

MULIER ET MATER VIDEOLUDENS: ANALISI DELLA FIGURA FEMMINILE  
NELL'INDUSTRIA VIDEOLUDICA E IN SOCIETA'

ORA MADRI, ALLORA RAGAZZE, SEMPRE GIOCATRICI - QUANDO LE DONNE  
SI METTONO IN GIOCO



*Excitate vos e somno, liberi fatali  
Somnus est non*

*Surgite  
Invenite*

*Veni hortum veritatis  
Horti verna veritatis*

*Ardente veritate  
Urite mala mundi  
Ardente veritate  
Incendite tenebras mundi*

*Valete liberi  
Diebus fatalibus*

*(Final Fantasy VIII)*



## INDICE

INTRODUZIONE.....	p. 7
1. STEREOTIPI, PREGIUDIZI E DISCRIMINAZIONI DELLE GIOCATRICI.....	p. 13
1.1. Lo stigma sociale sulla donna e i suoi riflessi nella comunità dei videogiocatori.....	p. 13
1.1.1. Il videogioco: “it’s a boy thing”. Alcune ricerche scientifiche.....	p. 20
1.1.2. I personaggi femminili nei videogames.....	p. 22
1.2. Sviluppo diacronico della rappresentazione della donna nei videogiochi.....	p. 26
1.2.1. The <i> bimbo </i> stereotype: la donna stupida e attraente.....	p. 29
1.2.2. La progressiva equiparazione videoludica di genere nell’ultimo decennio .....	p. 32
1.3. I fenomeni in rete:le giocatrici fra internet e videogames.....	p. 37
1.3.1. Analisi dei contenuti web iconici e testuali.....	p. 38
1.4. I casi di discriminazione.....	p. 49
1.4.1. Anita Sarkeesian.....	p. 50
1.4.1.1. <i>Tropes VS Women: Women in Video Games</i> : analisi e critica. ....	p. 52
1.4.2. Il #gamergate.....	p. 57
1.4.2.1. Le conseguenze del fenomeno fino ad oggi.....	p. 60
1.5. Conclusioni.....	p. 64
2. LA RAPPRESENTAZIONE DELLA DONNA NEI VIDEOGAMES: CASE STUDIES COMMERCIALI E <i>INDIE</i> .....	p. 66
2.1. I casi commerciali.....	p. 67
2.1.1. La donna in <i>Final Fantasy</i> .....	p. 68
- La donna e madre: Edea Kramer ( <i>Final Fantasy VIII</i> ).....	p. 71
- Dal videogioco alla moda: Lightning Farron ( <i>Final Fantasy XIII</i> ).....	p. 76
2.1.2. La ragazzina e adolescente nelle <i>graphic adventures</i> .....	p. 91
- La bambina matura: Clementine ( <i>The Walking Dead: Season Two</i> )....	p. 92
- L’adolescenza e i suoi problemi: Maxine Caulfield ( <i>Life Is Strange</i> )..	p.101
2.2. I casi indie.....	p.111
2.2.1. Donna e lavoro: <i>Due colloqui di lavoro (Two Interviewees)</i> .....	p.114
2.2.2. Gravidanza e violenza sulle donne: <i>Pregnancy (2015) e Choice: Texas (2013)</i> .....	p.118
2.2.3. La malattia di un figlio: <i>That Dragon, Cancer (2016)</i> .....	p.126
2.3. Conclusioni.....	p.131

3. DONNE E VIDEOGAMES: FORMAZIONE E LAVORO IN ITALIA E ALL'ESTERO OGGI.....	p.134
3.1. La formazione - corsi universitari e accademici.....	p.134
3.1.1 VIGAMUS Academy – Roma: da museo a vita accademica.....	p.135
3.1.2 Digital Bros Game Academy – Milano: la formazione che unisce teoria e pratica in un solo anno.....	p.140
3.1.3 Maresa Bertolo e i <i>game studies</i> al Politecnico di Milano.....	p.145
3.2. L'attività professionale in Italia e all'estero.....	p.153
3.2.1 Software house al femminile.....	p.153
3.2.1.1 <i>Purple Moon</i> .....	p.153
3.2.1.2 <i>Silicon Sisters Interactive</i> .....	p.159
3.2.2 Figure professionali.....	p.162
3.2.2.1 Debora Ferrari, Art Director e Event Manager presso Neoludica.....	p.162
3.2.2.2 Vania Saporito, professionista in testing di videogiochi.....	p.166
3.2.2.3 Francesca Antonacci: la passione videoludica Intergenerazionale.....	p.170
3.2.3 Il giornalismo videoludico.....	p.176
3.2.3.1 <i>Games Princess</i> : intervista a Fjona Cakalli, fondatrice e l'esperienza personale di stage.....	p.176
3.3. Gli eventi a tema videoludico.....	p.181
3.3.1 Campus estivo <i>Ragazze digitali</i> in collaborazione con EWMD e Università di Modena e Reggio Emilia.....	p.181
3.3.2 <i>Il tempo delle donne</i> (Triennale di Milano, 10 – 11 settembre 2016): laboratorio <i>Videogochiamo</i> .....	p.186
4. DONNE E VIDEOGAMES: IL VIDEOGIOCO COME HOBBY. RICERCA EMPIRICA E ANALISI SUL CAMPO IN ITALIA E ALL'ESTERO....	p.191
4.1. <i>Gamer girl</i> o <i>giocatrice</i> ? Lo stigma e la differenza di terminologia.....	p.191
4.2. Analisi quantitativa e qualitativa sulle videogiocatrici.....	p.193
4.2.1 Videogiocatrici: il panorama italiano.....	p.193
4.2.2 Videogiocatrici: il panorama estero.....	p.211
4.3. Madri giocatrici in Italia e all'estero – sondaggi e interviste.....	p.219
4.3.1 Analisi madri italiane.....	p.219
4.3.2 Analisi madri all'estero.....	p.223
- CONCLUSIONI.....	p.227
- BIBLIOGRAFIA – SITOGRAFIA .....	p.233

## INTRODUZIONE

“I videogiochi sono una cosa seria”: è un’espressione utilizzata sempre più spesso, sfruttando l’antonimia (almeno apparente) dell’associazione del concetto di gioco a quello di serietà. Lo stato reale delle cose però richiede un’attenzione ben maggiore di quanto si possa credere. Si tratta infatti di un mondo molto più complesso, vario e ampio che non si può ridurre al semplice periodo di tempo trascorso di fronte a uno schermo, guidando veicoli o controllando un avatar virtuale. Oltretutto in questo settore entrano in gioco anche questioni sociologiche e culturali, che riguardano da vicino il pubblico di videogiocatori e videogiocatrici.

La presente tesi magistrale esplora un particolare ambito del mondo videoludico: la vita delle donne videogiocatrici. Si desidera analizzare vari aspetti legati a questo tipo di pubblico videoludico: prima di tutto verranno esposte le ricerche e gli studi condotti finora nell’ambito dei *game studies*, seguiti dalla rappresentazione della donna che l’industria dei videogiochi offre attraverso determinate concezioni di avatar femminili e la loro evoluzione nel tempo.

Dai primi anni Duemila infatti, studi e ricerche accademici in ambito videoludico hanno cominciato a vivere un’intensa proliferazione e un’attività sempre maggiore, grazie anche all’inaugurazione di un campo di studi specificatamente dedicato: la ludologia, “(a) discipline that studies game and play activities”<sup>1</sup>. Inizialmente, l’attenzione degli studiosi si era focalizzata su una prospettiva abbastanza ristretta del campo videoludico, ossia la distinzione tra *paidea* e *ludus*, due termini che rispecchiano lo stesso distinguo che bisogna effettuare per i termini *play* e *game*: *paidea* – *play* indicano un tipo di gioco dove non si definisce un vincitore e un perdente;

---

<sup>1</sup> Frasca G., 1999, *LUDOLOGY MEETS NARRATOLOGY: Similitude and differences between (video)games and narrative*, Helsinki: <http://www.ludology.org/articles/ludology.htm>

“Prodigality of physical or mental activity which has no immediate useful objective, nor defined objective, and whose only reason to be is based in the pleasure experimented by the player.”<sup>2</sup>

Le espressioni *ludus* e *game* invece denotano un particolare tipo di *paidea*, che è possibile definire come “an *activity organized under a system of rules that defines a victory or a defeat, a gain or a loss.*”<sup>3</sup>

È con l’inizio del terzo millennio che l’interesse accademico nei confronti di questi temi si è evoluto fortemente, per due motivi: prima di tutto, questi prodotti mediali venivano immaginati una volta come giochi solo per bambini, e quindi si riteneva che gli studi annessi dovessero appartenere solo al campo della pedagogia. Un altro motivo è la mancanza, in passato, di una tradizione accademica rivolta anche agli aspetti tecnici e produttivi dei videogiochi, così come era diffusa l’idea che fossero forme di intrattenimento violente e che quindi non meritassero tanta attenzione quanto altre dimensioni tecnologiche, quali la realtà virtuale<sup>4</sup>.

Inoltre si osserverà anche come le giocatrici vengono percepite dal pubblico maschile e dalla società, dedicando anche una sezione specifica circa i comportamenti delle videogioatrici di diverse età e delle madri videogioatrici, una nicchia di pubblico tanto ristretta quanto interessante ai fini della ricerca. Spesso sono donne cresciute a “pane e joystick”; dunque non solo hanno una certa conoscenza dell’ambito, ma ritengo che sia anche interessante osservare come si sviluppa il loro rapporto con i figli circa i videogiochi.

Questi aspetti spiegano la scelta del titolo *Mulier et mater videoludens*, dettata in contrapposizione a denominazioni quali *homo ludens* o *homo game*, utilizzate sia per alcuni titoli di libri, sia come neologie che ricalcano la classificazione tipica delle fasi dello sviluppo umano: *homo sapiens*, *homo faber* etc. In

---

<sup>2</sup> Cfr nota 10.

<sup>3</sup> Cfr nota 10.

<sup>4</sup> Schleiner A-M., (2001), *Does Lara Croft Wear Fake Polygons? Gender and Gender-Role Subversion in Computer Adventure Games*, Leonardo, Vol. 34, No. 3 pp. 221-226, The MIT Press

particolare si propone come terminologia complementare a *homo ludens* proprio per indicare che il videoludico non è affatto di sola competenza maschile, e andando a intendere il termine *homo* come indicazione degli individui di genere maschile e non riferito al genere umano in maniera universale.

Gli obiettivi principali posti ai fini della presente ricerca sono la messa in luce degli stereotipi nei confronti del pubblico femminile di videogioatrici e dimostrare se questi trovino riscontri effettivi nella quotidianità dettata dalle abitudini di gioco delle persone in questione, o se siano ultimamente infondati. Infatti la tesi di base che si desidera dimostrare è la dimostrazione che vi sia una somiglianza tra donne e uomini videogioicatori ben maggiore di quanto si creda.

Si è deciso di affrontare questo argomento a partire da due motori propulsori fondamentali: si tratta in primis di un interesse personale molto forte, in quanto la passione per i videogiochi mi accompagna dalla tenera età di sei anni. Fu l'epoca della scoperta dei giochi per PlayStation 1 e per GameBoy Color, due passatempi che hanno lentamente assorbito gran parte del mio tempo libero, permettendomi di esplorare mondi, conoscere storie e personaggi che hanno segnato indelebilmente le mie immaginazioni di bambina. Con il passare degli anni non è diminuita la passione videoludica, ma è cresciuta talmente tanto da sfociare in attività concrete, come la stesura e redazione di articoli, recensioni e rubriche per il sito *Games Princess*, oltre che partecipare ad alcuni eventi dedicati ai videogiochi.

A questa passione si è unita anche la sensibilità ad alcuni temi molto importanti e sempre attuali, come la discriminazione che le donne subiscono in vari frangenti della loro vita. Uno degli obiettivi che mi sono posta è la volontà di screditare tali dicerie in questo ambito, dimostrando anzi che il pubblico femminile è vicino a questi prodotti medialti da molto più tempo di quanto si creda, oltre che offrire esempi di come le donne conducano stili di vita a volte lontani da quelli costruiti attraverso gli stereotipi. Il problema dell'inferiorità e disparità della donna emerge infatti a diversi livelli sociali, anche nel videoludico, un ambito che dovrebbe invece prediligere il divertimento, lo svago e il puro piacere e interesse nei confronti di questi prodotti medialti.

Un altro obiettivo che si desidera raggiungere è quello di dimostrare che nell'industria videoludica non ci sono solo rappresentazioni stereotipate sulla donna, in stile Lara Croft, un personaggio che compie azioni tipicamente maschili, soprattutto per l'epoca in cui era stata lanciata la saga (fine anni Novanta), in un corpo i cui attributi femminili vengono accentuati per attrarre il pubblico maschile.

Col tempo infatti sono cambiati i temi e gli approcci alla figura della donna, dal punto di vista della produzione industriale. Si tende a mostrare la figura della donna sotto diverse prospettive: dalla ragazzina indipendente che si assume responsabilità degne di un adulto, nonostante la giovane età, a una saga che decide di elevare un personaggio femminile a protagonista e che viene scelto anche per un pubblico più vasto, come campagne promozionali di brand di lusso.

Questo lavoro di tesi desidera inoltre gettare una luce sul mercato dell'industria videoludica, ormai da considerarsi molto importante dal punto di vista del mercato globale, per elevare e riconoscere ufficialmente l'importanza di questi prodotti al pari di altri nel campo dei media (film, serie tv, social network...). Per tutti questi motivi, la tesi ha carattere di ricerca empirica e di analisi di casi ed esperienze.

Nel caso della ricerca empirica, sono stati effettuati diversi sondaggi quantitativi, effettuati in tre periodi diversi: il primo è stato svolto dal 29 giugno 2016 al 6 luglio 2016, una settimana durante la quale si voleva comprendere se ci fosse la possibilità di portare avanti una ricerca di questo tipo, esplorando il terreno di ricerca. Una volta raccolti dati sufficienti per poter intraprendere un'analisi approfondita, sono state poste domande più approfondite e quantitativamente maggiori nel periodo subito successivo, dal 21 al 25 luglio 2016, per ottenere informazioni approfondite circa argomenti quali abitudini di consumo e opinioni sulla realtà sociale contemporanea per quanto riguarda la condizione delle videogiocatrici, nello specifico.

Infine è stato proposto un ulteriore sondaggio, diffuso tra il 3 marzo e il 9 marzo 2017, per osservare se le caratteristiche dei giocatori rispondenti avessero subito eventuali variazioni, in seguito a nuove tecnologie lanciate sul mercato ed eventuali influssi di queste, da un punto di vista sociologico, sul pubblico.

I sondaggi sono stati diffusi tramite social network e via internet, analisi di discussioni in gruppi social dedicati a videogiochi. Tra questi, ci sono sia gruppi aperti a utenti maschili/femminili, sia gruppi dedicati solamente a utenti femminili.

Oltre a questi, si aggiungono interviste, effettuate in tre modi diversi: di persona, via Skype e tramite chat scritta con singoli utenti Facebook, stranieri e non, a ulteriore dimostrazione del fatto che gli stereotipi siano diffusi a livello internazionale e che le videogioatrici hanno diverse caratteristiche in comune, a prescindere dalla nazionalità.

Per quanto riguarda l'analisi di casi di studio, si è deciso di proporre alcuni personaggi di videogiochi, sia nel ruolo di protagonisti principali, sia secondari, ma non meno importanti. A tal fine, si analizzeranno figure femminili di tutte le età proposte in videogiochi di produzione commerciale e indipendente: si comincerà con la figura della madre e della donna proposta in *Final Fantasy VIII* e incarnata in una medesima figura, la strega Edea Kramer, seguita dall'eroina protagonista della trilogia di *Final Fantasy XIII, XII-2, Lightning Returns*. È il caso di Lightning, la prima donna protagonista nella saga e il primo personaggio di fantasia che trascende l'ambito videoludico per approdare nel marketing di Louis Vuitton.

A seguire si esamineranno altri personaggi, come la ragazzina con grandi responsabilità e poteri straordinari in *Life is strange* e in *The walking dead: season two*, per poi dedicarsi ai casi di giochi indipendenti e alla trattazione di aspetti delicati della vita di una donna e di una madre: a partire dall'ambiente di lavoro con *Due colloqui di lavoro (Two Interviewees)* per passare ai temi della gravidanza e violenza sulle donne in *Choice: Texas* e *Pregnancy*, fino alla malattia di un figlio in *That Dragon, Cancer*.

È bene specificare che nella presente tesi è stata fatta una distinzione di sesso maschile e femminile senza alcuna volontà di generare dibattiti sulla questione delicata, intima e privata di *gender*. Tengo dunque a precisare che la divisione del target in “maschile” e “femminile” è stata decisa a partire dalle basi di studi su bambini e bambine effettuati già a partire dagli anni Settanta nell’ambito dei *game studies*. Dunque non si ha nessuna pretesa di affrontare il discorso di distinzione di *gender et similia*, in quanto non rientrano nell’obiettivo della ricerca di tesi.

Cominciamo dunque questa esplorazione dell’universo femminile relativo ai videogiochi e alle loro caratteristiche, come donne e come videogiocatrici.

# CAPITOLO 1

## Stereotipi, pregiudizi e discriminazioni delle giocatrici

### 1.1 Lo stigma sociale sulla donna e i suoi riflessi nella comunità dei videogiocatori

La discriminazione femminile è una questione sempre attuale, alimentata anche da stereotipi, pregiudizi e stigmatizzazione da parte della società, in vari ambiti e in modi molto diversi fra loro. La disparità tra generi, intesa come fenomeno sociale per cui un genere ha trattamenti e possibilità di azione sociale differente, non è un fatto naturale, ma una condizione costruita nel tempo a svantaggio dell'universo femminile.

Rispetto agli studi e alla riflessione sul tema, la questione di genere è assurta a categoria di analisi solo con la fine del ventesimo secolo, grazie all'attività di ricercatori e studiosi nell'ambito dei *gender studies*, fondati originariamente negli Stati Uniti. Tale questione, oggi sempre più rilevante e dibattuta sia negli studi, che nelle relazioni sociali quotidiane, viene così definita da Cassel e Jenkins:

“the binary opposition between masculine and feminine is a purely cultural construct – and a construct that is conceived of differently in different cultures, historical periods, and contexts.”<sup>5</sup>

Come affermano gli studiosi nel loro libro, di fatto le distinzioni fra generi esistono, ma solo dal punto di vista biologico; sono le presunte differenze sociali, intellettuali e comportamentali che vengono spesso esasperate dal pensiero comune o nascono da supposizioni. Il risultato a cui si arriva è generalmente una sottovalutazione delle capacità fisiche e intellettuali della donna, una condizione condivisa e diffusa da vari media, tra cui anche quello videoludico.

La disparità di genere viene infatti alimentata anche dalle rappresentazioni della donna che i media, tradizionali e recenti, propongono. Le enfattizzazioni sulle

---

<sup>5</sup> Cassel J., Jenkins H., 1998, *From Barbie to Mortal Kombat*, The MIT Press – Cambridge, Massachusetts – London, England.

differenze di genere, che rinforzano le visioni semplificate e condivise su questo tema, passano attraverso narrazioni, immagini e simulacri proposti in svariate forme.

Come ha affermato anche lo studioso Joshua Meyrowitz, l'impatto sociale dei media è profondamente legato al fatto che questi "non sono semplicemente dei canali che trasmettono informazione tra due o più ambienti, ma piuttosto ambienti in se stessi e di se stessi"<sup>6</sup>. Meyrowitz sostiene inoltre che i mutamenti dei mezzi di comunicazione nei contenuti veicolati possono andare a cambiare l'ambiente sociale, sottolineando come il legame tra media e società non sia solo determinata dalla veicolazione di messaggi e informazioni senza alcuna conseguenza.

Altri studi condotti in ambito psicologico e sociologico da parte di Bussey e Bandura, negli ultimi vent'anni del Novecento, hanno suggerito che i messaggi veicolati dai media sono una fonte di informazione importante nella società e un elemento di costruzione della cultura:

"The pervasiveness and unique role of media in both reflecting and creating culture suggests that media may be an important source of learning about gender norms and values."<sup>7</sup>

Anche Capecchi sottolinea come i mass media siano "un'agenzia di socializzazione"<sup>8</sup>, dove i modelli femminili proposti dai programmi televisivi e dalla pubblicità veicolano modelli di femminilità che condizionano inevitabilmente la costruzione della propria identità. Oltre a questo, favoriscono anche la formazione di idee e aspettative sull'altro, in un processo di costruzione della realtà sociale.

---

<sup>6</sup> Meyrowitz J., 1985, *Oltre il senso del luogo. L'impatto dei media elettronici sul comportamento sociale*, Baskerville, Bologna.

<sup>7</sup> Bandura, 1986, in Behm-Morawitz E., Mastro D., 2009, *The effects of the sexualization of Female Video Game Characters on Gender Stereotyping and Female Self-Concept*, Department of Communication, University of Missouri – Columbia.

<sup>8</sup> Capecchi S., 2006, *Identità e genere di media*, Carocci editore, Roma.

Ci sono però anche ulteriori studi relativi alla rappresentazione della donna nei media, in particolare nell'ambito dell'editoria. Non è affatto da sottovalutare il potere di influenza delle storie contenute nei libri di favole, un mezzo di diffusione culturale predominante per decenni nella formazione dell'immaginario condiviso, sin dalla tenera età.

