, creando le proprie piattaforme e i propri *launcher*: programmi necessari per far funzionare qualunque gioco di una determinata azienda. Sony, Microsoft, Electronic Arts, Origin, Epic, Bethesda, Ubisoft. L'elenco potrebbe continuare. Tutti si rendono conto negli ultimi anni che la vendita di un videogioco è solo uno dei modi di fare profitto: oggi assistiamo a una concorrenza spietata tra le varie piattaforme, con fallimenti, fusioni e tentativi continui di scalzare Steam dal suo trono. C'è chi propone abbonamenti mensili a un catalogo selezionato di giochi, che in questo modo vengono noleggiati e non più acquistati; c'è tutto il mondo dei cosiddetti *Early Access*: giochi non finiti, spesso solo abbozzati, che il giocatore è invogliato a comprare sulla fiducia senza sapere né come, né quando, né se quel gioco un giorno o l'altro sarà finito. C'è poi il fenomeno dei giochi pubblicati come finiti e che finiti non sono. Chi abbia seguito la coda di polemiche relativa al titolo più atteso del 2020, *Cyberpunk 2077*,

uscito in versione a dir poco difettosa a un prezzo superiore a 70 franchi, sa di cosa parlo.

Un caso a parte, per la filosofia che lo contraddistingue, è quello di GOG, acronimo che sta per Good Old Games. Questa piattaforma, di cui è proprietaria la *Software House* polacca CD Projekt, propone infatti un approccio basato sulla fiducia, del tutto diverso dal 'controllo totale' cui tutte le altre piattaforme puntano. Anche qui ci si registra, anche qui si possono comprare i giochi. Ma questi vengono scaricati sotto forma di pacchetto autonomo, che non ha bisogno di altro per funzionare. Non è necessario alcun tipo di *launcher* e soprattutto – questa è la caratteristica più amata dagli utenti – non c'è nessun vincolo. Una volta che ho scaricato il mio gioco, lo posso copiare e installare dove e come mi pare.

Accennavo prima a quanto l'industria dei videogiochi sia oggi molto simile a quella del cinema, tranne per i fatturati, che vanno grossomodo moltiplicati per dieci. Provate allora a immaginare un mondo in cui ciascuna casa cinematografica abbia il proprio Netflix e vi obblighi a usarlo per vedere i propri film. Poi immaginate che vi chiedano spessissimo di pagare per film che sono ancora in produzione, facendovi vedere dei trailer mirabolanti e promettendovi storie mai viste. Oppure che una volta acquistato un film che aspettavate da anni, vi ritroviate con un lavoro approssimativo, malfunzionante e sciatto, e vi venga promesso che presto usciranno aggiornamenti per correggere i problemi. Oppure ancora che vi venga richiesto, decine di volte durante la visione del film, di acquistare questo o quel contenuto speciale per il prezzo di pochi centesimi, in modo da poter godere del film in tutta la sua bellezza. Questo è il mondo dei videogiochi, oggi.

E non è tutto.

### **I barbari dell'Impero: i Battle Royale**

Gli ultimi espedienti arrivati in ordine di tempo per spingere il profitto al massimo sono i cosiddetti *Battle Royale* gratuiti. Qualcuno ha detto *Fortnite*? Oggi esistono decine di questi giochi. E va detto che sono quasi sempre giochi di primissimo livello, sofisticati dal punto di vista grafico, con dinamiche di gioco studiate al millisecondo. Ma, come dovremmo sempre tutti tenere bene a mente, quando un prodotto è gratuito, vuol dire che ad essere 'venduto' sei tu.

I *Battle Royale* sono delle grandi arene in cui centinaia di giocatori si scontrano in frenetici microtornei, che



terminano quando solo uno di loro rimane in piedi. La sensazione (per un giocatore della mia età) è di una velocissima partita a scacchi che finisce bruscamente non appena qualcuno mangia il primo pedone, e poi ricomincia. All'infinito. Si sperimenta una frustrazione continua, e la sensazione di non raggiungere mai alcun risultato. Il grandissimo successo dei *Battle Royale* (*Fortnite*, secondo dati aggiornati a maggio 2020, conta 350 milioni di utenti registrati che hanno giocato finora per un tempo totale di 10,4 milioni di anni-uomo) si basa su due ingredienti, particolarmente insidiosi soprattutto per i più giovani: la gratuità iniziale e la fortissima coazione a ripetere dovuta al senso di frustrazione che lascia addosso una partita.