Le ricerche su questo tipo di testi evidenziano come la narrazione e le immagini conferiscono solitamente qualità di indipendenza e forza all'universo dei protagonisti maschili, mentre le donne vengono distinte in due principali categorie: mogli e madri da una parte, sempre dedite alla cura di casa e figli; streghe e fate dall'altra. Si tratta quindi di una varietà di ruoli molto ristretta, oltre che non comprensiva di attività retribuite.

Le ricerche condotte nel 1972 da Weitzman e alcune colleghe circa la rappresentazione della donna riportano esempi di analisi tratti da libri per bambini, giungendo a questi risultati:

“women are invisible in children's books, i.e., they are underrepresented in pictures, titles, stories, and characters. [...] all of the early studies found evidence of stereotyped attitudes and behavior being portrayed by storybook characters. [...] no behavioral profile stands out for the females. Nearly half are judged to be active and around one-third are nurturant, passive, and perform services for others, but, apart from this, they do not seem to have much character, one way or the other. A large majority of the males are independent, persistent, and active and one-third are explorative and creative as well.”<sup>9</sup>

Le conclusioni del presente studio hanno messo in luce come, all'epoca della ricerca di Weitzman, le donne erano quasi del tutto assenti dai libri per bambini. e i pochi personaggi femminili erano “dull and stereotyped a lot”.

Nell'aggiornamento della ricerca, svolto nel 1987:

“Males continue to hold something of a visibility edge, but, especially among humans, the male-to-female ratios, both by a count of individual pictures and the total number of characters depicted, have moved closer to parity. Males and females are about equally likely to be included in a book”.

---

<sup>9</sup> Allen Williams Jr J.. – Vernon J. - C. Williams, M. - Malecha, K., (1987) *Sex role socialization in picture books: an update*, DigitalCommons@University of Nebraska, Department of Sociology.

Discostandosi dal mondo dell'editoria e prendendo in esame quello videoludico, si nota che la rappresentazione dei personaggi protagonisti dei videogiochi sembra non discostarsi dal quadro descritto da Weitzman. Si tratta di un tipo di medium che si distingue dagli altri per l'interattività tra il giocatore e il suo avatar<sup>10</sup>, come sostiene James Paul Gee, e ultimamente anche tra giocatori, grazie alla connessione con la rete internet, come si vedrà più avanti.

Come si vedrà successivamente nel corso della ricerca, in questo ambiente virtuale, nonostante sia di recente sviluppo, hanno luogo interazioni sociali che riflettono i cliché determinati dal pensiero comune diffuso nella società reale. Esempi tipici di stereotipi di genere sono: “Gli uomini non piangono”, “Le donne sono più brave nei lavori domestici”, “I bambini sono più forti e vivaci delle bambine”<sup>11</sup>. Soffermandosi su questi tre enunciati, si può già sintetizzare in maniera piuttosto efficace il pensiero che stava alla base in modo particolare alla produzione dell'industria di gaming fino a circa quindici anni fa, dove le donne erano una presenza rara sia nell'ambiente industriale, che nelle storie e nei mondi virtuali prodotti dalle software house.

La questione della disparità di genere è dunque molto complessa e va a interessare pressoché tutti gli aspetti sociali e comunicazionali. Si possono rintracciare gli albori delle ricerche sul tema “genere e media” considerando anche le teorie femministe, tra i cui obiettivi si ha la lotta per sconfiggere “la diffusione di stereotipi che mirano a confinare le donne nel ‘privato’ o a sfruttare commercialmente il loro corpo”<sup>12</sup>.

Per svolgere delle ricerche e studi in questo campo, è stato scelto di adottare il metodo quali-quantitativo del *Role Image Approach*, che permette di confrontare i ruoli sociali attribuiti alle donne nei media con quelli attribuiti agli uomini, oltre che mettere a confronto le immagini e realtà della condizione femminile. Proprio

---

<sup>10</sup> Gee J.P., 2003, *What Video Games Have to Teach Us About Learning and Literacy*

<sup>11</sup> Capecchi S., 2006, *Identità e genere di media*, Carocci editore, Roma

<sup>12</sup> Capecchi S., 2006, *Identità di genere e media*, Carocci editore, Roma.

questo metodo è alla base della presente ricerca di tesi, per dimostrare se e come questi due aspetti siano coincidenti o meno.

Bisogna anche riconoscere che sono i genitori stessi a indirizzare i propri figli verso determinate tipologie di gioco, proprio in virtù di modelli comportamentali e valoriali radicati nella società di appartenenza. Per questo motivo, fino alla fine del ventesimo secolo, erano ancora evidenti le differenze tra bambini e bambine circa la dimestichezza con i giochi per console e computer e le loro preferenze di genere. Secondo un'indagine Multiscopo condotta dall'Istat nel 1998, erano i bambini a dimostrare più abilità con i giochi virtuali: fra i tre e cinque anni, i device erano usati dal 19,6% di loro, contro un esiguo 6,7% di bambine coetanee, mentre il divario accresce di molto nella fascia di età 6-10 anni, dove i maschi toccano il 60,4% del totale, contro il 28,8% di femmine.<sup>13</sup>

L'industria videoludica ha cominciato a produrre videogiochi negli anni Settanta<sup>14</sup>, in un clima sociale dove il pensiero comune percepiva la figura femminile come un essere umano tranquillo, incline all'ascolto, all'affetto e al lavoro di cura, svolto meglio dell'uomo. I risultati di studi<sup>15</sup> condotti negli Stati Uniti e in Germania tra gli anni Settanta e Novanta del secolo scorso hanno permesso di paragonare il processo di produzione e utilizzo di luoghi comuni sulle donne, sorti in questi due momenti storici differenti. Nonostante le donne, con il passare del tempo, si percepiscano come più autonome e indipendenti, desiderose di intraprendere una carriera lavorativa soddisfacente, permane ancora la percezione del lavoro femminile come "secondario" e di minore rilevanza rispetto a quello svolto dalla popolazione maschile.

Proprio in virtù di questi luoghi comuni, i primi giochi concepiti per le donne non prevedevano alcun contenuto violento. Nessun momento di azione, nessun

---

<sup>13</sup> Tratto da Ruspini E., (2003), *Le identità di genere*, Carocci editore, Roma: dati del rapporto Multiscopo ISTAT, (1998) *La vita quotidiana di bambini e ragazzi*.

<sup>14</sup> I videogiochi esistevano già dagli anni Sessanta, nonostante non fossero ancora una industria nel senso proprio del termine (il primo videogioco in assoluto è considerato Spacewar del 1962, ma i primi esperimenti di manipolazione elettronica con le immagini in movimento esistevano già dagli anni Cinquanta).

<sup>15</sup> Broverman et al., 1972 ; Williams, Best 1990; Born, 1992

nemico contro cui battersi, né la possibilità di uccidere. Si può solo morire, come nel caso di *Frogger*, un videogioco arcade lanciato nel 1981, il cui obiettivo è guidare una rana verso la sua tana, attraversando un'autostrada e un fiume, evitando che il tempo scada.

Un altro esemplare di videogioco femminile che rappresenta una pietra miliare della storia videoludica è sicuramente *Ms Pac-Man*, caso analizzato anche dalla game designer Barbara Lanza come esempio efficace di videogioco progettato per le giovani giocatrici. Lanza parte dal presupposto che, soprattutto nella prima fase di crescita, bambini e bambine abbiano interessi diversi e quindi desiderino raggiungere scopi e provare soddisfazioni differenti nell'ambito del gioco.

Dal suo punto di vista, *Ms Pac-Man* è stato un prodotto importante a livello di comunicazione e di tipologia ludica proposta. In primis, rendeva chiaro e inequivocabile il target a cui si rivolgeva: bambine e ragazze. Sin dal titolo, si voleva declinare il prodotto *Pac-Man* per l'universo *gamer* femminile, con un gameplay diverso e privo di violenza. Il presupposto su cui si basa la variazione del tema originale è che le ragazze sono naturalmente portate per l'esplorazione, l'osservazione e la riflessione.

Questo titolo si proponeva di soddisfare tali caratteristiche psicologiche considerate innate nel pubblico femminile, per creare in esso una sensazione di comfort grazie all'aderenza al proprio modo di essere.

« *Ms Pac-Man* ha una strategia di gioco molto interessante. [...] il fatto che non si è bersagli [...] permette di girare e di pensare a quello che si vuol fare. È possibile fare una pausa e progettare un'altra strategia, [...] perchè nessuno ci spara. Essere in grado di andare avanti, indietro, a destra e a sinistra era estremamente importante. Vedi, in un gioco tipico a scorrimento orizzontale, è necessario spostarsi da sinistra verso destra. Ci si può ritirare, se lo si vuole, ma la cosa non fa avanzare nella partita. [...] Ritirarsi, per una femmina, è come respirare. [...] c'infiliamo in una situazione che appare troppo stretta, ci ritiriamo, ci giriamo indietro e poi troviamo un'altra maniera per attaccarla. [...] Non è indispensabile andare avanti a tutta forza. Ma troppo spesso, nei giochi classici al computer, è tutto quello che viene permesso. »<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> Barbara Lanza (p.173) in Herz J.C., 1997, *Il popolo del joystick. Come i videogiochi hanno mangiato le nostre vite*, Feltrinelli, Milano

I punti forti di questo gioco sono dunque la capacità di aderire alla natura psicologica del genere femminile, proponendo un'esperienza di gioco concepita su misura per videogioatrici che potevano così avvicinarsi al mondo del videogioco. Inoltre, nel caso di questo arcade si può comunque aggredire il nemico, ma la violenza rimane ben limitata rispetto alla versione originale.

Nonostante queste esperienze, il problema che si poneva al termine del secolo scorso, era la quasi totale assenza di donne in campo di progettazione di videogame, un settore prettamente maschile in cui era ben difficile che i progettisti riuscissero a calarsi nei panni delle potenziali fruitrici femminili di questo tipo di prodotto mediale. Tale “blocco produttivo” costituiva in ogni caso una perdita economica per le software house, perché finiva per escludere una fetta di pubblico e a confermare gli stereotipi “le femmine non sanno usare una console” e “i videogiochi sono per i maschi”.

A questo aspetto si aggiunge il fatto che, come visto in precedenza, la narrazione è uno degli aspetti più interessanti per il pubblico femminile. Infatti vengono definite dalla psicologa Justine Cassel come “drammatiste”<sup>17</sup>, coloro a cui piace raccontare storie. È evidente che creare giochi di questo spessore è molto più complesso, soprattutto vent'anni fa quando i computer erano stati progettati per elaborare giochi dalla logica spaziale e non narrativa. Tali aspetti legati alla progettazione e produzione dei videogiochi hanno avuto rilevanti conseguenze sull'approccio al mondo videoludico da parte del genere femminile, poiché hanno contribuito a ridurre l'attrattiva di questo mondo e di questo prodotto culturale per le giocatrici

Questa resistenza, unita alla difficoltà di diffusione tra il pubblico femminile dei videogame hanno caratterizzato a lungo la storia di questa industria. Il pubblico di fruitori e i suoi atteggiamenti sono sicuramente cambiati nel corso dei decenni, dall'introduzione dei primi giochi ad oggi, ma alcuni stereotipi sembrano

---

<sup>17</sup> Herz J.C., 1997, *Il popolo del joystick. Come i videogiochi hanno mangiato le nostre vite*, Feltrinelli, Milano

essere radicate nella percezione delle videogiocatrici, pensieri che sembrano difficili da scalfare, nonostante lo stato di cose attuale dimostri spesso il contrario di quanto i pregiudizi sostengano.

I principali esempi di preconcetti che riguardano in modo specifico il pubblico di videogiocatori sono: l'esigua presenza di pubblico femminile in ambito videoludico, l'incapacità di questo gruppo di persone di giocare, o di avere delle spiccate doti e qualità di videogiocatore. Questi presupposti sono talmente radicati anche nella comunità dei giocatori che si arriva anche a casi estremi di individui che si oppongono in maniera determinata e verbalmente violenta, intimando alle videogiocatrici di abbandonare questa attività e dedicarsi ad altre mansioni ritenute più idonee, in particolare quelle domestiche, e rivolgendosi ad esse con termini volgari e insulti (come vedremo nei capitoli successivi della presente ricerca).

### 1.1.1 Il videogioco: "it's a boy thing". Alcune ricerche scientifiche

Una delle idee più diffuse nel mondo della produzione è quella secondo cui i videogiochi sarebbero dei prodotti mediali rivolti primariamente a un pubblico maschile, più o meno adulto, e questa predominanza di genere si riflette anche nell'ideazione dei protagonisti videoludici, dove la figura femminile è assente, o relegata a ruoli secondari e di limitata importanza. Casi tipici sono le principesse presenti nei primi capitoli di *Prince of Persia*, *Double Dragon* e altri giochi, dove le donne erano concepite come trofei di battaglia, dei premi da conquistare tramite la loro liberazione e salvataggio a fine livello, o semplicemente come obiettivo finale da raggiungere.

Secondo alcune ricerche condotte alla fine degli anni Ottanta<sup>18</sup>, un gruppo di bambini e bambine esposti allo stesso videogioco reagivano in maniera diversa. I

---

<sup>18</sup> Cassel J., Jenkins H., 1998, *From Barbie to Mortal Kombat*, The MIT Press – Cambridge, Massachusetts – London, England.

primi si erano dimostrati più entusiasti e interessati al gioco e a capirne il funzionamento rispetto alle seconde. Inoltre, i ragazzini avevano voluto giocare a più giochi, mentre le bambine sembravano quasi sollevate al termine dell'esperimento. Sembra però che uno dei primi giochi ideati espressamente per femmine, *Barbie Fashion Designer*, abbia ottenuto un grande successo grazie ai suoi contenuti, ideati appositamente per ragazzine e facendo soprattutto leva sull'appeal dell'icona universale che Barbie rappresenta da decenni.

Analizzando meglio il caso, alcuni tratti rilevati come funzionali al successo del gioco sono identici a quelli ritrovati nello studio precedentemente citato e riportato in *Sex role socialization in picture books: an update*<sup>19</sup>; oltre all'assenza di violenza, ritorna il tema della protezione materna e la cura per l'altro:

“[...] the player is making clothes for Barbie and solving problems in order to nurture and help another. [...] Nurturance is also clearly an important theme in girls' doll play and fantasy play more generally. It follows that there is more to marketing games for girls than removing the violence and endowing them with themes that allow cooperative group play. The theme of cooperation should probably be enlarged to include nurturant behaviour, such as helping.”<sup>20</sup>

In un certo senso però, il successo di questo gioco presenta una certa dicotomia: se da una parte dimostra che anche le ragazze apprezzano i videogames, dall'altra sembra che la buona riuscita di questo sia dovuta alla figura di Barbie, l'eterno stereotipo della figura femminile. L'ironia della sorte ha voluto che proprio un'icona criticata ampiamente da movimenti femministi si sia rivelata efficace per avvicinare le ragazze ai videogiochi, ambito di predominanza maschile e dove lo stereotipo prevede proprio che il pubblico femminile non sia interessato, né “in grado” di usare questi giochi.

---

<sup>19</sup> Cfr nota 5

<sup>20</sup> Cfr nota 12

### 1.1.2 I personaggi femminili nei videogames

Per quanto riguarda la rappresentazione del femminile nei videogames, fino a circa un decennio fa le sue caratteristiche principali che verranno analizzate con il supporto di alcuni esempi concreti di studi (che verranno citati più avanti in questa ricerca), erano: la ridotta presenza rispetto ai personaggi maschili; la rappresentazione stereotipica, che include l'accentuazione dei tratti fisici con abbigliamento succinto; il fatto che siano *non-playable*, ossia personaggi non controllabili dal giocatore.

Nei pochi casi di donne protagoniste, queste ricalcano modelli di comportamento molto simili a quelli degli uomini: “*strength, speed, intellect, and independence*”<sup>21</sup>. Ciononostante, è sempre la sessualità a imporsi come caratteristica dominante, proponendo la donna soprattutto come un oggetto da osservare per il suo corpo.

Il problema della rappresentazione dei personaggi si pone soprattutto nel caso dei videogiochi in cui il punto di vista del giocatore coincide solo parzialmente o per nulla con quello del suo simulacro. Questi videogiochi sono stati definiti a visuale semi-soggettiva e oggettiva in cui sono presenti le cosiddette “protesi digitale maschera” e “personaggio”. In questi giochi il processo di identificazione con il personaggio è più complesso e meno trasparente che nel caso dei videogames in prima persona, ossia quelli in cui la visione del mondo di gioco coincide con quella del simulacro<sup>22</sup> e non esiste un personaggio da guidare e da sottoporre a qualsivoglia grado di manipolazione. In quest'ultimo caso, non viene alterata la personalità del giocatore, motivo per cui il simulacro in giochi di tale genere viene definito “protesi digitale trasparente o indeterminata”.

---

<sup>21</sup> Behm-Morawitz E., Mastro D., 2009, *The effects of the sexualization of Female Video Game Characters on Gender Stereotyping and Female Self-Concept*, Department of Communication, University of Missouri – Columbia.

<sup>22</sup> Maietti M., 2004, *Semiotica dei videogiochi*, Edizioni Unicopli, Milano.

Infatti, nei videogiochi “in prima persona” la costruzione e manipolazione dei simulacri è una delle caratteristiche più diffuse negli ultimi anni. Permette al fruitore di immedesimarsi maggiormente nell’ambiente di gioco ed eventualmente ricreare se stesso, attribuendo all’avatar le proprie caratteristiche fisiche, e in alcuni casi anche identitarie, quali il proprio nome. In questo modo la scelta del genere del personaggio è affidata al giocatore anche se la casa produttrice può offrire un numero limitato di scelte di design nella fisicità dei simulacri. Anche se in giochi come *Dragon Age: Inquisition* la personalizzazione del fisico del proprio avatar è possibile in modo molto libero scegliendo ad esempio alcuni tratti fisici, come l’ampiezza della fronte, la lunghezza delle orecchie, il taglio degli occhi e via discorrendo.

Questo interesse per la *customizzazione* dei tratti fisici è però caratteristica della produzione di videogames molto recenti. Fino alla fine degli anni Novanta predominava l’offerta di personaggi già caratterizzati in fase di produzione dei videogame. Proprio in questi anni sono state svolte diverse ricerche, in ambito sociologico, sulla rappresentazione di genere e di altre minoranze sociali in campo videoludico.

Tra il 2001 e il 2007 è stato dato l’avvio a diversi studi<sup>23</sup> circa la rappresentazione della donna nei videogames e quanto frequentemente vi compare.

Per quanto riguarda la frequenza di apparizione di donne in generale, così come appartenenti a minoranze razziali, è stata rilevata la totale assenza di figure femminili di razza latina da un campione di 70 videogiochi prodotti fino ai primi anni Duemila. Inoltre, un ulteriore studio ha dimostrato che i giochi per bambini presentavano solo figure di razza bianca e, in alternativa, non umane. Questo percorso di ricerca è stato riproposto da Dill e Gentile, nel 2005, rivelando che solo in pochissimi casi erano state scelte persone di colore per i ruoli di

---

<sup>23</sup> Burgess, Stermer, & Burgess, 2007; Dill & Thill, 2007

protagonisti, mentre figure di razza latina comparivano solo per ruoli principali e non secondari.

Inoltre, nel 1991, Eugene Provenzo ha analizzato una casistica di 100 videogames di genere arcade, di cui

“92 percent contained no female roles whatsoever. Of the remaining 8 percent, the majority (6 percent) had females playing the “damsel in distress”, and 2 percent had females playing active roles (of which) most were not human (such as “Ms Pacman” and “Mama Kangeroo”).”<sup>24</sup>

In conclusione, entrambe le ricerche hanno scoperto quanto sia frequente l’adesione agli stereotipi anche nella semplice scelta (e conseguente esclusione) di alcune etnie nella concezione di personaggi primari e secondari nei videogiochi.

Un altro tema di ricerca ha riguardato l’analisi degli effetti sociali conseguenti alla rappresentazione di genere stereotipata dei personaggi nei prodotti videoludici. Diverse ricerche sugli stereotipi di genere hanno messo in luce come nell’immaginario collettivo, l’uomo viene considerato fisicamente forte e abile, indipendente e “mosso da un incontenibile istinto erotico”<sup>25</sup>; al contrario, la donna viene considerata “vittima” o comunque soggetto “debole”, bersaglio delle violenze dell’universo maschile dominante. A tal proposito, una ricerca<sup>26</sup> condotta nel 2008 dagli psicologi Karen E. Dill, Brian P. Brown e Michael A. Collins ha previsto l’esposizione di un focus group composto da uomini e donne a immagini stereotipate di personaggi tratti da videogames e da foto pubblicate su carta stampata. Esse riportavano donne raffigurate come meri oggetti sessuali e uomini forti e possenti. In seguito, gli stessi partecipanti hanno dovuto esporre la loro opinione circa un episodio di molestie sessuali accaduto a una studentessa di un college da parte di un professore; il risultato ha evidenziato che gli uomini esposti

---

<sup>24</sup> Provenzo E., 1991 in Cassel J., Jenkins H., 1998, *From Barbie to Mortal Kombat*, The MIT Press – Cambridge, Massachusetts – London, England.

<sup>25</sup> E. Ruspini, *Le identità di genere*, cap. 4.5 La violenza, Carocci Editore, 2003

<sup>26</sup> Dill K. E., Brown B. P., Collins M. A. (2008), *Effects of exposure to sex-stereotyped video game characters on tolerance of sexual harassment*, in *Journal of Experimental Social Psychology*, n° 44 .

in precedenza alle immagini stereotipate si sono dimostrati più tolleranti nei confronti del caso di molestie.

Lo stesso tipo di rappresentazione si ritrova nel videogioco *Dead Or Alive Xtreme 3* il capitolo più recente di una serie famosa per le protagoniste femminili dalle forme notevoli, messe in evidenza da abiti più che succinti e costumi che lasciano poco all'immaginazione. Questa versione ha ideato le ragazze con indosso costumi distruttibili e "bollenti", ma la problematica relativa a questa edizione concerne la possibilità dei giocatori di molestarle sessualmente, nonostante i rifiuti delle vittime.

In uno studio condotto di recente<sup>27</sup>, la stessa tematica è stata trattata da alcuni studiosi che hanno pubblicato dei risultati praticamente uguali a quelli ottenuti nel 2008: quando si videogioca, anche in terza persona, si ha la tendenza a immedesimarsi e legarsi al protagonista, dunque gli atteggiamenti assunti nella vita virtuale possono riproporsi anche in quella reale. Inoltre ritengono che

“i videogiochi violenti e sessisti riducono l’empatia nei confronti delle donne vittime di violenza e aumentano la convinzione maschile che i ‘veri uomini’ sono duri, dominanti e aggressivi”.<sup>28</sup>

Queste analisi si collocano nell’ambito della teoria che la rappresentazione degli stereotipi di genere attraverso i media, genera l’alterazione dei giudizi sui comportamenti ritenuti moralmente accettabili o meno. Secondo questo approccio, la diffusione reiterata e costante di un certo tipo di immagini costruite dai media, assurga a giustificazione di determinati comportamenti e avvenimenti. Dunque, se la donna viene concepita come un oggetto concreto di soddisfazione degli impulsi maschili, un caso di molestie sessuali viene percepito come meno grave di quanto sia in effetti, dove la vittima non è più ritenuta tale e l’accadimento diventa una logica conseguenza del modo di essere di uomini e donne, per come vengono presentati (d)alla società.

---

<sup>27</sup> Gabbiadini A., Riva P., Andrighetto L., Volpato C., Bushman B. J., 2016, *Acting like a Tough Guy: Violent-Sexist Video Games, Identification with Game Characters, Masculine Beliefs, & Empathy for Female Violence Victims*, <http://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0152121>

<sup>28</sup> Cfr nota 15 in Avino F., 06-09-2016, *La violenza sessuale non è un (video)gioco*, Letteradonna.it: <http://letteradonna.it/257831/giappone-videogioco-violenza-sessuale/>

Non è da sottovalutare la percezione della donna nel ruolo di protagonista nei videogames. È stata condotta una ricerca per misurare l'effetto generato nel giocatore quando ha a che fare con un protagonista femminile i cui tratti fisici sono messi in evidenza, messo in confronto con l'effetto provocato dall'interazione con un personaggio dai tratti meno o per nulla esposti.<sup>29</sup> La presenza di un personaggio femminile potrebbe suscitare nel giocatore diverse reazioni, a seconda del genere: immedesimazione nelle ragazze; riflessione e giudizio su se stessi e sugli altri nei ragazzi. È stato rilevato che i giocatori ripongono meno confidenza nelle abilità fisiche delle eroine:

“A main effect for sex emerged on the cognitive capabilities subscale. Men and women reported differences in attitudes toward women in terms of cognitive capabilities, such that male participants reported less favorable attitudes toward women than female participants. In looking at the means, it is evident that neither male nor female participants strongly agreed with the idea that men are more mentally capable than women, however male participants did adhere more strongly to this belief than did female participants. A main effect for sex also emerged on the female appearance component. Men and women reported differences in attitudes toward women with regard to female appearance, such that male participants reported less favorable attitudes toward women than female participants. Overall, men held more traditional ideas related to how females should dress and appear in public”.<sup>30</sup>

## 1.2 Sviluppo diacronico della rappresentazione della donna nei videogiochi

L'industria videoludica ha sicuramente favorito la formazione e radicazione di alcuni stereotipi a sfavore delle giocatrici, con il lancio di specifici prodotti. Infatti, alcuni fra i primi titoli rivolti prevalentemente a bambine e ragazze furono Ms. Pacman, Centipede, Frogger, Barbie Fashion Designer e i social games non

---

<sup>29</sup> Behm-Morawitz E., Mastro D., 2009, *The effects of the sexualization of Female Video Game Characters on Gender Stereotyping and Female Self-Concept*, Department of Communication, University of Missouri – Columbia.

<sup>30</sup> Behm-Morawitz E., Mastro D., 2009, *The effects of the sexualization of Female Video Game Characters on Gender Stereotyping and Female Self-Concept*, Department of Communication, University of Missouri – Columbia.

violenti editi da Purple Moon . I modelli e i gameplay proposti in questi titoli erano sicuramente distanti dalla figura violenta, sexy e dalle notevoli abilità fisiche esaltate in Tomb Raider, un esempio di cui si tratterà a breve.

La teorica Anne-Marie Schleiner si è posta questa domanda: “Why should fantasy experiences of violence be exclusively a heterosexist and/ or masculine domain?”. Tale quesito è stato posto nel 1996 per analizzare i motivi secondo cui le situazioni di violenza nei videogiochi debbano avere come unici attanti dei protagonisti maschili. Questo rinnoverebbe la teoria che classifica le donne come “sesso debole”, dunque incapaci di sostenere attacchi fisici e ultimamente uscirne vincitrici.

Se da una parte è evidente la mancanza di personaggi femminili nei videogiochi, soprattutto rappresentati in maniera non stereotipata, dall'altra si può notare, nei casi che verranno presentati, come le poche donne presenti siano concepite come “oggetti”, precisamente come oggetti da conquistare (il caso sopracitato delle principesse) o ideate come oggetto del desiderio maschile.

Un caso particolare è quello di Metroid, una serie di videogiochi di fine anni Novanta, dove il giocatore scopre solo alla fine che il personaggio che ha controllato fino a quel momento, interamente ricoperto da una tuta bionica che lo rendeva praticamente asessuato, era in realtà una donna, Samus Aran. Pare infatti che i produttori abbiano scelto di tenere celata l'identità dell'eroina sia per motivi di marketing, poiché pensavano che lo stesso gioco con protagonista femminile non avrebbe permesso di venderne molte copie proprio a causa dello stereotipo del “sesso debole”. Ancora una volta dunque, il pregiudizio di genere ha avuto il sopravvento sulle scelte dei personaggi e ha portato addirittura a nascondere il sesso.

Un altro caso celebre di eroina dai tratti stereotipati è quello dell'archeologa più famosa del mondo virtuale, Lara Croft, protagonista della lunga serie di capitoli della saga di Tomb Raider. Una donna dalle fattezze simili a quelle di

Barbie, la cui vita è ben distante da parrucchieri, cucina e altri ambienti tipici della bambola nota a livello mondiale.

Al tempo dei primi capitoli della saga, l'eroina era stata additata come un automa eternamente giovane, una marionetta ideata solo per sparare e per piacere allo sguardo maschile. A sostegno di questa tesi fu anche la pubblicazione di un'immagine della donna senza veli, considerata pornografica e con la quale Lara venne etichettata come oggetto "fetish" e risultato di una formula lucrativa e duratura per l'industria del gaming. Infatti l'archeologa viene venduta al pubblico come un'alchimia di femminilità, tecnologia e capacità di uccidere mostri e nemici a suon di pallottole e bombe: tutti aspetti che rendono appetibile al pubblico maschile un prodotto videoludico.

D'altro canto, Lara Croft viene considerata anche una prima forza propulsiva degli ultimi anni Novanta per le giocatrici, in quanto l'emergere di eroine come protagoniste di videogiochi può essere considerato un invito per il pubblico femminile ad avvicinarsi a questo tipo di prodotti. Il secondo passo sarebbe stato quello di favorire l'influenza di bambine e ragazze nella creazione della loro controparte virtuale grazie ad una maggiore partecipazione nella cultura del gaming e una presenza più frequente in campo industriale. Lara Croft sarebbe dunque la prova virtuale della teoria secondo cui "*being a bad girl can be good for women*" (al contrario di quanto affermato in un articolo di Deborah Tolman and Tracy Higgins<sup>31</sup>, *How Being a Good Girl Can Be Bad for Women*).

Solo a cavallo tra il ventesimo e ventunesimo secolo, alcuni titoli hanno elevato a protagoniste alcune eroine oltre a Lara Croft: la spia Regina in *Dino Crisis* o Jill Valentine, poliziotta protagonista della saga *Resident Evil*; si tratta di donne concepite in maniera abbastanza simile in quanto i due videogiochi sono stati sviluppati dalla stessa software house nipponica, la Capcom.

---

<sup>31</sup> Tolman D., Higgins T. , (1996), *How Being a Good Girl Can Be Bad for Women*, in Maglin N. B., Perry D., New Brunswick, N.J, (1996), "*Bad girls"/"good girls": women, sex, and power in the nineties.*, Rutgers University Press, New Jersey.

Fatta eccezione per questi rari, primi casi di personaggi shooter in gonnella, la storia della produzione videoludica è costellata di giochi dove la figura femminile viene esclusa, relegata a ruoli minori o proposta nei panni di prostitute. Quest'ultimo caso non può che richiamare alla memoria i vari capitoli di *Grand Theft Auto*, dove le donne sembrano veri oggetti di cui impossessarsi in diversi modi: avere rapporti sessuali, uno degli scopi principali nei loro confronti, tanto da pubblicare diverse guide online (ufficiali e non), con tanto di liste di donne più o meno consenzienti<sup>32</sup>; scattare foto a ragazze in topless; ragazze in posa in lingerie e in atteggiamenti sessuali espliciti, anche mentre si esibiscono in lap dance. In generale, vengono considerate oggetti, anche di derisione, perché sottomesse agli uomini per via della considerazione che essi hanno nei loro confronti<sup>33</sup>.

#### 1.2.1 The bimbo stereotype: la donna stupida e attraente

La produzione industriale ha sfornato molti titoli rosa, a partire dai primi anni Duemila, proponendo un gameplay abbastanza ripetitivo poiché si tratta quasi sempre di giochi di simulazione. Gli obiettivi da raggiungere possono essere semplicemente la preparazione di un piatto, la creazione di abiti, accessori e gioielli, fino alla cura di animali domestici, una sorta di evoluzione del concetto di base di uno dei primi, famosissimi simulation game, *Tamagotchi*.

Questa fetta di produzione videoludica vede la software house Nintendo regnare sovrana con la vendita di serie di giochi di diversi generi: si spazia dalla cura di animali virtuali (*Nintendogs*, *Nintendogs + Cats*, *Animal Crossing*, *La mia scuderia*), preparazione di cibi, soprattutto giapponesi, in virtù della nazionalità della casa produttrice (*Cooking Mama*, *La guida in cucina: che si mangia oggi?*, *Giulia passione: cucina*). Quest'ultimo gioco è uno dei capitoli dell'omonima serie dedicata a diverse attività “femminili”, quali giardinaggio, baby-sitting, moda e altri ancora.

---

<sup>32</sup> Esempi di guide: <http://forum.igta5.it/t-GUIDA-A-TUTTE-LE-RAGAZZE-DEL-VANILLA-UNICORN> ; <http://www.gta-series.com/it/gta-4/fidanzate.html> ;

<sup>33</sup> Morris C., 2013, *New 'Grand Theft Auto' finds new ways to outrage critics*, CNBC: <http://www.cnb.com/2013/09/19/new-grand-theft-auto-finds-new-ways-to-outrage-critics.html>

Si denota in questi tipi di giochi che la richiesta di impegno da parte del giocatore, così come la complessità di azione, il tipo e la difficoltà di obiettivi da raggiungere sono molto minori rispetto ad altri generi più classici. In alcuni casi, la facilità di gioco quasi disarmante denota da un lato la volontà di rendere fruibile il prodotto a una fetta di pubblico più ampia possibile in termini di età. Dall'altro lato però, si potrebbe considerare questa semplicità come la difficoltà media imponibile in questo tipo di giochi per ragazze, con uno sguardo stereotipato e prevenuto nei confronti delle capacità medie delle fruitrici.

Gli stereotipi trovano espressione anche in campo prettamente linguistico: è il caso del termine *bimbo*, appartenente allo slang inglese. Introdotto negli anni Venti del Novecento per riferirsi a un uomo stupido e insignificante, ha assunto ulteriori connotati e varianti a cavallo tra il ventesimo e ventunesimo secolo, prima con l'adozione dalla lingua francese del diminutivo femminile *bimbette*<sup>34</sup>, poi con l'uso dello stesso termine per parlare di “an attractive woman, often blonde and with a curvaceous figure and large breasts, possibly wearing heavy makeup and revealing clothing”<sup>35</sup>.

Questo termine si lega dunque allo stereotipo circa l'attenzione alla bellezza esteriore e alla cura del corpo da parte delle donne ed è stato usato anche per battezzare un gioco online che ha suscitato scalpore in Gran Bretagna, nel 2008. Si tratta di *Miss Bimbo*, un beauty contest online game dedicato a bambine e ragazze, che era stato condannato dai genitori di diverse piccole giocatrici, poiché una delle opzioni di gioco era la possibilità di sottoporre la propria bambola a operazioni di chirurgia estetica al seno e al volto, così come somministrarle pillole dimagranti e sottoporla a diete per raggiungere la perfezione fisica.

L'obiettivo del gioco, lanciato nel febbraio 2008, era quello di essere “the hottest, coolest, most famous bimbo in the whole world”<sup>36</sup> senza esclusione di colpi: i

---

<sup>34</sup> Online Etymology Dictionary, articolo “bimbo”:

[http://www.etymonline.com/index.php?term=bimbo&allowed\\_in\\_frame=0](http://www.etymonline.com/index.php?term=bimbo&allowed_in_frame=0)

<sup>35</sup> Wikipedia, voce “bimbo”: <https://en.wikipedia.org/wiki/Bimbo>

<sup>36</sup> McVeigh K., 30 marzo 2008, *Parents upset over online Miss Bimbo game for children*, Taipei Times, : <http://www.taipetimes.com/News/bizfocus/archives/2008/03/30/2003407697>

giocatori erano incitati a battere tutti gli altri facendo ricorso a qualsiasi metodo, anche farmaci e operazioni di chirurgia plastica appunto. Si evince dunque che gli obiettivi del gioco, oltre a non essere affatto seri o complessi da raggiungere, fanno leva ancora una volta sullo stereotipo secondo cui la donna si (pre)occupa fondamentalmente di bellezza e apparenza esteriore, prendendo talmente sul serio la questione da renderla una vera e propria missione di vita.

Il problema fondamentale del gioco, secondo Bill Hibberd di Parentkind, non è la sua evidente frivolezza di base, quanto il fatto che l'età media degli utenti fosse di nove e dieci anni, giocatrici nemmeno adolescenti che potrebbero recepire in maniera deviata il messaggio dell'online game in questione. Hibberd aveva affermato:

“[...] the danger is that a nine-year-old fails to appreciate the irony and sees the bimbo as a cool role model. Then the game becomes a hazard and a menace.”

“Children's innocence should be protected as far as possible. It depends on the background and mindset of the child, but the danger is that after playing the game some will then aspire to have breast operations and take diet pills”.<sup>37</sup>

D'altro canto, gli sviluppatori si sono difesi sostenendo che i modelli e messaggi veicolati tramite il gioco non erano così nocivi come i genitori sostenevano, poiché ogni bambola, qualora avesse problemi relazionali o sul lavoro, poteva consultarsi con uno psicologo. Di conseguenza, si voleva dimostrare come anche un gioco apparentemente superficiale potesse suggerire comportamenti e soluzioni per affrontare determinate problematiche della vita. Nonostante questo, il sito e i suoi ideatori, tra cui il web designer Nicolas Jacquart, sono stati duramente criticati per gli ideali diffusi attraverso il gioco. Jacquart ha replicato affermando che *Miss Bimbo* è in realtà un gioco educativo, poiché mostra come sia davvero la vita, in quanto ne riflette problematiche e questioni sociali e personali:

---

<sup>37</sup> McVeigh K., 30 marzo 2008, *Parents upset over online Miss Bimbo game for children*, Taipei Times, : <http://www.taipetimes.com/News/bizfocus/archives/2008/03/30/2003407697>

“The missions and goals are morally sound and teach children about the real world”.

"If they eat too much chocolate in the game, it is bad for their bimbos' bodies and their happiness levels compared to if they eat fruit and vegetables, which reinforces positive healthy eating messages".<sup>38</sup>

Deprecabile o meno che sia, *Miss Bimbo* rappresenta sicuramente un'occasione di riflessione in termini di come vengano concepite le problematiche delle donne nella vita quotidiana. La volontà di primeggiare sulle altre rendendo il proprio corpo perfetto, l'attenzione alle questioni di relazione con il proprio partner e la delicata faccenda della sottomissione a diete e assunzione di pillole dimagranti a puro scopo estetico. Anche l'attenzione all'alimentazione viene proposta sempre e solo con l'obiettivo di evitare i chili di troppo per mantenere la bellezza esteriore, non per una primaria questione di salute.

Il sito online esalta dunque quel tratto culturale occidentale ampiamente discusso e dibattuto, l'ideale di snellezza, accompagnato a quello di giovinezza, che coinvolgono da decenni l'aspetto esteriore femminile. È questo un altro fenomeno di profonda influenza della mentalità culturale sociale condivisa nell'ideazione di un prodotto ludico, dove la dimensione sia educativa che di divertimento vengono offuscate dalla questione più ampia e seria di modelli culturali che possono veicolare messaggi negativi alle giovani utenti e, in maniera indiretta, al pubblico più vasto per quanto riguarda la visione che si ha della donna, ancora al giorno d'oggi.

### 1.2.2 La progressiva equiparazione videoludica di genere nell'ultimo decennio

Le basi per il raggiungimento di un equilibrio tra sessi nella concezione della donna, sia come personaggio ludico, che come videogiocatrice, sono state poste verso la fine del secolo scorso, sia dall'industria che da parte di studiosi.

---

<sup>38</sup> McVeigh K., 30 marzo 2008, *Parents upset over online Miss Bimbo game for children* op.cit. p.8

È ancora la software house giapponese Nintendo a costituire un interessante caso di analisi per quanto riguarda i suoi prodotti, in particolare attraverso la sua saga *Pokémon*. Da un punto di vista di rappresentazione di genere, questi giochi sono una vera rivoluzione, considerando che le prime edizioni risalgono agli ultimi anni Novanta.

Fin da subito infatti, la serie ha catturato l'attenzione indistinta di maschi e femmine, probabilmente grazie al duplice aspetto del protagonista Ash Ketchum: da una parte, è un ragazzo che abbandona la propria abitazione per andare alla ricerca dei piccoli mostri. Dall'altra, mostra caratteristiche "femminili" per quanto riguarda la cura, protezione e affetto quasi materni nei confronti di queste creature che ottiene durante il viaggio.

Ma la peculiarità riguarda anche le modalità di gioco: dall'edizione *Pokémon Cristallo* (2001) è possibile scegliere se essere un allenatore o allenatrice, andando a promuovere la totale parità di sessi<sup>39</sup>. Questa serie è stata una delle prime a permettere all'utente di scegliere il sesso dell'avatar, senza che questo influisse minimamente sul gameplay. Una mossa di marketing sicuramente tattica per incrementare il numero di vendite, ma che di fatto è ben apprezzabile in un discorso di parità tra sessi di videogiocatori, senza andare a stravolgere il senso del gioco. Infatti, da sempre, nella storia ci sono allenatori e capipalestra maschili e femminili, così come tra i protagonisti principali delle prime stagioni troviamo Misty, tra i compagni di Ash, e le due ragazze appartenenti all'antagonista Team Rocket, Jessie e Cassidy.

È dunque evidente come la narrazione in questa serie di videogiochi sia basata sulla pluralità e sulla costruzione sociale dei corpi non rigidamente strutturata, cercando dunque di annullare gli stereotipi e ponendo i giocatori in una condizione propria e di gioco privi di pregiudizi e differenziazioni di genere.

---

<sup>39</sup> Chirchiano E., Tuselli A., 2016, *Che genere di videogame? Le rappresentazioni di genere nell'universo videoludico*, H-ermes journal of communication, <http://siba-ese.unisalento.it/index.php/hermes/article/view/15990>

Un altro passo verso l'annullamento (teorico) del *gender divide* fra giocatori è stato sostenuto dal sopracitato Joshua Meyrowitz, alla fine del ventesimo secolo. Secondo lui, questo risultato era stato raggiunto nel momento in cui le donne avevano avuto la possibilità di prendere parte a quell'ampia sfera di vita pubblica, prima accessibile solo agli uomini, grazie ai nuovi media elettronici: dalla televisione fino ad arrivare alle nuove tecnologie di comunicazione.<sup>40</sup> I giocatori di entrambi i sessi, fin dalla tenera età, sanno muoversi senza problemi nell'uso di computer e console, rendendo sempre più difficile l'individuazione di differenze di genere in questo ambito (qualora ce ne siano mai state).

Partendo da questi presupposti, nell'ultima decade ci sono stati alcuni sviluppi riguardanti la presenza di protagoniste femminili nei videogiochi: non si tratta più solo di eroine dai notevoli attributi fisici, calate in un'avventura tutta nemici e proiettili. Ora le protagoniste sanno fare altro, nuovi ruoli entrano a far parte delle proposte videoludiche, introducendo spesso professioni comuni e più vicine alla realtà. In questo modo, è anche più facile calarsi nel personaggio e trovare più attinenze con il mondo reale.