Cominciamo dal primo elemento: chiunque può giocare gratuitamente. Basta scaricare il gioco e premere 'Play'. Ma si capisce ben presto che l'esperienza gratuita è esageratamente frustrante, anonima. Per uscire dall'anonimato delle centinaia di giocatori tutti uguali, bisogna pagare. Poco, certo. Qualche centesimo qui, qualche franco là per una nuova maglietta, una *skin*, un taglio di capelli alla moda, un'arma più efficace, un passo di danza. In gergo si chiamano microtransazioni, o *pay per win*. Parlando di cifre, *Fortnite* nel 2020 guadagnava oltre 3'500 franchi al minuto. Se vi sembrano pochi, si tratta di 210 mila franchi all'ora, 5 milioni al giorno, 1 miliardo e 840 milioni all'anno. Ci sono stati casi negli ultimi anni di giovani e giovanissimi che hanno prosciugato le carte di credito dei loro genitori con centinaia di questi micro-acquisti.

E qui si innesta il secondo elemento, quello della coazione a ripetere. L'architettura di gioco, appositamente costruita per dare sempre la sensazione che la prossima partita sarà migliore, sviluppa una dipendenza che è difficile da gestire, soprattutto per i più giovani. Le partite si succedono tutte uguali: ed è proprio in questa dissonanza, fra partite sempre uguali e la sensazione che la prossima sarà diversa, che si inserisce il desiderio compulsivo di andare avanti, all'infinito.

### Conclusioni (provvisorie)

Quelle che ho tratteggiato qui sopra sono alcune delle caratteristiche più inquietanti che ha assunto un mondo, quello dei videogiochi, in cui circolano quantità di soldi che nessuna altra industria dell'intrattenimento oggi è in grado di eguagliare. Le distorsioni più stridenti dell'industria videoludica sono un tassello importante della cosiddetta 'gamificazione' della società,

ovvero quella tendenza che punta a portare il gioco in tutte le attività dell'uomo e che sta guadagnando spazio, purtroppo, anche nel mondo della scuola e dell'apprendimento. Si tratta, dal mio punto di vista, di un pericolo molto serio: abituare le giovani generazioni a cercare continuamente una gratificazione di tipo ludico anche nelle attività di studio significa crescere persone fragili, facili prede di dipendenze che fanno leva proprio sul desiderio di giocare.

E significa, cosa ancor più grave, farne in futuro lavoratori facilmente manipolabili; portati a lavorare di più per meno, in cambio di una gratificazione effimera come quella di arrivare primi in un gioco che al datore di lavoro non costa nulla. Esperimenti del genere sono già in atto ad esempio da Amazon, dove i dipendenti sono invitati a partecipare a gare di produttività in forma di gioco, che a lungo termine logorano lavoratori convinti di stare giocando. È lo stesso meccanismo usato anche da Trip Advisor, Google e tutte quelle piattaforme che in cambio di recensioni ci danno punti, distintivi, medaglie. Quelle medaglie sono uno stimolo a scrivere altre recensioni, cosa che arricchisce ulteriormente quelle piattaforme. Stiamo lavorando per loro, e crediamo di giocare. Trovo sia importante, quantomeno, esserne consapevoli.

### Conclusioni (un'aggiunta)

*Launcher, Battle Royale, pay per win, gamification*: i videogiochi fortunatamente non sono solo questo. Accanto alle varie forme di massimizzazione del profitto, esiste anche un mondo di meravigliose storie, di narrazioni profonde e di esperienze formative e appassionanti. Come nel cinema, dove accanto a 'cinemattoni', prequel, sequel e spazzatura da botteghino, esistono anche i grandi film.