È il caso di *Women's Murder Club: Giochi di Passione*, edito per Nintendo DS nel 2009, dove le tre protagoniste principali vestono i panni di un'investigatrice di polizia, un medico e una giornalista di cronaca nera. La serie *Women's Murder Club* è anche un interessante caso di cross-medialità, poiché sia il videogioco che la serie tv omonima sono tratti dai romanzi dello scrittore James Patterson.

Altri sviluppi si sono avuti nella saga targata Ubisoft di *Assassin's Creed*, dove dopo titoli e titoli tutti al maschile, cominciano a comparire con rilevanza sempre maggiore anche alcune donne. Prima come personaggio secondario ma non giocabile, come Elise de la Serre in *Assassin's Creed:Unity*, spesso al fianco del protagonista Arno Dorian, fino ad arrivare ai primi protagonisti femminili e giocabili. Nel 2012, con lo spin-off del terzo capitolo della saga, arriva Aveline de

---

<sup>40</sup> Meyrowitz J., 1985, *Oltre il senso del luogo. Come i media elettronici influenzano il comportamento sociale*, Baskerville, Bologna in Quadrio, Maragliano, Melai, 2003, *Joystick. Pedagogia e videogame*, The Walt Disney Company Italia S.p.A, Milano.

Grandpré in *AC Liberation*, seguita da Shao Jun nella [Cina](#) del [XVI secolo](#) nel capitolo *Chronicles*, fino a Evie Frey in uno degli ultimi titoli principali, *AC Syndicate*.

Sono gli ultimi anni di produzione videoludica che hanno visto una maggiore proliferazione di protagoniste femminili, dimostrando che appartengono a un sesso non così debole. Spesso non hanno solo a che fare con armi e abilità fisiche fuori della norma, così come non si presentano in abiti succinti. Talvolta devono dimostrare capacità intellettive, strategiche e anche emotive, permettendo al giocatore di esperire una situazione di gioco del tutto nuova e inaspettata. Ultimamente, diventano protagoniste anche ragazzine dai tratti apparentemente innocui e infantili, come appare Clementine nella prima stagione della serie di videogiochi *The Walking Dead*, un personaggio che successivamente subirà profonde e importanti trasformazioni personali e caratteriali. Anche Maxine Caulfield, la protagonista del capolavoro *Life is Strange*, cala il giocatore in un'avventura grafica totalmente basata su emozioni, valori e scelte etiche. L'azione è tutta determinata dalle decisioni prese dall'utente, che andranno a segnare le sorti dei protagonisti.

Non è un caso che la produzione industriale si sia sviluppata in questa direzione, ed è sintomo di un aumento significativo del pubblico femminile nel videoludico. I dati di alcuni sondaggi effettuati nel 2015 e nel 2016, in Italia e nel mondo, rivelano una notevole presenza di videogiocatrici della quale bisogna necessariamente tenere conto, dal punto di vista sia produttivo che socio-culturale.

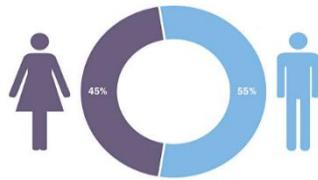
Una prima analisi generale del 2014 ha dimostrato che sono addirittura più le donne a giocare e spendere per giochi su device mobili: il 55% dei giocatori su smartphone sono donne<sup>41</sup>, secondo la EEDAR<sup>42</sup>, la quale sottolinea come la differenza tra sessi nei giocatori non sia quantitativa, quanto qualitativa circa le preferenze di genere dei giochi e di console utilizzate: se le donne sono più per i

---

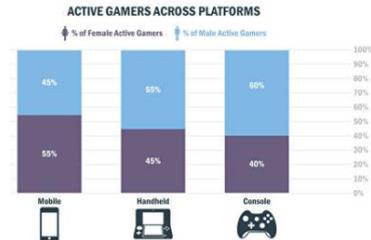
<sup>41</sup> Castoro Gabriele, 18 novembre 2015, *Videogiocatrici su smartphone: giocano e spendono più degli uomini*, Tom's Hardware, La Repubblica: <https://www.tomshw.it/videogiocatrici-su-smartphone-giocano-e-spendono-piu-degli-uomini-71981>

<sup>42</sup> Electronic Entertainment Design and Research

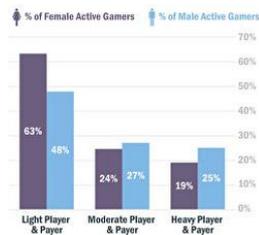
device mobili, le console domestiche rimangono maggiormente apprezzate dagli uomini. La situazione viene descritta dai grafici sottostanti<sup>43</sup>:



Percentuale di videogiocatori per genere

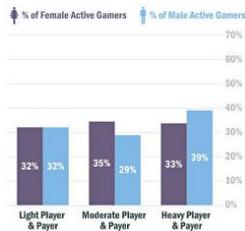


### ACTIVE MOBILE GAMERS [SMARTPHONE OR TABLET]



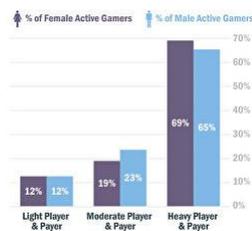
FEMALE FAVORITE MOBILE GAMES	MALE FAVORITE MOBILE GAMES
1. Matching Puzzle	1. Matching Puzzle
2. Brain Puzzle	2. Brain Puzzle
3. RPG	3. Combat City Builder
4. Endless Runner	4. Sports
5. Simulation	5. Shooter

### ACTIVE HANDHELD GAMERS [PS VITA, 3DS, 2DS, DS, PSP]



FEMALE FAVORITE HANDHELD GAMES	MALE FAVORITE HANDHELD GAMES
1. Arcade	1. RPG
2. RPG	2. Action
3. Micro/Social Simulation	3. Arcade
4. Action	4. Puzzle
5. Racing	5. Fighting

### ACTIVE CONSOLE GAMERS [PS4, XBOX ONE, WII U, PS3, XBOX 360, WII]



FEMALE FAVORITE CONSOLE GAMES	MALE FAVORITE CONSOLE GAMES
1. RPG	1. Action
2. Action	2. Shooter
3. Shooter	3. RPG
4. Arcade	4. Fighting
5. Fighting	5. Arcade

La ESA<sup>44</sup> ha analizzato i dati demografici dei giocatori americani nell'aprile 2016, sulla base di un cluster di più di 4000 nuclei familiari. Essi risultano essere così ripartiti: sul totale, il 59% sono uomini e il 41% donne, di cui è stata osservata un'uguale distribuzione anagrafica. Esse si dividono a metà in termini di età: 50%

<sup>43</sup> Nofziger H., 30 ottobre 2014, *Platform, not gender, drives gamer differences* – EEDAR, gamesindustry.biz: <http://www.gamesindustry.biz/articles/2014-10-30-platform-not-gender-drives-gamer-differences-eadar>

<sup>44</sup> Entertainment Software Association

al di sotto dei 35 anni e 50% al di sopra. Inoltre, l'età media della giocatrice è di 44 anni, rappresentando una fetta significativamente più grande rispetto ai giocatori maschi dai 18 anni in giù: si parla del 31% di donne contro il 17% dei ragazzi.<sup>45</sup>

In Canada, la situazione non è diversa: risulta dal rapporto stilato da ESAC del 2015 che i giocatori canadesi si dividono così per genere: 52% maschi e 48% femmine<sup>46</sup>, senza denotare dunque delle disparità quantitative notevoli.

In Italia, la situazione risulta essere ancora più interessante per quanto riguarda la quantità di donne videogioatrici: i dati AESVI<sup>47</sup> 2015 mostrano che, su un totale di 25.448.000 giocatori dai 14 anni in su (circa il 49,7% della popolazione italiana), si ha una parità totale nella distinzione di genere: 50% uomini e 50% donne, cresciute del 5% rispetto al 2011. In particolare, su un totale di 14,9% di casalinghe italiane, il 12,7% è videogioatrice, dunque quasi la totalità delle donne occupate nel mantenimento di casa e famiglia dedica parte del suo tempo anche all'attività videoludica.<sup>48</sup>

Qualche passo è stato mosso verso l'uguaglianza di rappresentazione di genere nei videogiochi, anche se il cammino in questa direzione è parecchio lungo da percorrere. Nel frattempo, la situazione è variata di molto anche dal punto di vista dei fruitori di questi prodotti. Come è stato osservato, nell'ambiente gaming le donne non sono più una minoranza, bensì a parità o quasi degli uomini. Nonostante ciò, i pregiudizi e gli stereotipi sono molto difficili da sradicare, come si può notare facilmente nell'ambiente del web, tra siti news, blog e piattaforme di streaming.

### 1.3 I fenomeni in rete: le giocatrici fra internet e videogames

Il mondo videoludico è legato in maniera sempre più salda a uno dei principali canali di comunicazione dell'epoca moderna, il Web. La relazione che

---

<sup>45</sup> Dati estratti da ESA, 2016, *Essential facts about the computer and video game industry*

<sup>46</sup> Dati estratti da ESAC, 2015, *Essential facts about the Canadian video game industry*

<sup>47</sup> Associazione Editori Sviluppatori Videogiochi Italiani

<sup>48</sup> Dati estratti da AESVI, 2015, *I videogiochi in Italia nel 2015. Dati sul mercato e sui consumatori*

intercorre tra i due ambiti è dovuta sia alla presenza di giochi disponibili unicamente online, sia all'ibridazione tra gioco ed estensioni online. È il caso di servizi quali Steam, i collegamenti tra PlayStation 4 e i social network o la ricerca in browser direttamente disponibile dalla console, un servizio online simile per Xbox.

È proprio grazie all'ampio riflesso nel web che si possono trovare centinaia di informazioni, più o meno valide, fornite da fonti sia *top-down* che da *user generated contents*, circa videogiochi, console, eventi e molte altre informazioni ancillari circa questo ambito. Internet non è dunque affatto slegato dall'ambito videoludico, soprattutto per quanto riguarda il mondo di blog, siti e social network dedicati a videogiochi e ad argomenti ad essi associati.

### 1.3.1 Analisi dei contenuti web iconici e testuali

Per proseguire l'analisi in campo sociologico circa la concezione femminile nel mondo videoludico, è possibile analizzare anche i contenuti web dal punto di vista della stereotipizzazione delle giocatrici, poiché i contenuti in rete offrono numerosi spunti di riflessione sul tema.

Prima di procedere con l'analisi di alcuni testi pubblicati online, è bene ricordare che la questione del *gender divide* in fatto di utenza di internet è ormai superata. La differenza di accesso alla rete era dovuta alla convinzione per cui le donne, fino all'epoca della rivoluzione industriale inglese, erano associate più all'emotività e all'irrazionalità, mentre gli uomini intendevano dominare solo con la ragione e con metodi logico-scientifici il mondo circostante.

Per questi motivi, si considerava marginale il pensiero femminile, una condizione che ha comportato grandi difficoltà alle donne in particolare nell'inserimento in studi e lavori annessi agli ambiti scientifici, ostacoli posti anche in questo caso dai pregiudizi culturali nei confronti del genere femminile. Solo ultimamente, il *gender divide* si sta progressivamente annullando, con l'ingresso di una percentuale sempre in crescita da parte del pubblico rosa, che

desidera uscire dall'isolamento sociale e rompere il pregiudizio per cui i mezzi tecnologici siano prevalentemente di dominio maschile. Oltretutto, vanno a formare delle comunità virtuali, sia all'interno di social network, che in blog e forum, dedicati a svariati argomenti. Nel caso della presente ricerca, è possibile individuare diversi gruppi Facebook dedicati unicamente alle donne, quali *Ragazze Orgogliosamente Nerd (R.O.N.)*, *Gamer Girls*, *Girl Gamer Italia* ♥ (*GirlsOnly*), *ITALIAN GIRLS COMMUNITY PS4 (only girls pls)*, *Gamer girl\* club* e altri ancora, che verranno analizzati nel corso della presente tesi.

Un aspetto fondamentale da sottolineare tra le caratteristiche di questi gruppi, è spesso la dicitura presente nel nome stesso del gruppo, o nelle descrizioni e/o regolamenti stabiliti all'interno di essi: si richiede in maniera più o meno categorica che i membri siano solo ragazze e donne. Si assiste quasi ad un fenomeno di esclusione uguale e contrario a quello manifestato dal pubblico maschile nei confronti di quello femminile in ambito videoludico. L'orgoglio e la specificità di essere videogioatrici guida questi utenti a formare delle comunità chiuse, quasi delle sette, per mantenere privata la comunicazione e lo scambio di opinioni tra sole donne.

Questa scelta non deve però essere vista solo come una rivalsea nei confronti dei ragazzi, che in alcuni casi tendono a denigrare i membri femminili di questi gruppi o a non considerarne le opinioni in fatto di videogiochi; la decisione è stata presa soprattutto per scambiare pareri all'interno di un gruppo meno vasto, e quindi più facilmente gestibile, così come per evitare proprio commenti inappropriati e fuori luogo da parte di utenti maschili che intervengono talvolta per il puro piacere di infastidire gli altri membri.

Tali analisi confermano che il gap determinato dal *gender divide* nell'uso di internet si è sempre più assottigliato negli anni, sia in Italia che all'estero, nella fascia di utenza adulta. In particolare, quasi nulla è la differenza nell'utenza di età

5-24 anni, mentre sono addirittura le navigatrici femmine a superare i maschi di età 11-14 anni.<sup>49</sup>

Inoltre, risulta da una tesi sostenuta dalla sociologa Adele Pesce, che le donne possiedono uno stile cognitivo “particolarmente adatto a interagire con le nuove tecnologie della comunicazione”<sup>50</sup>, aspetto che facilita loro il compito di avvicinarsi a Internet in modo più facile e immediato. Questo fenomeno ha permesso un assottigliamento del gap fra utenti maschili e femminili in tempi relativamente brevi.

Procedendo ora con un’analisi di alcune ricerche effettuate in rete, si possono prendere a campione i risultati ottenuti lanciando una ricerca relativa a un primo tipo di testo relativo al sessismo e alla rappresentazione sessuata delle videogioatrici: esse possono diventare soggetti di disegni, foto e fan art. Questi contenuti sono spesso l’esaltazione della sopracitata categoria di “gioatrici apparenti”. È proprio l’apparenza a giocare un ruolo dominante in questa tipologia di utenti, sia dal punto di vista prettamente fisico, che di supposta attività di videogioatrici.

Da una parte infatti, sono molte le immagini che ritraggono ragazze in abiti succinti, che ritraggono spesso personaggi di videogames, o indossano proprio i panni dei loro eroi ed eroine, mentre sono di fronte allo schermo di un pc o un televisore alle prese con un videogame. In virtù degli sviluppi tecnologici più recenti, le ragazze indossano anche una cuffia con microfono, per poter partecipare alle chat in tempo reale mentre giocano online o per registrare il proprio commento a un gioco, qualora fossero alle prese con un gameplay da caricare online in un secondo momento. In questo caso, viene usata talvolta anche una webcam che le riprende, come accade non di rado agli *youtuber* che vogliono condividere in rete i propri contenuti.

---

<sup>49</sup> Indagine Multiscopo Istat, *Come cambia la vita delle donne (2004-2014)* in Dara V., 11 gennaio 2016, *Differenze di genere? Non nel digitale: le donne guidano la crescita italiana*: <http://www.insidemarketing.it/differenze-genere-non-nel-digitale-le-donne-guidano-la-crescita-italiana/>

<sup>50</sup> Pesce Adele, 2005, *Le pagine gialle delle nuove professioni per le ragazze (e anche per i ragazzi)*, ENAIP, Bologna in Capecchi S., 2006, *Identità di genere e media*, Carocci, Roma.

Le critiche mosse nei confronti di questa tipologia di utenti vertono soprattutto sulle motivazioni che spingono le ragazze a condividere i loro momenti videoludici con il pubblico in rete. Si è dunque creato lo stereotipo secondo cui queste giocatrici, o almeno parte di esse, non abbiano un'elevata conoscenza e abilità con i videogiochi e che si dedichino allo streaming, alla registrazione di gameplay e al caricamento di questi video anche in diretta sul sito Twitch per il semplice scopo di essere notate, ricevere complimenti da parte del pubblico maschile e, come effetto secondario, conoscere nuove persone per scopi diversi dalla condivisione della passione per il videoludico.

Inutile dire che lanciando una ricerca nel web con le parole “gamer girl”, tra i primissimi suggerimenti si trova la chiave di ricerca “gamer girl twitch”, il cui primo risultato testuale è l'articolo *10 OF THE HOTTEST STREAMER GIRLS ON TWITCH #1*<sup>51</sup>. Altri risultati propongono notizie relative a ragazze bandite dalla piattaforma di streaming per aver approfittato delle trasmissioni live via webcam per atteggiamenti scorretti, quali la messa in mostra di parti intime, anche per pochi istanti.

Generalmente, i risultati ottenuti lanciando questa ricerca e altre simili permettono di reperire questa tipologia di notizie, che non fanno che dar credito all'idea per cui le ragazze approfittino di poter stare di fronte a una webcam, riprendendosi in diretta su un sito di videogiochi come Twitch per mascherare la volontà di mostrarsi con finalità pornografiche, quando ultimamente il risultato frequente pare sia la messa in mostra del proprio corpo seminudo.

L'analisi può proseguire osservando invece i risultati testuali che si reperiscono, digitando poche parole chiave in un browser, come “personaggi donne videogiochi”. Lanciando una ricerca con questi termini, la prima pagina di risultati riporta quasi sempre il termine “sexy”, “più belli” nei titoli di articoli proposti.

---

<sup>51</sup> Ricerca effettuata il 16 settembre 2016: <http://hbnbm.com/blogs/news/44439173-10-of-the-hottest-streamer-girls-on-twitch-1>

I principali trattano temi legati non solo alla bellezza delle donne virtuali, ma anche della loro bravura in questo campo ed equiparandole agli uomini, oltre che proporre i personaggi più famosi della produzione ludica commerciale, dagli albori ad oggi.<sup>52</sup>



Scorrendo fra i primi dieci risultati, si trovano però anche titoli di articoli che si pongono in maniera piuttosto critica nei confronti delle cosiddette “finte nerd”<sup>53</sup>, giocatrici che si manifestano come conoscitrici del mondo videoludico solo per apparire favorevolmente agli occhi del pubblico maschile (talvolta anche femminile). Aspetto ancora più interessante, alcuni di questi pezzi sono scritti da donne, che criticano altre donne, a ragion veduta o meno.

Il fatto che articoli di questo tipo siano redatti da donne, per quanto nel corpo del testo non vi siano sempre attacchi espliciti alle suddette “finte nerd”, è indice di come la situazione sociale in ambito videoludico sia davvero particolare per le videogiocatrici. Sembra infatti che questa fetta di consumatori del medium videoludico si possa dividere almeno in due parti: giocatrici appassionate, che si dedicano al gioco più o meno assiduamente e in ogni caso perché lo desiderano, e giocatrici apparenti, ossia tutte coloro che si dedicano al gioco solo per motivi di accettazione e apparenza in società. È soprattutto quest’ultima categoria a suscitare l’interesse della critica e a diventare oggetto di testi pubblicati online.

---

<sup>52</sup> Ricerca effettuata il 16 settembre 2016 nel browser Google Chrome.

<sup>53</sup> Antonicelli S., 2015, *Una lista di videogiochi belli per tutte le finte nerd*: <http://www.softrevolutionzine.org/2015/videogiochi-protagoniste-femminili/>

A proposito di donne rappresentate come oggetti sessualizzati per attirare il pubblico maschile, un altro articolo redatto da un'autrice può essere qui proposto come esempio di analisi di come le stesse donne siano coscienti dello stereotipo alla base di scelte precise nell'ideazione dei personaggi virtuali. In *“Le donne nei Videogiochi”*, un pezzo scritto da un'utente del sito [oldgamesitalia.net](http://oldgamesitalia.net), l'autrice afferma di essere assolutamente cosciente dei motivi per cui l'industria videoludica sceglie più spesso le figure maschili come principali:

“proprio ultimamente si è scoperto che se il protagonista di un VG è donna, il budget per il marketing viene più che dimezzato, perché “i personaggi femminili non vendono”, visto che “la maggior parte dell'utenza dei videogame è composta da maschi”. Quindi un PG principale femminile è già considerato un handicap.”<sup>54</sup>

Sostenendo il pensiero esposto finora, anche l'autrice trova sconcertante tale situazione, oltre a sottolinearne lo squallore e la pochezza di creatività e sensibilità dei creatori, poiché

“non fatico a credere che i videogiochi con protagonisti femminili vendano di meno, proprio per via del sessismo imperante (o della poca elasticità mentale, per usare un eufemismo, di molti giocatori maschi). Ed è anche vero che moltissime personaggi femminili nei videogiochi - come anche in cinema e letteratura - sono costruiti per seguire degli stereotipi quasi sempre denigratori per la donna”.

L'utente del forum però va oltre questa semplice visione estetica delle donne nei videogames, per proporre una problematica che va al di là della questione del sessismo nei videogiochi. Il quesito che pone a se stessa e ai lettori è: *“se il personaggio in sé è un \*buon personaggio\*, che importa che sia o meno maschilista?”*. È in effetti una domanda importante, che va a colpire uno degli aspetti in parte già toccati nell'analisi finora condotta: siamo spesso in presenza di

---

<sup>54</sup> Utente Gwenelan, 2013, *Le donne nei Videogiochi. Il parere di una videogiocatrice*: <http://www.oldgamesitalia.net/articoli/le-donne-nei-videogiochi>

personaggi femminili che vengono inseriti in un gameplay con i connotati sessuali marcati e, al contrario, con un carattere e un'identità poco o nulla delineata.

Per quanto una donna possa essere presentata esteticamente attraente per il pubblico maschile, è altresì importante che abbia una caratterizzazione tale da renderla interessante, altrimenti si rischia di cadere nella totale indifferenza da parte del pubblico delle videogiocatrici, o ancora peggio nell'occhio del ciclone delle critiche contro il maschilismo imperante nelle opere videoludiche (almeno fino all'epoca della scrittura dell'articolo).

Sempre a proposito di forum, un esempio di come i preconcetti sulla donna videogiocatrice sono ancora molto attuali viene fornito da una discussione<sup>55</sup> aperta su Forumeye.it, un sito dedicato ai videogiocatori italiani, dove di recente un utente ha chiesto se ci fossero anche ragazze videogiocatrici. La discussione, che ha provocato la risposta di una o due utenti femminili, ha portato anche ad alcuni commenti cinici e stereotipati.

Questi non riguardano solo le opinioni delle ragazze “dal comportamento discutibile” che si possono trovare sul sito Twitch, ma anche la reazione di un utente che ha chiesto alla videogiocatrice palesatasi (utente Sibilla82) di mostrare una foto di sé per dimostrare di essere davvero una donna, altrimenti si sarebbe pensato ad un *fake*. Perché dover chiedere a una donna di dimostrare di esserlo veramente e non porsi questo problema nei confronti di un uomo? Solo perché le donne sono una minoranza, dietro l'immagine di un avatar e un nickname si deve necessariamente nascondere un videogiocatore che finge di essere una delle poche utenti femminili presenti nel forum?

La discussione prosegue commentando l'esiguo numero di videogiocatrici, sia nel forum che in generale, e si possono leggere anche risposte che puntualizzano alcune differenze tra le utenti in questione, ritornando alla differenza tra giocatrice per passione e giocatrice per attirare le attenzioni maschili:

---

<sup>55</sup> <http://forum.everyeye.it/invision/index.php/topic/770786-videogiocatrici-femmine/>

“Attenzione però a non scambiare quelle che si fingono videogioatrici solo per avere lo stuolo di maschietti sbavanti che gli mettono "mi piace" sotto ogni foto e le riempiono di commenti. Quelle non sono videogioatrici, sono tizie furbe che han capito che l'essere videogioatrici/nerd fa gola, e anche quando non sono tutta questa bellezza di botto diventano meravigliose solo perché si fanno una foto mentre fingono di giocare a qualcosa.”<sup>56</sup>

Sembra dunque che tutti i giocatori siano uguali tra loro, senza particolari distinzioni, soprattutto per quanto riguarda la catalizzazione dell'attenzione altrui su di sé, mentre le gioatrici devono quasi necessariamente ricadere in una delle due condizioni. Questa differenza fondamentale fa quasi pensare a una sorta di “razzismo videoludico”, dove l'attività del videogioicare pare essere normale per qualsiasi utente maschile, mentre la giocatrice sembra che debba porre attenzione al proprio comportamento per cercare di rientrare nella categoria che meglio la rappresenta agli occhi (maschili e non) della comunità videoludica.

I post nella discussione proseguono affrontando il tema della questione “giochi maschili – femminili”, una distinzione basata (da parte di questi utenti) solo sul protagonista: ad esempio, la saga di *Uncharted* sarebbe “maschile” perché il personaggio principale è Nathan Drake, al contrario di *Tomb Raider*, che vede protagonista l'archeologa sopracitata Lara Croft. Questa opinione è stata data proprio dall'utente donna che si è “rivelata” nella discussione; in risposta, un utente dice che questo tipo di distinzione non ha motivo di esistere.

Per concludere, si apre un dibattito in seguito ad un commento dell'utente Loxaerion, il quale scrive:

“Perdonatemi, non intendo sembrare maschilista ma da quella che è stata la mia esperienza nei mmorpg o più comunemente nei giochi online, una ragazza su team speak nel gruppo il più delle volte "fa danni". Ma attenzione, non necessariamente per colpa sua, ma anche a causa del "maschio medio": improvvisamente non c'è più quella sorta di sincerità in cui anche ci si urla dietro o comunque ci si dice qualcosa di rimprovero. [...] non sono contro alla loro presenza nei giochi online, anzi ne ho trovate un paio di simpatiche, ma secondo la mia esperienza espressa in piccola parte sopra, non posso fare a meno di sbuffare quando me ne ritrovo qualcuna su TS... Quando è la

---

<sup>56</sup> Utente Genocide, 8 settembre 2016: <http://forum.evereye.it/invision/index.php/topic/770786-videogioatrici-femmine/page-2>

moglie/compagna di qualcuno è perfino peggio, perchè se durante una partita sparisce lei sparisce anche la controparte maschile”<sup>57</sup>

Le risposte in merito sono state diverse, la maggior parte in contrasto con quanto sostenuto dall’utente. La sua visione della giocatrice nei giochi di ruolo è stata in parte confutata da altre opinioni che considerano questa visione una generalizzazione, o semplicemente un’affermazione non riscontrata da altri. Si giunge così alla conclusione che aderisce alle teorie e studi mostrati sinora in questa tesi, in un commento scritto da Sibilla82, che ha raccolto diverse condivisioni:

“a casa mia i miei genitori non hanno mai giocato ai videogames, quindi ovviamente non mi hanno introdotto a niente... Io e mia sorella (più piccola) però abbiamo sempre giocato ...dal GameBoy alla playstation... Diciamo che per la mia esperienza hanno fatto la differenza gli amici/amiche che frequentavano.... Loro giocavano e io per curiosità ho voluto provare e da lì mi sono appassionata...

È inutile negare che la maggioranza di pubblico sia maschile e questo le case produttrici lo sanno bene...per cui nessuno investe su un prodotto di nicchia riservato a un pubblico piccolo non ben definito e molto vario (nel senso che non si comprende bene quale sia il genere di maggior appeal) come quello delle ragazze. [...] Forse qualche gdr potrebbe essere più convincente, soprattutto se jrpg [...] A parer mio è più semplice che accada se si ha un fratello che gioca in casa, amici o un fidanzato...che a forza di vederli giocare magari ti viene voglia di capire cosa li appassioni tanto (a me è successo così).

[...] forse è ancora uno scoglio culturale, videogame=ragazzi...pensano che sia una perdita di tempo, che siano stupidi e violenti...ma in realtà non ci hanno mai provato... [...] non sanno quello che si perdono”<sup>58</sup>

Un ultimo spunto di riflessione viene dato dal commento dell’utente nith, il quale si chiede se ci siano delle differenze di gusti dovuti a propensioni naturali da parte di uomini e donne: da una parte l’interesse per i giochi di logica, apprezzati dal pubblico maschile, dall’altra la volontà di esplorare e giocare per passione e per divertimento, dove non è necessario vincere. Sono pensieri che riprendono

---

<sup>57</sup> Utente Loxaerion, 9 settembre 2016: <http://forum.evereye.it/invision/index.php/topic/770786-videlogiatrici-femmine/page-3>

<sup>58</sup> Utente Sibilla82, 9 settembre 2016: <http://forum.evereye.it/invision/index.php/topic/770786-videlogiatrici-femmine/page-4>

ancora una volta quanto affermato dagli studiosi, dunque se queste considerazioni vengono condivise anche da persone esterne al campo di ricerca, può significare che abbiano effettivamente una fondatezza e validità, non solo teorica ma anche pratica.

In conclusione, è possibile affrontare un discorso di gender divide anche in forum frequentati da utenti che non siano necessariamente appartenenti all'ambito di ricerca e studio sociologico o videoludico, notando come anche i giocatori "comuni" siano in grado di analizzare la questione andando oltre il semplice stereotipo che si era palesato all'inizio della discussione. Nonostante questo, rimane invariata la situazione globale: ci sono sicuramente differenze di approccio ai videogiochi tra uomini e donne, seppure questa considerazione sia generalizzante, ma gli stereotipi e lo stigma nei confronti dell'universo giocatore femminile permangono, in particolare nelle prime risposte alla discussione, quelle probabilmente più istintive e dettate da scarsa o nulla riflessione sull'argomento.

Si nota infatti come lo spessore della discussione aumenti in maniera proporzionale alla crescita del numero di post, quindi in un momento in cui ci si allontana dalla domanda iniziale piuttosto semplicistica, basata sulla quantità di donne presenti nel forum, e ci si avvicina a una maggiore riflessione approfondita sul tema dibattuto.

Si può infine riportare un'ultima opinione in merito alla stereotipizzazione della donna viene rilasciata da Fjona Cakalli, CEO della rivista online *Games Princess*, di cui si discuterà ampiamente più avanti nella presente tesi.

In questo pezzo, si fa riferimento al pre-lancio di un capitolo della saga di *Assassin's Creed, Unity*, e alle polemiche dovute al fatto che ancora una volta non fosse stata prevista una protagonista femminile. A questa bufera, l'autrice risponde andando oltre la "semplice" questione sessista, affrontando così il problema della disparità di rappresentazione di genere:

"[...] io, in quanto donna, di solito stabilisco se un gioco mi convince sia tecnicamente che emotivamente solamente giocandolo. E questo succede a prescindere dal fatto che i personaggi siano uomini oppure donne perché

quello che conta, per me, è che alla fine il gioco funzioni e che sia in grado di soddisfarmi, giustificando il tempo che ho deciso di concedergli. Si tratta di qualità dell'esperienza, di coerenza della narrazione e della capacità degli sviluppatori di farmi immergere all'interno della nuova avventura che hanno costruito mese dopo mese.

[...] Non c'è niente di offensivo nell'inserire esclusivamente personaggi maschili in un gioco. [...] non troverò meno immersivo un titolo per via del sesso del protagonista. Non è e non sarà mai questo a rovinare l'esperienza di gioco.”<sup>59</sup>

Se quindi per la Cakalli non è importante il sesso del protagonista, è invece importante il modo in cui vengono trattate le donne nel videoludico. Sostiene che, anche per una donna, si dovrebbe creare una storia definita e appetibile per le videogioatrici. Ma anche lei, come affermato in precedenza nell'articolo di Gwenelan, arriva alle stesse conclusioni: il problema è soprattutto di marketing, quindi di numero di vendite. Conclude così il suo pezzo:

“Dei videogiochi per signora venderebbero bene? Probabilmente no e le stesse software house, nonostante le idee siano buone [...], spesso ammettono che i videogiochi con protagonisti femminili non vendono abbastanza.”

Singolare è il caso di una bambina di quattro anni, Riley Maida, ripresa in un video mentre si dimostra sconcertata per la distinzione di genere tra giochi in un negozio. La piccola infatti tiene questo “discorso” in una giocheria, dove i reparti sono organizzati in modo da distinguere il “genere” dei giochi. Una differenziazione sottolineata anche dall'uso dei tipici colori rosa e azzurro. Proprio queste diversità hanno portato allo sfogo della bimba, la quale, ripresa dal padre, dice:

“Would it be fair for all the girls to buy princesses and the boys to buy superheroes?” Because girls want superheroes AND the boys want superheroes! [...] Some girls want superheroes, some girls want princesses. Some boys want superheroes, some boys want princesses. Why do all the

---

<sup>59</sup> Cakalli F., 22/06/2014, *Donne e videogiochi: una skin non basta – editoriale. Ma qualcuno ha chiesto alle donne che ne pensino davvero?:* <http://www.eurogamer.it/articles/2014-06-22-donne-e-videogiochi-una-skin-non-basta-editoriale>

girls have to buy pink stuff, all the boys have to buy all the other colours stuff?”<sup>60</sup>

È un video di soli 71 secondi, ma le parole pronunciate da una bambina, per giunta così piccola, fanno riflettere su come un esempio di appartenente alla cosiddetta “generazione Z” trovi assurdo che ci debbano essere distinzioni stereotipate anche nella semplice disposizione dei prodotti. Riley probabilmente all’epoca del video (2011) non aveva passato in rassegna la sezione dedicata ai videogiochi; in quel caso, avrebbe notato la forte disparità tra quelli targettizzati in modo specifico per ragazze (solo la serie di videogiochi *Imagine* sviluppata da Ubisoft per diverse console Nintendo, Wii e Microsoft Windows) e l’infinita quantità di titoli per ragazzi. In quel reparto non c’è bisogno di indicare con colori e altre strategie la distinzione di genere, vista la predominanza indiscussa dei prodotti per maschi, o prodotti che si presume siano per loro.<sup>61</sup> Non bisogna escludere infatti che le ragazze si siano ormai avvicinate a generi e titoli videoludici che si credeva fossero ad uso esclusivo di ragazzi,<sup>62</sup> anche se la discriminazione nei confronti del pubblico femminile ha saputo raggiungere livelli eclatanti, fino a casi discussi a livello mondiale.

#### 1.4 I casi di discriminazione

Se i fenomeni di discriminazione finora analizzati riguardano la situazione generale vissuta dal mondo femminile in ambito videoludico, così come di persone “comuni” attive nella rivendicazione del proprio status di giocatrice, è importante ai fini della ricerca anche analizzare casi di persone ed eventi che hanno catalizzato l’attenzione pubblica in virtù della loro significatività. In questo modo infatti, è possibile notare similitudini e divergenze tra fenomeni di

---

<sup>60</sup> Riley on Marketing : <https://www.youtube.com/watch?v=-CU040Hqbas>

<sup>61</sup> Pitts R., Leone M., 2013, Unraveling the story behind the stereotype of video games being for boys, Polygon: <http://www.polygon.com/features/2013/12/2/5143856/no-girls-allowed>

<sup>62</sup> Per dati specifici sull’uso e consumo di generi e titoli da parte del pubblico femminile, si rimanda ai risultati delle indagini quanti-qualitative nel capitolo 4.

discriminazione che passano inosservati e casi che hanno avuto risonanza mediatica.

#### 1.4.1 Anita Sarkeesian

Un primo esempio riguarda Anita Sarkeesian, una critica femminista canadese che ha aperto nel 2009 il suo sito *Feminist Frequency*, con l'obiettivo di rendere più accessibile la critica femminile nel mondo online. Il sito viene così definito:

“a not-for-profit educational organization that analyzes modern media's relationship to societal issues such as gender, race, and sexuality.”<sup>63</sup>

La donna lo ha lanciato per potervi pubblicare video e commenti con il desiderio di analizzare la cultura popolare e gli stereotipi di genere a sfavore dell'universo femminile. Riconosce infatti quante siano le possibilità concesse dai mezzi di comunicazione virtuali e tecnologici; in effetti, tutta la sua attività, così come la vicenda legata alle molestie da lei subite, ruota attorno al mondo del digitale e dell'online. Un aspetto che fa riflettere ancora una volta su come la dimensione virtuale abbia un peso notevole e delle ricadute sulla vita reale.

La Sarkeesian è inoltre regista e autrice della celebre serie di video *Tropes VS Women: Women in Video Games*, realizzata appositamente per analizzare come i personaggi femminili nei videogames siano oggetto di stereotipia.

Per finanziare questo progetto, nel 2012, la donna lanciò una campagna Kickstarter, durante la quale fu oggetto di duri attacchi misogini da parte di uomini che speravano di mettere a tacere le sue opinioni, peraltro non ancora espresse.

Come risultato, la campagna ottenne un'ampia copertura mediatica e la donna venne supportata per realizzare questo progetto, con donazioni che hanno raggiunto quasi 160 mila dollari ad oggi<sup>64</sup>. Da evidenziare come la volontà di soffocare la voce femminile nella critica alla sua condizione, spesso disuguale e

---

<sup>63</sup> <https://feministfrequency.com/about/>

<sup>64</sup> Dati aggiornati al 19 settembre 2016: <https://www.kickstarter.com/projects/566429325/tropes-vs-women-in-video-games/description>

svantaggiata rispetto a quella maschile, sia a livelli così elevati da reagire prima ancora che tale critica avvenga. Questi attacchi sono avvenuti online: da una parte, la sua pagina Wikipedia è stata modificata, aggiungendo insulti, termini volgari e razzisti, così come immagini e link a carattere pornografico<sup>65</sup>.

Dall'altro lato, la provocazione è continuata su Twitter<sup>66</sup>, da parte di un uomo che sembrava conoscere l'indirizzo di casa della donna e che aveva descritto come avrebbe voluto ucciderla.

I messaggi stavano diventando sempre più duri e minacciosi durante la pubblicazione dei video su YouTube (nemmeno questi erano stati risparmiati da critiche e commenti sessisti, tanto da dover obbligare la Sarkeesian a disabilitare la possibilità di commentarli, ancora oggi<sup>67</sup>). Di conseguenza, la vittima è stata obbligata a contattare le forze dell'ordine e ad abbandonare temporaneamente la sua abitazione, twittando quanto stava accadendo:

“Some very scary threats have just been made against me and my family. Contacting authorities now.”<sup>68 69</sup>

Anita Sarkeesian, all'epoca della campagna di fundraising per la serie di video da lanciare su YouTube, era già nota come attivista in vari progetti a sfondo chiaramente femminista, primo fra tutti il sopracitato sito *Feminist Frequency*, così come la partecipazione alla stesura del saggio *Buffy vs. Bella: The Re-Emergence of the Archetypal Feminine in Vampire Stories* nel 2011 e la partecipazione a diverse conferenze<sup>70</sup> che l'avevano resa nota al pubblico come femminista convinta e ferma nel suo intento di dare voce alla rappresentazione negativa subita dalle donne. Probabilmente, la fama della donna ha facilitato lo

---

<sup>65</sup> [https://i.kinja-img.com/gawker-media/image/upload/s--18xDU0Sg--/c\\_fit/fl\\_progressive/q\\_80/w\\_636/17pi6gzlncu6ojpg.jpg](https://i.kinja-img.com/gawker-media/image/upload/s--18xDU0Sg--/c_fit/fl_progressive/q_80/w_636/17pi6gzlncu6ojpg.jpg)

<sup>66</sup> [https://pbs.twimg.com/media/BwEefh5IcAAG\\_ob.jpg:large](https://pbs.twimg.com/media/BwEefh5IcAAG_ob.jpg:large)

<sup>67</sup> Rilevazione eseguita il 19 settembre 2016: video *Damsel in Distress – Part I* [https://www.youtube.com/watch?v=X6p5AZp7r\\_Q](https://www.youtube.com/watch?v=X6p5AZp7r_Q)

<sup>68</sup> <http://www.polygon.com/2014/8/27/6075679/sarkeesian-driven-out-of-home-by-online-abuse-and-death-threats>

<sup>69</sup> <https://twitter.com/femfreq/media>

<sup>70</sup> [https://en.wikipedia.org/wiki/Anita\\_Sarkeesian#Harassment](https://en.wikipedia.org/wiki/Anita_Sarkeesian#Harassment)

scoppio delle critiche e ha portato al tentativo di metterla a tacere prima ancora che esprimesse le sue opinioni, dimostrando però l'ottusità di coloro che hanno dato luogo a questo fenomeno poiché non potevano sapere quali temi sarebbero stati affrontati e con quali toni e prese di posizione eventuali.

#### 1.4.1.1 Tropes VS Women: Women in Video Games: analisi e critica

In questo sottocapitolo, si procede con la presa in analisi della prima stagione di video *Tropes VS Women: Women in Video Games*, i cui video sono stati pubblicati tra il 2013 e il 2015, e la cui playlist di YouTube comprende anche alcuni video poi riproposti nella seconda stagione della serie.

I primi tre sono intitolati *Damsel in Distress*, andando a focalizzarsi in maniera particolare sulla stigmatizzazione e stereotipizzazione della figura femminile e affrontando sin da subito il tema che più sta a cuore alla Sarkeesian.

Si parte dunque con una presentazione del tema della damigella in pericolo nei videogiochi, ripreso da altri media precedenti quali il cinema e i fumetti. Tratta in particolare di come la donna, nel caso della principessa Zelda nell'omonima serie di videogiochi, venga considerata in maniera diametralmente opposta in base alle apparenze. Ciò significa che quando Zelda veste i panni maschili di Sheik nel capitolo *Ocarina of time* e del pirata Tetra in *The wind waker*. In entrambi i casi, la principessa riesce ad avere la meglio nell'azione, fugge e compie azioni che le permettono di proseguire nella storia, finché la sua vera identità non viene mostrata e dunque

“as soon as she transforms back into her more stereotypically feminine form of Princess Zelda, she's captured within three minutes. Literally three minutes. I timed it. [...] she's told that she's no longer allowed to accompany Link on the adventure, because it is suddenly too dangerous for her.”<sup>71</sup>

Inoltre analizza altri casi di videogiochi dove addirittura il protagonista maschile ottiene punti se picchia una donna, come nel caso di *Double Dragon*,

---

<sup>71</sup> video *Damsel in Distress – Part I* [https://www.youtube.com/watch?v=X6p5AZp7r\\_Q](https://www.youtube.com/watch?v=X6p5AZp7r_Q)

dove la vittima indossa abiti succinti e, nelle versioni più recenti in HD, si intravede la biancheria intima quando viene sollevata di peso dal protagonista.