E i grandi film dell'industria videoludica sono quelli come *Elite*, da cui siamo partiti e che oggi – a 37 anni dall'uscita di suo 'nonno' – è un gioco di esplorazione spaziale di una profondità, una precisione scientifica e una complessità commoventi. Con due amici tempo fa abbiamo deciso di andare con le nostre navi a visitare il buco nero al centro della Via Lattea. Il viaggio è durato giorni, ma osservare un buco nero dalla linea dell'orizzonte degli eventi è stata un'esperienza davvero indimenticabile. O *The Witcher*, il cui terzo capitolo ci proiettava in un mondo medioevale-fantasy, nei panni di un cacciatore di streghe. Qui dovevamo sopravvivere, svolgere missioni intricatissime e giungere al termine

di una trama degna del *Trono di Spade*. Non ricordo le volte in cui mi sono fermato, sul crinale di una montagna, semplicemente per osservare un tramonto. O le grandi avventure grafiche e testuali del passato, come l'immortale saga di *Monkey Island*, degli anni Novanta. Un capolavoro di ironia, di *nonsense* e di intelligenza ambientato nell'età dell'oro della pirateria caraibica. O la saga di *Civilization*, giunta dopo oltre trent'anni al suo sesto capitolo (e confesso di averli giocati tutti e sei). Uno dei giochi più educativi con cui mi sia mai cimentato, in cui dobbiamo accompagnare lo sviluppo di una civiltà dalla scoperta del fuoco al viaggio interstellare, curandoci degli aspetti economici, sociali, religiosi, bellici e produttivi di un intero popolo.

O ancora *Red Dead Redemption*, una stupenda e realistica storia ambientata nel vecchio west. *Battlefield*, un viaggio allucinante tra le trincee della Prima guerra mondiale. *Dying Light*, una corsa frenetica sui tetti di una città in mano agli zombie. La lista di giochi che raccontano grandi storie, o che ci permettono di scrivere in prima persona una grande storia, sarebbe troppo lunga.

### Conclusioni (per davvero)

Ho iniziato questa analisi paragonando l'epoca attuale dei videogiochi alla tarda età imperiale romana, e a questo punto credo che abbiamo tutti gli elementi per comprendere il senso di questo piccolo espediente narrativo. Se penso all'Impero romano, pur semplificando molto, non credo di sbagliare nel delineare al suo interno alcuni elementi caratteristici: una società complessa e stratificata, caratterizzata dalla presenza di grandi soggetti economici e politici; un'economia molto sviluppata e interconnessa, con enormi flussi di denaro e di beni che attraversano tutto l'Impero; una sensazione, diffusa ad ogni livello, di vivere all'interno della migliore società possibile, alla quale si affianca, però, nell'immaginario di molti, la nostalgia per i 'tempi d'oro' della Repubblica; la sensazione, in generale, che Roma il suo meglio lo abbia già dato.

A ben guardare si tratta degli stessi elementi presenti nel mercato dei videogiochi di oggi. L'età dell'oro dei pionieri, che con poche risorse e grandi idee gettavano le basi per interi nuovi generi, ci appare oggi alle spalle. Il colossale mercato odierno è dominato da poche, grandi aziende dotate di grandissime capacità produttive ed economiche, che investono centinaia di milioni di dollari su progetti della durata di anni, e che sono

comprensibilmente poco inclini a rischiare sperimentando nuove strade. I cittadini dell'Impero – il variegato popolo dei videogiocatori (parlo almeno di quelli con una certa 'anzianità di servizio', che ricordano da dove siamo partiti) – pur inondati da una quantità di nuove uscite impossibile da seguire, hanno la sensazione che alla fine si tratti sempre delle solite otto, dieci idee che vengono continuamente rimescolate, sviluppate, riscaldate e rifritte. Roma ha quindi già dato il suo meglio anche a noi? Siamo oggi nel migliore dei mondi videoludici possibili? Sicuramente no. Siamo allora nel peggiore? Nemmeno. Credo che l'unico approccio possibile a un universo così complesso (in queste pagine non abbiamo neanche sfiorato interi mondi, come quello dei giochi *indie*, delle simulazioni, degli *e-sports*, del caso *Minecraft*, della realtà virtuale!) debba per forza essere relativistico. Quello dei videogiochi è un universo enorme, che sfugge per sua natura a ogni definizione semplificante. Al suo interno esistono gigantesche galassie e piccoli pianeti, comete e supernovae. Pericoli, bassezze, truffe e capolavori. Ed è un mondo giovane: ancora poco conosciuto, malgrado ogni giorno sia visitato da centinaia di milioni di persone.

Con il cinema, come ho detto, il videogioco ha molti punti in comune: il più importante forse è che si tratta sempre di linguaggi narrativi e, alla fine, di raccontare storie. Forse il passatempo più antico dell'essere umano. Il videogioco ha però qualcosa di nuovo e di diverso da tutte le forme narrative precedenti. Nel videogioco lo spettatore non esiste più: al suo posto c'è solo il protagonista.