È importante notare come il fine di Anita Sarkeesian di mettere in luce l'evidente stigmatizzazione della donna nella rappresentazione videoludica venga brillantemente supportato dai vari casi che presenta nei suoi video. È altrettanto fondamentale tenere conto dell'ammissione della stessa autrice della sua ammirazione per la saga di Super Mario e Zelda, quindi le sue affermazioni non sono originate da prevenzione negativa nei confronti di questi giochi. Tuttavia, la sua analisi critica e lucida dei contenuti delle saghe suddette mostra come il tema della riduzione della donna a oggetto e dalle abilità scarse o nulle sia di notevole rilevanza per lei, la quale sostiene che

“[...] these games do not exist in a vacuum. They are an increasingly important and influential part of our larger social and cultural ecosystem. [...] this trope is used in a real world context where backward, sexist attitudes are already rampant.”<sup>72</sup>

Un altro tratto peculiare che bisogna sottolineare in questa analisi, è la presenza ancora maggiore di violenza nei confronti delle donne in alcuni videogiochi recenti, rispetto agli albori, oltre alla maggiore sessualizzazione nella rappresentazione della figura femminile. Sembra infatti che la messa in pericolo della damigella da salvare non sia più una semplice condizione funzionale al gameplay, un escamotage per dare origine all'azione, ma che sia connotata da aspetti violenti: dalla violenza, al rapimento, fino all'assassinio.

L'uccisione della donna può avvenire sia da parte del nemico, sia causata dal protagonista stesso “per il suo bene”. Una rappresentazione della violenza che sembra sdoganarla e renderla un fatto normale, quasi elevato a benefico nei confronti della vittima, poiché viene presentata come l'unica possibilità di salvezza e di allontanamento dalle sofferenze della vita. Si arriva all'estremo assurdo in cui è la protagonista stessa a chiedere di essere uccisa, o per il suo bene,

---

<sup>72</sup> video *Damsel in Distress – Part I* [https://www.youtube.com/watch?v=X6p5AZp7r\\_Q](https://www.youtube.com/watch?v=X6p5AZp7r_Q)

o per permettere all'avatar del giocatore di proseguire nel gameplay. Alcune volte, la donna addirittura ringrazia il suo assassino per averle tolto la vita.

Questo tema presente nei videogiochi fa riflettere molto, soprattutto in un clima attuale di preoccupazione per il numero di donne oggetto di omicidi (più di 160 dal 2015, di cui più di 60 omicidi solo nel 2016)<sup>73</sup>. All'epoca dei video, Anita Sarkeesian afferma che

“Every nine seconds a woman is assaulted or beaten in the United States, and on average more than three women are murdered by their boyfriends, husbands or ex partners, every single day”.<sup>74</sup>

Non è possibile pensare che queste scene e temi inseriti nei giochi vengano percepiti in maniera totalmente neutrale da parte del pubblico, poiché come già detto, anche questi prodotti sono un mezzo di comunicazione potente, sia per tipologie di soggetti e argomenti trattati, sia per copertura mediatica in costante crescita (basti osservare i dati sopra riportati della crescita del pubblico femminile).

Quello che si vuole portare alla luce con questa analisi non è tanto il fatto in sé della morte e sofferenza della donna, poiché sono fatti sia naturali e facenti parte della vita reale; il problema è il modo in cui la morte, soprattutto violenta, delle donne viene proposta al pubblico. Non tutti i videogiochi affrontano questo tema in maniera oscura e voyeuristica: ci sono casi come quello di *Dear Esther* (2012) o *To the moon* (2011), dove l'argomento della sofferenza, della perdita di qualcuno viene affrontato in modo più autentico e aderente alla realtà, ma rimangono casi isolati e prodotti da software house indipendenti, quindi di nicchia.

L'analisi della Sarkeesian prosegue affrontando dei casi in cui si parla anche di “Dude in distress”, dove i ruoli si scambiano e la donna diventa protagonista;

---

<sup>73</sup> Redazione ANSA, 3 agosto 2016, *Femminicidi: da Sara a Vania, le donne bruciate*, [http://www.ansa.it/sito/notizie/cronaca/2016/08/02/femminicidi-da-sara-a-vania-le-donne-bruciate\\_92fc284e-b5ed-40f9-8461-e8b5c15744b8.html](http://www.ansa.it/sito/notizie/cronaca/2016/08/02/femminicidi-da-sara-a-vania-le-donne-bruciate_92fc284e-b5ed-40f9-8461-e8b5c15744b8.html)

<sup>74</sup> Sarkeesian A., 2013, *Damsel in Distress: Part 2 - Tropes vs Women in Video Games*: [https://www.youtube.com/watch?v=toa\\_vH6xGqs](https://www.youtube.com/watch?v=toa_vH6xGqs)

ancora una volta, però, le rappresentazioni sono stereotipate e l'uomo non sembra essere davvero in difficoltà. Anche quando sembra ci possano essere dei cambiamenti nella produzione narrativa videoludica, si scopre che il contenuto vero e proprio non è altro che una serie di preconcetti riportati in maniera più o meno camuffata: è il caso della principessa Peach in *Super Princess Peach* (2005), dove è lei l'eroina finalmente, ma i suoi superpoteri non sono altro che le sue emozioni e sbalzi d'umore.

Ci sono ovviamente anche altri casi dove la donna assume ruoli più decisi e meno stereotipizzati, ma sono molto rari.

La sequela di video prosegue con l'analisi di altri aspetti relativi alla creazione di donne nel videoludico, quali l'ideazione di parti fisiche come il fondoschiena femminile, a cui viene attribuita particolare attenzione nella scelta delle forme e dei vestiti, a differenza di quanto avviene per i personaggi maschili. Questo aspetto viene sottolineato per far comprendere come, ancora una volta, anche oggi, si dia importanza all'estetica femminile nei tratti fisici, nonostante questi non siano rivelatore del carattere o della personalità del personaggio e dunque l'attenzione al design non sia veicolato dal dovere di approfondire l'identità, ma a puro scopo di bellezza ed eccitazione maschile.

Anche l'angolazione e le riprese della videocamera scivolano facilmente lungo le parti del corpo femminile, mentre la maggior parte dei corpi maschili sono coperti da abiti che non lasciano intravedere le forme fisiche. Solo in pochi casi questo accade, ma questi non vengono enfatizzati dal modo di camminare del personaggio, come avviene invece per le donne, o anche nel design di copertina delle confezioni di videogiochi e nelle immagini di lancio dei prodotti.

Questa modalità di concepire il corpo femminile può rendere più difficile l'immedesimazione nel personaggio, poiché viene realizzato con movenze, costumi e fattezze poco naturali e chiaramente volti alla resa evidente dei tratti sessuali del corpo. La soluzione sarebbe quella di attribuire meno importanza a tali caratteristiche e concentrarsi maggiormente sulle capacità, abilità fisiche e

intellettive del personaggio, rendendolo più umano e naturale. Il risultato potrebbe essere la creazione di una figura quasi banale, non in grado di distaccarsi dalla realtà e quindi di permettere l'astrazione dal mondo reale, sia per scopo ludico, sia per accentuare e chiarire l'appartenenza a un mondo virtuale.

È anche vero, però, che queste rappresentazioni stereotipate e reiterate del femminile non permettono di dichiarare superato il gender divide nella creazione di personaggi virtuali.

Alcune osservazioni della Sarkeesian possono essere ritenute piuttosto ripetitive, soprattutto quando insiste sull'argomento dell'abbigliamento e delle movenze attribuite ai personaggi femminili, che li fanno sembrare piuttosto irreali e denotano una certa distanza dalla realtà, così come ritorna il sopracitato stereotipo della cosiddetta *bimbo*. Questa ripetitività può essere dovuta alla volontà di sottolineare il concetto; inoltre gli esempi riportati sono sempre diversi. L'analisi della rappresentazione della donna secondo lo sguardo maschile permette di introdurre il concetto di *male gaze*:

“The term *male gaze* was coined in 1975 by feminist film critic Laura Mulvey and refers to the tendency for the visual arts to assume, and be structured around, a presumed masculine viewer, or in this case, player. The male gaze manifests when the camera takes on the perspective of a stereotypical heterosexual man. [...] when the camera lingers, caresses, or pans across a woman's body.”<sup>75</sup>

Questo ennesimo concetto, teorizzato da una professionista cinematografica ed ereditato proprio da quell'ambiente, amplia e rende più completa l'analisi delle problematiche relative alla figura femminile nei videogiochi; uno studio eseguito da Anita Sarkeesian in modo preciso e puntuale, supportato da moltissimi casi concreti e osservazioni affatto banali.

Questa serie di video appena analizzata ha causato non pochi problemi alla sua creatrice: oltre ad aver provocato le molestie descritte in precedenza, l'ha resa

---

<sup>75</sup> Sarkeesian A., 2016, *Body Language & The Male Gaze - Tropes vs Women in Video Games*: <https://www.youtube.com/watch?v=QP0la9SEdXQ>

vittima di un caso successivo di provocazioni altrettanto famoso, il Gamergate, che ha coinvolto anche altre femministe in ambito videoludico.

#### 1.4.2 Il #gamergate

Una “guerra culturale”, combattuta a colpi di *tweets*, contro le sviluppatrici indipendenti e la loro visione femminista. Così sono state definite le controversie avvenute nell’agosto 2014, sotto le spoglie di post e commenti su diversi siti, prima di tutto sul social network Twitter, dove i tweet erano raccolti sotto l’hashtag #gamergate, ma anche altri servizi di chat, come Internet Relay Chat (IRC), e siti quali Reddit, 4chan e 8chan. Il termine è stato coniato dall’attore Adam Baldwin<sup>76</sup>, dopo che il movimento era stato definito *quinnspiracy* agli esordi. L’obiettivo principale di questi attacchi era difendere a tutti i costi i videogiochi in quanto percepiti come una dimensione esclusiva maschile, rifiutando che questi prodotti possano essere modificati nella loro essenza (finora, prevalentemente) machista e misogina per favorirne l’ingresso delle donne.

L’aspetto più fastidioso di questo caso è la volontà di contrastare e infastidire persone come la sviluppatrice Zoe Quinn con un falso pretesto, oltretutto a sfondo sessuale, per criticare il suo operato. In questa bufera mediatica e digitale sono rimaste coinvolte anche Anita Sarkeesian e Brianna Wu, giornalista e sviluppatrice americana, fondatrice della casa di produzione *Giant Spacekat*.

Questo è quanto è accaduto in breve: nel 2013, Zoe Quinn pubblica *Depression Quest*, un videogioco interattivo ben accolto dalla critica, nonostante la campagna di contestazione portata avanti dal forum Wizardchan, “a Japanese-inspired imageboard for male virgins to share their thoughts and discuss their interests and lifestyle as a virgin”<sup>77</sup>. Per circa un anno e mezzo sono continuati gli attacchi contro la sviluppatrice, la quale è stata accusata dall’ex fidanzato di avere avuto rapporti sessuali con il giornalista Nathan Grayson, con l’obiettivo di indurlo a recensire positivamente la sua produzione videoludica.

---

<sup>76</sup> <http://heatst.com/culture-wars/last-ship-star-adam-baldwin-on-gamergate-twitter-censorship-and-hollywood/>

<sup>77</sup> <https://wizchan.org/>

L'anno successivo, mentre iniziavano ad insorgere i movimenti di protesta anche contro la Sarkeesian e Brianna Wu, Zoe Quinn aveva criticato a sua volta la game jam TFYC<sup>78</sup>,

“una competizione pensata per introdurre allo sviluppo videoludico donne senza alcuna esperienza in merito. I fondi raccolti sarebbero stati devoluti a fini caritatevoli. Secondo la Quinn, la sua critica sarebbe nata dalla discriminazione fatta verso i transgender, non inclusi nella competizione, e dal fatto che non era previsto un compenso per le donne coinvolte. Secondo gli organizzatori del TFYC, la Quinn sarebbe stata mossa dal mero interesse, ossia dal voler togliere di torno un concorrente della sua game jam. Inoltre, secondo loro l'accusa sulla mancata paga delle partecipanti sarebbe stata ridicola, perché le coinvolte avrebbero dovuto fare solo un lavoro concettuale, senza dover passare mesi a sviluppare un gioco, aiutate da dei game designer veri e propri”.<sup>79</sup>

Le controversie sono state generate da entrambe le fazioni di questa guerra digitale e “sul” digitale, ma analizzando gli attacchi subiti dalle donne, è evidente come la caratteristica che li accomunava fosse sempre la stessa: la pubblicazione online di contenuti relativi alla pornografia, diffusione di dati sensibili riguardanti queste donne e minacce di morte perpetrate online da parte di utenti anonimi o sotto falso nome.

Le modalità di azione da parte di questo movimento di opposizione alla produzione da parte di sviluppatrici donne e al pensiero femminista sono il risultato di quanto viene concesso dalla comunicazione online tramite siti, social network e servizi di chat: è quasi sempre stato mantenuto l'anonimato, non si sono mai manifestati portavoce o rappresentanti del movimento *grass-root*, dunque si trattava di utenti web di pari livello gerarchico fra loro, e apparentemente senza un'organizzazione alla base delle manifestazioni. Inoltre, secondo *Ars Technica*, sito web di informazione tecnologica, una serie di discussioni sul sito 4chan suggeriscono che sia stato fatto uso di account *sockpuppet* per infiammare le proteste su Twitter. Oltre a questo, gli studiosi Heron, Belford e Goker,

---

<sup>78</sup> The Fine Young Capitalists

<sup>79</sup> Tagliaferri S., 2014, *#gamergate: è scoppiata la guerra tra i videogiocatori*: [http://multiplayer.it/articoli/139234-gamergate-e-scoppiata-la-guerra-tra-i-videogiocatori.html#paragraph\\_heading\\_302741](http://multiplayer.it/articoli/139234-gamergate-e-scoppiata-la-guerra-tra-i-videogiocatori.html#paragraph_heading_302741)

analizzando i casi della Sarkeesian e della Quinn<sup>80</sup>, hanno individuato in alcune discussioni IRC l'origine di campagne *astroturfing*, ossia false impressioni, positive o negative, di contenuti pubblicati in rete, che generalmente possono accompagnare [recensioni](#) o presentazioni di prodotti o [servizi](#). Queste due modalità di lancio di messaggi nel web sono spesso collegate tra loro, a conferma di quanta libertà di utilizzo della rete venga lasciata agli utenti, permettendo anche queste attività illecite di camuffamento di identità.

Infatti si trattava di persone che hanno potuto nascondersi dietro uno schermo, in alcuni casi anche dietro una falsa identità, per esprimere ciò che pensavano senza mostrarsi. Un modo meschino dunque, unito all'uso di materiale pornografico per svilire la reputazione pubblica di queste personalità; il *modus operandi* di questi individui segue le orme del cliché analizzato finora: l'associazione reiterata della figura femminile alla sfera sessuale ed erotica, riducendola a oggetto, in questo caso in maniera esplicita e a puro scopo di diffamazione.

Il Gamergate è stato così definito:

“the Gamergate movement has grown into a supposed call for reform in games journalism practices, an argument about the community identity of gamers and a pushback against those who would "force" diversity issues into the industry. Like so many of these movements, it's nothing more than a misogynistic, xenophobic reaction to a growing medium.”<sup>81</sup>

---

<sup>80</sup> Heron, M.J., Belford P., Goker, A., 2014, *Sexism in the circuitry: female participation in male-dominated popular computer culture*, in Newsletter ACM SIGCAS Computers and Society - Special Issue on **Women in Computing Homepage archive, Volume 44 Issue 4, New York.**

<sup>81</sup> Mewes, T., 18 ottobre 2014, *OPINION: Joystick: Gamergate an excuse to target winner*, TCA Regional News, Chicago.

#### 1.4.2.1 Le conseguenze del fenomeno fino ad oggi

In seguito a questi eventi, nel 2015 Zoe Quinn ha aperto il sito *Crash Override*,

“a purely defensive, opt-in organization. We use proven and humane methods to combat online abuse, putting our clients' needs, privacy, and consent above all else. [...] Crash Override works with clients before, during, and after episodes of online abuse with a combination of public resources, private case work, and institutional outreach.”<sup>82</sup>

Con l’offerta di questo servizio, la donna ha rielaborato in maniera critica e costruttiva per la società quanto le è accaduto, dimostrando di aver imparato dalla sua situazione e di voler aiutare tutti coloro che si possono trovare nella difficile situazione di molestie online, una minaccia sempre presente al giorno d’oggi.

Lei stessa ha affermato di aver sofferto parecchio durante il periodo di molestie, soprattutto agli inizi del fenomeno, come ha dichiarato nel 2015 alla Game Developers Conference in San Francisco.

La Quinn aveva già sofferto in passato di disturbi depressivi e la questione legata a questa malattia l’ha portata ad elaborarla in modi diversi: oltre ad aver aperto il sito per aiutare ogni utente in difficoltà, e quindi per prevenire o aiutare a risolvere le questioni psicologiche legate al cyberbullismo, lo stesso gioco da lei sviluppato e generatore di critiche durante il Gamergate, *Depression Quest*, affronta questa tematica.

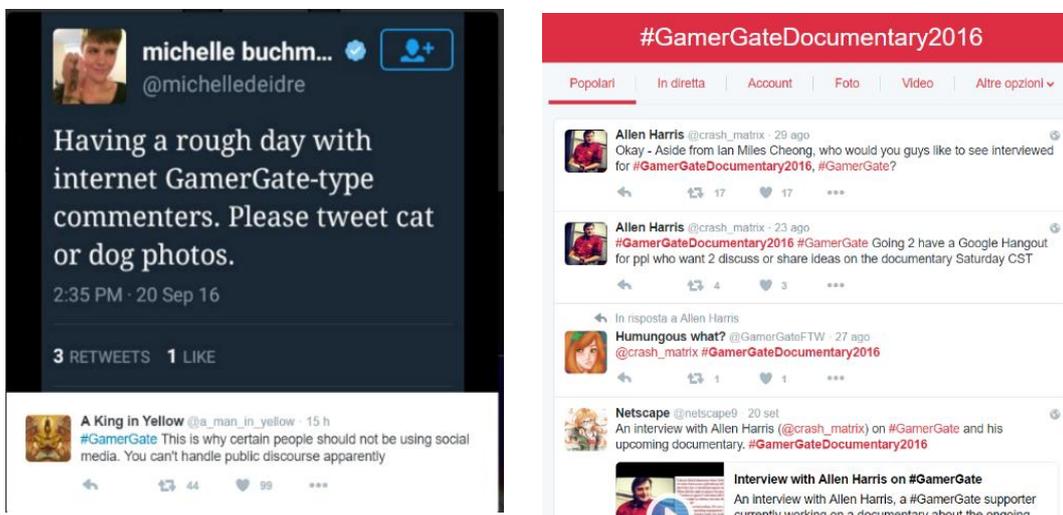
Questo caso verrà trattato più ampiamente nel capitolo successivo della presente tesi.

Ad oggi, la questione del Gamergate non risulta ancora conclusa: su Twitter possibile trovare utenti che ne parlano, dando voce a opinioni spesso in contrasto tra loro e dai toni talvolta duri e critici.

---

<sup>82</sup> <http://www.crashoverridenetwork.com/about.html>

Ecco alcuni esempi di tweet:



Come si legge dall'hashtag lanciato dall'estate 2016, Allen Harris, un sostenitore del Gamergate, ha cominciato a raccogliere idee e testimonianze per il suo documentario su questo avvenimento. Ha rilasciato anche un'intervista, durante la quale ha spiegato di essere venuto a conoscenza del fenomeno guardando un video dell'utente Thunderf00t<sup>83</sup>, nel quale trattava la vicenda di Anita Sarkeesian e che aveva ricevuto delle polemiche. Da lì, Harris ha cominciato a informarsi sulla vicenda e crede che il Gamergate sia

“sort of this movement: very similar minded people who among other things but at their core are gamers who are basically tired of their medium being distorted by people who only have an interest in the politics of it, rather than the art itself. [...] For me, it's mostly the gamers protecting gaming”.<sup>84</sup>

Allan Harris è molto interessato all'argomento; il coinvolgimento è tale da aver creato una lista su Twitter, intitolata *GamerGate News*, dove i membri possono pubblicare contenuti inerenti al femminismo *et similia*. Gli utenti sono

<sup>83</sup> <https://www.youtube.com/user/Thunderf00t>

<sup>84</sup> Netscape, 19 settembre 2016, *Interview with Allen Harris on #GamerGate*: <https://www.youtube.com/watch?v=oGZLnbS1bDQ>

tuttora attivi, a dimostrazione del fatto che l'interesse per l'argomento è ancora abbastanza alto da indurre la creazione di contenuti e discorsi attorno ad esso.



Quindi, a distanza di più di due anni, il fenomeno suscita ancora interesse e opinioni, tanto da provocare la creazione di contenuti social, video e notizie da utenti e fonti *grass-root* tali da dimostrare come la società americana in particolare si senta ancora coinvolta dal Gamergate. Ricercando in rete i contenuti relativi a notizie contenenti il termine “gamergate”, si trova un numero consistente di risultati; fra i primi si presenta un articolo: *How to Feel About Gaming After GamerGate*, scritto da Jef Rouser.

Si tratta di un autore e giornalista che ha percepito fortemente gli effetti del Gamergate, affermando di non essere più riuscito a giocare come prima dopo aver visto la serie di Anita Sarkeesian *Tropes vs. Women in Games*:

“As GamerGate followed that, there was simply too much evidence that racism, sexism, homophobia and other bigotries were systemic problems in gaming, both the products themselves and the culture around them, to ignore. Once you see it, you can’t unsee it, and that changes what and the way you play.”<sup>85</sup>

<sup>85</sup> Rouser J., 13 settembre 2016, *How to feel about gaming after Gamergate*, Houston Press: <http://www.houstonpress.com/arts/how-to-feel-about-gaming-after-gamergate-8762235>

Rouner sostiene in questo articolo di non essere più in grado di giocare ai giochi prodotti dalle più grandi case di produzione, ma solo a titoli indie quali *Life is Strange*, *Firewatch* e *Gone Home*. Questo effetto è stato provocato dalle osservazioni che ha fatto sui giochi più commerciali in seguito alle dichiarazioni e analisi fatte dalla Sarkeesian nella sua serie, portandolo a preferire dei giochi dove ci sono meno stereotipi e che sono rivolti ad un pubblico più esteso ed eterogeneo. Oltretutto, il giornalista parla degli effetti benefici consequenziali al Gamergate, come la citazione di titoli di giochi altrimenti sconosciuti, oltre che l'obiettivo primario della focalizzazione sul problema degli stereotipi contro le donne.

Gamergate non ha solo cambiato fortemente la percezione che Rouner ha dei videogiochi, ma ha reso sua figlia un target di alcuni gater, motivo per cui lui teme che li possano riconoscere quando partecipano a qualche convention:

“Since GamerGate targeted my young daughter as well, I’m always nervous in geek settings like comic conventions that she attends with me. You never know when some Gater is going to walk by and recognize us.”<sup>86</sup>

In conclusione, si può affermare che le problematiche sollevate dal Gamergate si sono confermate essere importanti e rivelate come temi importanti, attorno a cui c'è molto da discutere, tanto che la questione continua da anni. Questo movimento è il chiaro segnale che la donna è ancora vittima di stereotipi: la si considera stupida, la si vuole mettere a tacere prima ancora che abbia espresso le proprie opinioni e la si rende oggetto e vittima di attacchi riguardanti la sfera sessuale. Tutti tratti che vengono poi riproposti nei videogiochi, a tal punto da rendere quasi difficile comprendere se sia il mondo reale a influenzare la produzione virtuale o viceversa.

---

<sup>86</sup> Cfr nota 76.

## 1.5 Conclusioni

In questo primo capitolo è stato affrontato il tema dello stereotipo e della stigmatizzazione della videogiocatrice sotto diversi aspetti, sia teorici che di analisi di testi di natura digitale. Partendo da un'analisi di come i media tradizionali hanno influenzato il più recente mezzo videoludico e la sua produzione industriale, è stato possibile rilevare la trasmissione degli stereotipi di configurazione del femminile da una dimensione all'altra. Questo *shift* è stato reso possibile sia dai preconcetti rimasti radicati nella cultura popolare, così come dal fatto che la stessa produzione industriale nel gaming sia stata prettamente maschile, fino ai tempi recenti.

Proprio per dimostrare questo, sono stati presentati diversi casi di titoli basati sull'ideazione di gameplay e personaggi che riflettono questa linea di pensiero.

In seguito, è stata proposta una scansione diacronica della raffigurazione femminile da parte dell'industria, la quale presenta differenze sempre più significative solo negli anni più recenti, probabilmente in virtù di una maggiore sensibilizzazione alla riduzione del gender divide in generale, ma anche in seguito agli scandali suscitati dal fenomeno Gamergate del 2013 e 2014, che ha coinvolto direttamente diverse personalità del mondo gaming.

A proposito di questo tema, sono stati presentati dei dati ricavati da fonti ufficiali, che dimostrano come il preconcetto per cui le donne non siano attratte dai videogiochi sia di molto errato, notando che quasi la metà del popolo di players è dominato proprio dalle videogiocatrici. È dunque possibile rilevare differenze di apprezzamento a livello di device, console e generi di giochi, ma non a livello quantitativo di presenza femminile in questo ambito.

È utile inoltre ricordare che non tutte le videogiocatrici sono uguali, come è normale che sia: alcune lo fanno per pura passione e divertimento, altre per farsi notare dai giocatori. Questa differenza viene però stigmatizzata in maniera particolare nei confronti del pubblico femminile, mentre sembra quasi scontato che la stessa scissione non esista, e non debba esistere, tra giocatori maschi. Anche

questo presupposto sembra essere radicato nella cultura popolare e appare come una discriminazione sessista.

Per concludere, sia l'industria che la società inerenti al videoludico hanno considerato la donna come assente dal pubblico fruitore di prodotti, e come oggetto dai tratti sessualizzati per il puro piacere dello sguardo maschile, vedendola come personaggio secondario da salvare, strumentalizzare, o in rari casi controllare quando è protagonista.

Gli stereotipi nella rappresentazione grafica si sono trascinati per decenni, salvo alcuni cambiamenti recenti in pochi videogiochi, spesso indie, che stanno dando segni di svolta almeno dal punto di vista produttivo.

Le femministe più attive hanno recentemente alzato la voce per cambiare le cose, sfruttando i mezzi digitali e social, dalla notevole capacità di cassa di risonanza per i loro messaggi. Sempre tramite social e digital sono avvenuti gli scontri del Gamergate, così come i videogiochi online e i siti di streaming sono diventati territori di incontro-scontro e vetrine per le giocatrici accusate in seguito di voler essere solo *poser*, oggetti in bella mostra senza alcuna competenza videoludica.

Si è speso molto, in termini di contenuti condivisi, per diffondere pensieri e commenti che hanno dato voce a mentalità ancora chiuse e poco inclini ad aprirsi ad una riflessione più critica ed oggettiva sulla presenza femminile nel gaming. Ci sono però differenze di rappresentazione e diffusione della figura della donna nei prodotti videoludici, di cui si analizzano alcuni titoli nel capitolo seguente.

## CAPITOLO 2

### La rappresentazione della donna nei videogames: case studies commerciali e *indie*

Come evidenziato nel capitolo precedente, le figure femminili non hanno sempre goduto dello statuto di protagoniste principali nei videogiochi: spesso erano mere figure di supporto alla figura maschile primaria e quasi sempre personaggi non giocabili. Fino alla fine degli anni Novanta, si è dunque assistito a una scarsità di eroine protagoniste, fatta eccezione per le già citate Lara Croft, Jill Valentine e poche altre.

Ciò non toglie che la loro presenza non sia di interesse rilevabile sia in termini di analisi e di ricerca circa la rappresentazione del personaggio, sia per il ruolo che assumono nella narrazione videoludica nella quale sono inserite. A tal proposito, si procederà con un'analisi di diversi casi di giochi, facenti parte della stessa saga o distribuiti come titoli *standalone*. È inoltre opportuno distinguere questi titoli secondo il tipo di produzione, che si distingue in due filoni industriali di base: produzione commerciale (o Tripla A) e indipendente, meglio nota come *indie*.

Prima di procedere con l'analisi, è bene sottolineare a cosa ci si riferisce con il termine *indipendente* in questo ambito.

La casa indipendente, per essere così denominata, non deve necessariamente avere il controllo su ogni passaggio della produzione; la sua autonomia si riferisce in particolare all'ambito di sviluppo. In seguito c'è bisogno di un publisher esterno alla casa che lanci il gioco sul mercato. In questo caso, si usa il termine più preciso di case *semi-indipendenti*, distinguendosi da quelle pienamente indipendenti, che si fanno carico di tutti gli step produttivi.

Al contempo, gli stessi publisher più potenti a livello economico, quali EA, Activision, Ubisoft, Namco Bandai e altri, sono "indipendenti" nel senso che

riescono in modo autonomo a sostenersi economicamente, grazie ai ricavi tratti dalla commercializzazione dei titoli lanciati sul mercato.

## 2.1 I casi commerciali

I videogiochi prodotti dalle industrie di sviluppo più famose, quali le sopracitate Namco Bandai e Ubisoft, ma anche Nintendo o Square Enix, vengono etichettati come “commerciali” e hanno permesso a queste case di produzione di diventare famose soprattutto in veste di publisher. Nadav Lipkin prova a dare una definizione del termine *commerciale* in relazione a queste realtà produttive:

“Mainstream game development is corporate in nature and capitalist in ethos. [...] The mainstream is characterized as emphasizing profit and popularity over creativity and artistry. Mainstream games are developed by large teams in numerous different companies with multi-million dollar budgets, [...] published by large corporate publishers”.<sup>87</sup>

Osservando questa descrizione, si potrebbe pensare che la produzione commerciale di videogiochi sia puramente volta al guadagno e connotata da tratti negativi. Questo punto di vista sembra privilegiare - considerandole in modo più positivo - le case indipendenti, solitamente più piccole e molto meno note, poiché appaiono meno interessate al lato economico e alla fama, quanto al contenuto dei titoli elaborati.

In realtà, analizzando più da vicino le *software house* più note, si osserva che queste preferiscono rivolgere la loro attenzione a franchise e titoli che siano in grado di assicurare un certo successo in termini di vendite e marketing, almeno in linea di massima, per raggiungere un livello totale di incassi tale da raggiungere il *breaking point* rispetto alle spese di produzione.

---

<sup>87</sup> Lipkin, Nadav, 2012, *Examining Indie's Independence: The Meaning of "Indie" Games, the Politics of Production, and Mainstream Co-optation*, Loading... The Journal of the Canadian Game Studies Association, Vol 7(11).

Per queste ragioni, tendono a evitare i titoli nuovi, considerati più rischiosi e dal successo molto più incerto e di difficile previsione; dunque le principali case commerciali vengono dipinte dall'immaginario collettivo come

“evil corporations that value money above all else, putting constraints on the supposed creatively motivated developers”.<sup>88</sup>

È altrettanto vero che per realizzare un prodotto di qualità, solitamente disponibile per più console, la richiesta economica non è indifferente; in media, i costi di produzione per i titoli “tripla A” superano i quaranta milioni di dollari<sup>89</sup>. Si deve dunque unire un discorso di ricerca del profitto economico unito alla volontà di (re)investirlo in prodotti di qualità, ossia elevato livello di studio grafico e concettuale, così come di tecnologie compatibili con il gioco. Un esempio chiaro riguarda l'ultima frontiera raggiunta, la realtà virtuale, o VR. Finora solo alcuni titoli editi da grandi compagnie videoludiche si sono potuti permettere l'introduzione di questa tecnologia nel proprio gameplay.

Dopo questa breve e non esaustiva descrizione delle case di produzione commerciali, seppur sufficiente allo scopo della presente ricerca, si può procedere con l'analisi del primo caso preso in esame, derivante da due capitoli di uno dei franchise più longevi e famosi di Square Enix: *Final Fantasy*.

### 2.1.1. La donna in *Final Fantasy*

Square Enix è una holding giapponese nata nel 2003 dalla fusione di due delle realtà di maggior successo nella produzione di GDR, rispettivamente con le saghe di *Final Fantasy* (SquareSoft) e *Dragon Quest* (Enix). Si è successivamente aggiunta la saga di *Kingdom Hearts* e, per espandersi maggiormente nel mercato occidentale, nel 2009 Square Enix ha cominciato l'acquisizione dell'ultimo

---

<sup>88</sup> De Jong, Joey, 21/06/2013, *Indie Issues : the meaning of 'Indie' Games, and their incorporation into the 'Mainstream' game industry*

<sup>89</sup> Rickard, M.A. – Vannucchi F., 2013, *Il videogioco – Mercato, giochi e giocatori*, Mondadori università, Milano.

colosso inglese, Eidos. In questo modo, ha potuto includere due altri franchise multimilionari (in termini di vendite e di incassi): *Tomb Raider* e *Deus Ex*<sup>90</sup>.

In questa analisi, si considereranno i personaggi presenti nella saga di successo lanciata da SquareSoft, *Final Fantasy*.

Si tratta di un fantasy media franchise inaugurato nel 1987 con il primo titolo di una lunga serie di videogiochi di ruolo di genere fantasy e science-fiction. Solitamente, ogni capitolo della saga è *standalone* e non presenta legami con i capitoli successivi, fatto salvo per alcune serie a sé stanti, quali *Fabula Nova Crystallis*, *Compilation of Final Fantasy VII*, *SaGa*, *Tactics*, *Crystal Chronicles*, *Dissidia Theatrhythm*.

I produttori si sono sempre più concentrati nell'elaborazione di personaggi "dal solido background psicologico ed emotivo"<sup>91</sup>. Queste figure proposte si basano primariamente sugli stilemi della cultura giapponese e della narrazione mitologica, oltre che abbracciare tratti condivisi dalla cultura pop contemporanea.

La figura della donna è stata affrontata in maniera sempre più approfondita nel corso dello sviluppo della saga, soprattutto con *Final Fantasy VII*, titolo che ha decretato il debutto a livello mondiale del franchise. Non a caso, da questo titolo è stata sviluppata una saga *a latere*, che ha esplorato in maniera particolare l'universo di questo settimo capitolo, andando incontro alla richiesta del fandom di analizzare più da vicino gli accadimenti del capitolo contenuto nella serie principale di *Final Fantasy*.

Il motivo per cui la donna assume un rilievo particolare nella saga è dovuto alla differenza di cultura fra quella occidentale e giapponese: in quest'ultima, la tradizione scintoista<sup>92</sup> e la storia nipponica hanno influenzato molto la proliferazione e la creazione attenta e particolare di personaggi femminili. Si tratta spesso di donne forti e determinate, nel ruolo di sacerdotesse e maghe. Inoltre, la

---

<sup>90</sup> Alinovi F., 2011, *Game Start! Strumenti per comprendere i videogiochi*, Springer Verlag, Italia

<sup>91</sup> Calamosca, F., 2003, *Final Fantasy. Vivere tra gli indigeni del cyberspace*, Edizioni Unicopli, Milano.

<sup>92</sup> Religione nativa del Giappone.

produzione di *manga* e *anime* ha visto una produzione ricca di protagoniste femminili in ruoli di comando, in particolar modo dopo la Seconda Guerra Mondiale<sup>93</sup>.

Per questi motivi, è importante analizzare due figure femminili della saga di *Final Fantasy*, al fine di rintracciare le modalità di concezione di questi personaggi e comprendere se e come riflettono degli stereotipi socio-culturali.

Il primo esempio è tratto da un grande successo, *Final Fantasy VIII*, edito nel 1999, che ha venduto oltre 8.150.000 di copie in tutto il mondo<sup>94</sup>, conquistando la medaglia d'argento per numero di vendite, subito dietro al settimo capitolo. In questo titolo, la storia ruota intorno a Squall Leonhart, cadetto di un'accademia militare che addestra i ragazzi a diventare Seed, combattenti impegnati in una costante ed estenuante lotta contro la strega.

Il tema predominante di questo capitolo è infatti la guerra, sia intesa come guerra privata e personale tra singoli personaggi, in particolare tra Squall e l'acerrimo nemico Seifer Almay, sia come elemento costante della narrazione: la guerra che coinvolge tutto il mondo per sconfiggere il dominio della strega.

Complementare alla tematica bellica è quella della stregoneria, anche qui considerata come

“un insieme di pratiche magiche e rituali, perlopiù a carattere simbolico, tese a influire positivamente o negativamente sulle persone o sulle cose loro appartenenti, alle quali si ricorre spesso con l'aiuto di un essere soprannaturale”<sup>95</sup>.

Il tema è doppiamente legato alla guerra, sia perché ne è la causa scatenante, sia perché è il gruppo di streghe che si incontrano nel corso della storia a combattere a loro volta contro i protagonisti principali, ognuna in modo diverso.

---

<sup>93</sup> Calamosca, F., 2003, *Final Fantasy. Vivere tra gli indigeni del cyberspace*, Edizioni Unicopli, Milano.

<sup>94</sup> 12 marzo 2012, <http://www.ffworld.com/?rub=square&page=chiffres>

<sup>95</sup> <https://it.wikipedia.org/wiki/Stregoneria>

Proprio una di queste donne può considerarsi un caso particolare di rappresentazione femminile, sotto diversi aspetti: si tratta della strega Edea.

- La donna e madre: Edea Kramer (*Final Fantasy VIII*)

Edea Kramer, meglio nota come la strega Edea, è un personaggio umano sin da subito presente nella narrazione di questo capitolo. Personaggio giocabile solo nel terzo disco, è una donna la cui identità e apparenza rimane avvolta nel mistero durante la prima parte di gioco. L'aspetto fisico è stato creato in modo da renderla simile a una creatura a metà fra una donna e una creatura mitologica: un corpo dalla carnagione bianco marmo e occhi dorati, indice dello status di strega, che cambieranno colore quando perderà i suoi poteri. Nella parte iniziale del gioco, il volto è coperto da un casco, ornato con gioielli e motivi a spirale, il quale sembra essere fuso con il capo, soprattutto all'altezza delle tempie.

Inoltre indossa un lungo abito dalle tinte violacee (un colore solitamente associato a ciò che ha a che fare con la magia), corredato di ampia ghiera dorata sulle spalle, dalla quale scende un velo bianco trasparente.

Si ritrova nel suo nome un riferimento alla mitologia, uno dei temi cari ai creatori della saga: sembra rievocare il mito di Medea, una strega celebre nel mito greco, appartenente alla stessa famiglia di un'altra maga famosa, Circe. Si rinnova dunque il legame tra mitologia, letteratura e videogioco, a dimostrazione del fatto che la realtà e i suoi prodotti, anche letterari, contaminano il medium videoludico. Vi sono dunque diversi fattori in gioco che determinano l'opinione e la percezione che i giocatori si formano su questo gioco, rendendolo un prodotto mediale di spessore.

Tornando al personaggio di Edea, il giocatore la intravede già nella sequenza video iniziale durante lo scontro armato tra Squall e Seifer, rimanendo per quel momento solo una presenza enigmatica. Solo poco più avanti si rivela essere il target principale della missione dei Seed, in quanto la strega sta portando avanti

una progressiva conquista del mondo, ottenendo il graduale consenso della popolazione a causa del terrore che suscita.

Il personaggio viene dunque presentato in una narrazione che segue, nel primo quarto di gioco, il tipico schema della *fabula*, dove l'eroe, o in questo caso il gruppo di eroi (i Seed), devono intraprendere un cammino fisico e formativo per arrivare a sconfiggere l'essere stregonesco, nel ruolo dell'antagonista per antonomasia. Fin qui tutto sembra procedere in maniera lineare, seguendo un percorso narrativo tipico secondo gli schemi della narratologia, in particolare da Vladimir Jakovlevič Propp<sup>96</sup>.

In realtà, il personaggio di Edea si sviluppa e si approfondisce sempre di più, rivelando di non essere una semplice pedina sulla scacchiera del mondo fittizio di *Final Fantasy VIII*. Se inizialmente viene proposta come una strega malefica, la storia mostra gradualmente un background sempre più complesso e dettagliato di questa figura così gelida e scaltra, grazie a dialoghi e monologhi tra personaggi, nonché l'uso di *flashback* ricorrenti. Si arricchisce dunque sia la dimensione personale della figura di Edea, sia la tipologia di narrazione proposta, con un passaggio dalla *fabula* all'*intreccio*.

Scopriamo dunque il percorso di questo personaggio, che può rientrare nella categoria del cammino di redenzione dell'antagonista. Lo studio di questo personaggio non si concentra sulla sua rappresentazione fisica; ci si allontana dalla dimensione del *design character* per avvicinarsi all'aspetto più profondo, ossia la determinazione dei tratti caratteriali e psicologici della donna.

La donna viene sinteticamente presentata come nemico: il giocatore sa che il suo obiettivo è quello di sconfiggere questo essere stregato, che sembra voler dominare il mondo intero ed è disposto a uccidere pur di ottenere la posizione di governo sul paese, anche attraverso la celebrazione di sé. La strega è in grado di manipolare numerosi personaggi facendo uso della propria voce o della sua

---

<sup>96</sup> Professore di origine russa, il quale si è occupato di studiare la struttura delle fiabe russe ed estendere i concetti del formalismo russo alla narratologia, disciplina sviluppatasi a partire da tale scuola di critica letteraria per distinguere il concetto di *fabula* e *intreccio*, sia dai contributi di Benveniste nella distinzione tra *storia* e *intreccio*.

conturbante bellezza, e si mostra sempre tanto convincente da riuscire a ottenere i suoi scopi malefici ed egoistici<sup>97</sup>.

Se da una parte il personaggio rimane avvolto in un alone di mistero fino alla fine del primo disco, indossando il casco menzionato in precedenza, dall'altra la rivelazione della sua identità avviene durante una parata celebrativa che coincide con la presa di potere del governo della regione di Galbadia. Questi sono chiari segni della volontà dei produttori di dare risalto alla figura di questo personaggio, per far comprendere che la sua presenza sarà fondamentale nel corso della storia.

Questo passaggio è uno snodo fondamentale, non solo dal punto di vista della storia, ma soprattutto se analizzato in un'ottica semiotica: solo poco prima del suo primo discorso pubblico, la strega rivela il suo volto, dunque la sua identità. Dopodiché, uccide il presidente in carica, Vinzer Deling, durante il discorso ufficiale, autoproclamandosi capo del governo del paese in occasione della serata della manifestazione. Dopodiché comincia lo spettacolo della parata nella città di Deling City, dove Edea attraversa le strade della città su un imponente carro dorato.

Ebbene, il personaggio viene così elevato da uno status di semi anonimia alla celebrazione massima di sé, un momento collocato proprio al termine della prima sezione di gioco. Per rimarcare ulteriormente l'importanza dell'evento, i Seed decidono di attaccare la strega durante la parata e bloccano il carro proprio in un punto significativo della città: tra i due cancelli dell'arco di trionfo, anch'esso dai colori dorati.

L'episodio assume una notevole carica e intensità emotiva, affinché il personaggio di Edea, e il suo ruolo di antagonista, venga elevato al massimo grado di importanza e opposizione rispetto agli eroi.

Il tentativo di ucciderla fallisce e solo in seguito si scoprono sempre più dettagli sulle vicende passate di Squall e dei suoi compagni, così come della strega stessa. Se fino a questo momento Edea è parsa come l'antagonista assoluto,

---

<sup>97</sup> [http://it.finalfantasy.wikia.com/wiki/Edea\\_Kramer](http://it.finalfantasy.wikia.com/wiki/Edea_Kramer)

raggiungendo l'apice massimo della connotazione negativa, durante la seconda parte del gioco, e in particolare la terza, la sua identità viene svelata e cambia radicalmente il suo ruolo.

Si scopre che il suo nome completo è Edea Kramer, che ha acquisito i suoi poteri da due streghe diverse, una sconosciuta, quando aveva solo cinque anni, e una seconda, Artemisia, mentre gestiva un orfanotrofio anni prima dello svolgimento dei fatti della storia. È il caso di soffermarsi su questo momento, in quanto l'orfanotrofio era stato aperto per accogliere i bambini che avevano perso i loro genitori proprio a causa della guerra della strega: i piccoli non sono altro che i protagonisti della saga, Squall e compagni, i militari che combatteranno contro la strega, in una sorta di vendetta per la perdita dei propri genitori.

Al contempo Edea, all'epoca una donna dall'aspetto molto semplice, indossava un abito scuro e portava i capelli sciolti sulle spalle, apparendo come una figura molto più sobria di quanto non lo sia nel momento in cui veste i panni di strega. È anche possibile considerare questo personaggio secondo alcune figure retoriche: si può rintracciare un aspetto ossimorico nella sua figura, trattandosi da un lato di una giovane donna, da poco sposata con Cid Kramer<sup>98</sup>, che viene chiamata "la Madre" proprio per il suo compito di allevare i piccoli orfani. Al colpo d'occhio però sembra una donna vestita a lutto, poiché è interamente abbigliata in nero, senza alcun accessorio o dettaglio. Il contrasto tra il suo ruolo e come appare fisicamente è notevole e interessante; sembra quasi anticipare il destino della donna, ossia abbandonare i bambini e diventare loro nemica.

Se però fino alla prima metà del gioco Edea viene presentata come una strega temibile, il suo potere viene sempre meno verso la metà della storia, sino ad arrivare alla perdita totale dei poteri, trasferiti in un'altra giovane donna, Rinoa, nonché compagna di squadra di Squall. Da quel momento, Edea non è più posseduta dalla temibile Artemisia e accompagnerà i Seed per una parte del loro

---

<sup>98</sup> Egli diventerà il preside dell'accademia militare dei Seed, il Garden di Balamb, dunque assumerà una posizione contrapposta a quella della moglie, combattendo contro di lei.

viaggio, stando dalla loro parte. Scomparirà dalla storia quando i militari dovranno occuparsi di altre streghe.

Per concludere questa analisi sul personaggio, si può ben notare che è stata elaborata una figura femminile complessa e diversa dagli avatar proposti fino a quel momento. Innanzitutto, bisogna pensare che le donne presenti nei videogiochi fino a quell'epoca erano solo figure "accessorie", presenti per compiacere il *voyeurismo* maschile e dai connotati fisici ben evidenziati. Inoltre si deve tenere conto dell'epoca in cui è stato sviluppato il gioco: era la fine degli anni Novanta, un periodo dominato da poche figure femminili, ancora meno nel ruolo di protagonista. Per quanto il personaggio non sia tra i principali, o meglio non è presente per tutta la durata del gioco, svolge un ruolo di attante che fa scattare l'azione all'inizio del gioco e lo rende un importante motore della narrazione.

La strega non è l'unica madre della storia: nella prima parte si viene a conoscenza di Julia Heartilly, madre di Rinoa, una compagna di squadra dei militari. Julia morirà poco dopo aver dato alla luce la figlia, lasciando anche lei orfana come gli altri ragazzi. Julia è l'unica madre "naturale" di cui si narra nella storia, mentre un'altra madre adottiva è Raine Loire, madre adottiva di Ellione, la bambina più grande dell'orfanotrofio di Edea. Anche Raine muore prima degli eventi narrati nella storia principale, ma si viene a conoscenza di lei nelle sequenze di flashback a partire dal secondo disco. Di queste due madri si sa poco, soprattutto di Julia, ma per quanto i soggetti materni proposti siano molto diversi tra loro, condividono una caratteristica: per diversi motivi, la loro figura scompare, o perché il personaggio muore, o perché abbandona il ruolo di madre, venendo posseduto dalla stregoneria.

Ciò non impedisce a un personaggio come Edea di recuperare il suo carattere solidale e il suo spirito di squadra per aiutare i suoi "figli", quando non è più controllata da Artemisia.

Per questi motivi, è possibile affermare che la donna presentata dal personaggio della strega è un caso particolare rispetto al panorama di figure videoludiche di

fine anni Novanta, poiché il suo profilo è stato dotato di una profondità psicologica nonostante si tratti di un personaggio secondario e giocabile per poca parte di narrazione. Inoltre incarna il ruolo della madre, che la rende ancora più peculiare, non solo perché quella materna è una figura spesso marginale nei giochi commerciali, ma anche perché era “Madre” di una grande famiglia di bambini adottati. Il suo ruolo è inoltre importante per i protagonisti principali, in quanto si ritrovano a dover combattere contro la stessa persona che li aveva salvati e cresciuti durante l’infanzia.

Si tratta quindi di una donna matura, proposta come madre, strega e solo in ultima istanza donna, con le sue fragilità e debolezze umane che non le hanno consentito di difendersi dal potere malefico di possederla e controllarla, ma con altrettanta forza ha deciso di riparare agli errori commessi e ristabilire un rapporto sereno con i “suoi” ragazzi, cooperando nella loro missione.

- Dal videogioco alla moda: Lightning Farron (*Final Fantasy XIII*)

Tra l’ottavo capitolo della serie di titoli di *Final Fantasy* e il primo della miniserie *Fabula Nova Crystallis* trascorrono dieci anni, durante i quali la produzione si rinnova da un punto di vista tecnico e grafico, ma senza alterare la narrazione dei titoli della saga. Questi infatti mantengono inalterate le linee guida per quanto riguarda il concept dei gameplay e alcune caratteristiche di base dei protagonisti principali, ma aggiungendo dettagli e caratteristiche che li rendono sempre nuovi.

Un caso importante riguarda il personaggio di Lightning Farron, la ragazza protagonista dei primi tre capitoli di *Fabula Nova Crystallis*: si tratta di *Final Fantasy XIII*, *Final Fantasy XIII-2* e *Lightning Returns: Final Fantasy XIII*. Si evince dal titolo di quest’ultimo che il personaggio viene connotato di un’importanza tale da inserire il suo nome nel titolo del capitolo stesso. Lightning rappresenta effettivamente un caso particolare, all’interno della saga: è la seconda donna a rivestire il ruolo di protagonista, dopo Terra Branford in *Final Fantasy*

VI, ma la prima a tornare in più capitoli sempre come personaggio principale, oltre che apparire in diversi altri titoli. Proprio grazie a questa reiterata presenza videoludica, la sua immagine è rimasta impressa nella mente dei fan ed è diventata anche “*un modello di ruolo in Giappone, per via del suo coraggio, agilità ed eleganza*”<sup>99</sup>, a detta del game director e sceneggiatore Motomu Toriyama.

Dal punto di vista fisico, è notevole la differenza con i personaggi dei capitoli precedenti, soprattutto se paragonata a Edea nell’ottavo capitolo. Se questa è stata rappresentata secondo i tipici canoni della strega sopra descritti, in *Final Fantasy XIII* si avvertono forti e notevoli influenze della cultura orientale nel design di alcuni personaggi, in particolare quelli femminili. Se Lightning e la sorella Serah



presentano alcuni tratti tipici ritrovabili nei manga, è la loro compagna di viaggio, Oerba Dia Vanille (meglio nota solo come Vanille), a rappresentare al meglio lo stereotipo di personaggio femminile dei prodotti culturali orientali, sia a livello fisico che comportamentale. Quest’ultima infatti mostra lineamenti e tratti fisici che richiamano notevolmente i personaggi di manga e anime, a partire dai capelli color rosa acceso e dagli abiti stravaganti e distanti dalla cultura occidentale; un altro segno che manifesta una notevole

vicinanza alla tradizione nipponica è la sua voce e i caratteri sociolinguistici e paraverbali (movimenti del corpo quali ammiccamenti e altri gesti tipici dei personaggi di prodotti strettamente ancorati all’universo giapponese, ritrovabili soprattutto negli *anime*).

Tali caratteristiche denotano il progressivo sdoganamento della cultura giapponese a livello sempre più globale, rendendo il pubblico occidentale sempre più abituato a contatti con prodotti culturali e rappresentazioni di personaggi caratterizzati secondo queste tradizioni.

---

<sup>99</sup> <http://it.finalfantasy.wikia.com/wiki/Lightning>

A differenza di questo personaggio, le due sorelle Farron mostrano un mix di tradizione orientale e occidentale, dove il corpo delle ragazze mostra alcuni tratti tipici come il fisico longilineo, capelli rosa e occhi dal taglio leggermente a mandorla. In fatto di abbigliamento, è sicuramente la sorella Serah a seguire il modello della ragazzina tipica di manga e anime, mentre Lightning, dovendo ricoprire tutt'altro ruolo e trasmettere un'idea di serietà e di comportamento integerrimo, veste abiti che richiamano l'idea di una divisa militare, senza mettere in risalto le forme del corpo e aggiungendo comunque un tocco di femminilità. Porta un mantello rosso sulle spalle, così come abiti bianchi abbastanza corti, ma non in modo eccessivo, creando nel complesso una figura sobria e che non attira l'attenzione sul proprio corpo. Nei due capitoli successivi, l'armatura di Lightning diventa ancora più massiccia, per rimarcare l'identità legata alla guerra e al combattimento della ragazza, che diventa una figura sempre più matura e potente.

Nel secondo capitolo indossa un'armatura simile a quelle delle valchirie della mitologia nordica, argentea ma con elementi dorati, con lunghi guanti corazzati e stivali metallici, il tutto decorato da una cinta da cui parte una lunga coda di piume bianche che copre parzialmente la gamba sinistra. L'armatura è in gran parte decorata con incisioni in alfabeto divino, suggerendo una connessione con Etru, una divinità del mondo di Final Fantasy. Da notare ancora una volta come la connessione e i riferimenti al mondo del divino e a culture mitologiche rimangono importanti nell'immaginario degli sceneggiatori della saga, a cui è sempre caro il tema delle divinità nordiche. Negli ultimi capitoli, questi legami si sono fatti sempre più solidi tra personaggi e creature sovranaturali inserite nella storia, le quali si presentano sia come nemici, che come esseri che soccorrono in loro aiuto.

Nella sua ultima avventura, Lightning dispone di un gran numero di nuovi costumi, intercambiabili durante il gioco, ma il costume principale, "Ambivalence", assume tratti più scuri e aderenti al corpo, conferendole un'aura ancora più misteriosa e combattiva, oltre che vagamente sensuale e simile a una vera e propria combattente. Talvolta indossa un paio di occhiali da sole dall'aspetto elaborato, la sua arma diventa una spada elaborata e dalla lama rossa, mentre al braccio sinistro porta un grosso scudo, il cui design ricorda molto gli anime *Mobile Suit Gundam* ed *Evangelion*<sup>100</sup>, ribadendo l'influenza di questi prodotti culturali sulla narrazione videoludica.



Ancora una volta, il mondo di Final Fantasy unisce tradizione e innovazione: una figura militare, dall'abbigliamento e dall'arma tipici dei cavalieri, ma femminile e inserita in un mondo surreale dove la fantascienza domina padrona.

Riprendendo l'analisi esposta da Anita Sarkeesian<sup>101</sup> circa i costumi ideati dai grafici per i personaggi, in questo capitolo c'è scarsa volontà di sessualizzare il corpo delle donne, salvo alcuni aspetti del personaggio di Vanille, le cui forme sono un po' più esposte rispetto alle compagne di viaggio. Gli avatar femminili

---

<sup>100</sup> <http://it.finalfantasy.wikia.com/wiki/Lightning>

<sup>101</sup> Vedere capitolo 1.4

presentano abiti di ispirazione a diverse culture (manga, occidentale, orientale), ma senza mostrare forme prosperose o vestiti succinti e aderenti al corpo. Il gusto orientale nella caratterizzazione del personaggio non si limita alle fattezze fisiche e di guardaroba: anche i movimenti, gli scatti agili e i salti sono molto innaturali, ma tipici dell'animazione e della cultura cinematografica cinese e giapponese, dove gli eroi sono soliti volteggiare nell'aria per lungo tempo, durante i combattimenti. Per questo motivo, l'animazione è molto meno realistica del capitolo della saga analizzato in precedenza, dove i personaggi non possedevano queste capacità fisiche.

Per quanto riguarda invece il carattere e l'identità del personaggio di Lightning, si nota fin dall'inizio del gioco come la ragazza sia fredda, decisa e apparentemente priva di emozioni. Non si lascia tradire dai sentimenti che prova, tanto da sembrare un militare focalizzato solo sulla propria missione e che non desidera stringere relazioni di alcun tipo con gli altri compagni. Tutto quello che sa dire nelle prime parti del gioco sono battute ironiche nei confronti di coloro che la circondano, così come ripetere che è concentrata sulla sua missione, ossia combattere i nemici del pianeta Cocoon, in seguito al rapimento e morte (apparente) della sorella.

Prima ancora di vederla in volto, la personalità decisa della protagonista viene resa manifesta dal suo tono di voce. La novità di questo capitolo, rispetto all'ottavo, è che i personaggi sono doppiati, hanno una loro voce, dunque questa caratteristica aiuta a connotarli ancora di più. La voce di Lightning è quasi neutra, ferma, non lascia trapelare alcuna emozione, come dimostrato anche dall'atteggiamento.

Inoltre, si batte con diverse armi, prevalentemente una lunga spada, che destreggia con estrema facilità e dà ordini ai compagni. L'inquadratura si concentra spesso sul suo volto, mostrando un'espressione decisa, dura e senza pietà per i nemici, senza indugiare su altre parti del corpo con desiderio voyeuristico. Per essere un prodotto nipponico, bisogna notare come le inquadrature e i tratti dei personaggi

siano poco connotati sessualmente, o comunque resta una caratteristica riservata a pochi casi singoli all'interno della saga.

Questo fatto può essere attribuito all'apertura ed estensione del mercato dell'azienda, in seguito alle varie fusioni e acquisizioni. Per ottenere maggior consenso da parte del pubblico e conferire una più alta aderenza ai gusti del target dalle diverse culture, Square Enix si trova in una posizione di vantaggio inserendo caratteristiche e connotazioni "innocue" per il pubblico.

Il personaggio di Lightning, similmente a quello di Edea, segue un processo di evoluzione nel corso della storia, per quanto i cambiamenti non siano tanto netti quanto quelli vissuti dalla donna. Il percorso di cambiamento della ragazza può essere analizzato partendo dal cambiamento stesso del suo nome: in origine lei si chiamava Claire Farron, cambiando il suo nome prima di diventare un soldato. Inizialmente sarebbe stato Éclair, più simile all'originale giapponese, ma cambiato in Claire per evitare somiglianze con una pasticceria francese. Bisogna notare come il nome reale, fittizio e il cognome portano tutti il significato di "tuono", "fulmine". *Farron* è un termine che deriva dalla lingua gaelica: un altro dettaglio che sottolinea la ricercatezza per le affinità e somiglianze a culture e tradizioni inusuali e dal tenore mistico – mitologico.

Viene mostrata come una donna schietta, autonoma e solitaria, che non cerca alcuna relazione umana: per questi aspetti, viene spesso paragonata sia a Squall Leonhart (*Final Fantasy VIII*) che a Cloud Strife, protagonista del settimo capitolo della saga. Questa somiglianza, desiderata dai creatori stessi, può essere considerata come una delle caratteristiche che hanno portato al successo del personaggio, così come lo hanno reso molto particolare. Una donna dal carattere mascolino e dall'aspetto sempre più misogino, rendono la ragazza quasi lontana dai tratti femminili durante l'evoluzione del personaggio.

Nel primo capitolo, Lightning comincia a mostrare qualche sentimento di protezione quasi materna nei confronti di Hope, un giovane compagno di squadra che ha perso la madre durante l'incidente avvenuto all'inizio del gioco e che non

ha mai avuto buoni rapporti con il padre. La ragazza decide di addestrarlo per farlo crescere e fargli apprendere il mestiere del soldato, fortificando lui da un lato e addolcendosi lei dall'altro. Inoltre, durante il gameplay, diventa sempre meno dura nei confronti di Snow Villiers, promesso sposo di sua sorella Serah. Di certo, il sentimento che l'ha spinta a intraprendere la sua missione di salvataggio del pianeta è stato scatenato dalla volontà di salvare la giovane Serah, nonostante credesse fosse impossibile riaverla viva, dopo che questa era stata trasformata in un cristallo.

Dunque il percorso di trasformazione della ragazza comprende non solo la sua identità, ma anche le manifestazioni di affetto e attaccamento agli altri compagni di squadra: se inizialmente li tratta tutti indistintamente con superiorità e freddezza, pian piano si avvicina a loro e si mostra sempre più umana.

Dal secondo capitolo però, la rappresentazione di Lightning cambia, per focalizzarsi sulle sue abilità militari di combattente. In *Final Fantasy XIII-2* infatti, l'esordio è *in medias res*: la ragazza è subito alle prese con una lotta senza sosta contro l'acerrimo nemico Caius, in una sequenza che mette subito in mostra le doti potenti di soldato possedute da una Lightning più adulta di quella conosciuta nel capitolo precedente. Ancora una volta però, è alla ricerca della sorella Serah, la quale può cambiare il futuro di Valhalla, il mondo dove si trova ora, con Noel Kreiss.

La presenza di Lightning in questo capitolo è secondaria, focalizzandosi di più sul viaggio della sorella e apparendo soprattutto come voce narrante della storia. Nonostante questo, è colei che ha deciso la missione di Noel all'inizio della vicenda, svolgendo anch'essa il ruolo di attante dell'azione iniziale.

Nel 2014, con il terzo e ultimo titolo della parte di saga a lei dedicata, la combattente torna ad avere i riflettori puntati su di sé, con un'arma che richiama immediatamente la spada di Cloud Strife in *Final Fantasy VII*, tornando a sottolineare il legame ideale con questo personaggio, e un look sempre più ricercato. Se da una parte la si rende sempre più simile a un soldato, sia

nell'aspetto che nei chiari rimandi ad altri combattenti della saga, dall'altra presenta alcuni dettagli, come una mollettina rosa per capelli a forma di cuore a inizio gioco, tratti del volto più raffinati e una cura sempre maggiore negli abiti, tanto da permettere cambi di look nel corso del gioco;

“Non considerando DLC, bonus pre-ordine e i bonus derivanti dal possedere salvataggi di *FFXIII* e *FFXIII-2*, *Lightning Returns* consta la bellezza di 71 costumi in-game. Di questi, 57 possono essere recuperati a qualunque difficoltà di gioco, mentre 13 potranno essere ottenuti soltanto giocando in modalità "Difficile", e un altro ancora sarà sbloccato platinando il gioco”<sup>102</sup>

L'attenzione al personaggio non è però da intendersi solo a livello fisico, anzi. Proprio per l'importanza crescente che stava assumendo nel mondo del fandom, la casa di produzione ha deciso di investire in termini di approfondimento del carattere del personaggio e di marketing per renderlo uno dei più famosi e importanti di tutta la saga sviluppata fino ad allora. In questo terzo titolo, ci si focalizza sulla donna, togliendo eventuali compagni di squadra e facendola interagire molto con diversi personaggi nel corso del gameplay. A proposito di dialoghi, è interessante cogliere alcune sfumature nelle conversazioni che lei intrattiene con altri avatar (da notare come essi siano spesso femminili e di diverse età), per comprendere sia alcune dinamiche sociali e reali che vengono incanalate nel mondo virtuale, così come si può approfondire la natura del carattere di Lightning, che non sembra affatto ammorbidita rispetto agli altri capitoli.

Un primo dialogo avviene verso gli inizi dell'avventura, quando Lightning incontra una ragazza, Chocolina, che dice di conoscerla: porta un costume simile a un Chocobo<sup>103</sup>, da cui il suo nome, che lascia scoperte diverse parti del corpo. Viene presentata come una ragazza spigliata, ironica e leggera, motivo per cui il contrasto con Lightning è notevole, soprattutto a livello caratteriale. Questa distanza viene confermata in questo scambio di battute:

---

<sup>102</sup> Farey B., *Guida agli outfit*, Rinoa's Diary,

[http://www.rinoadiary.it/soluzione/lightning\\_returns\\_final\\_fantasy\\_xiii/?page=testo\\_outfit](http://www.rinoadiary.it/soluzione/lightning_returns_final_fantasy_xiii/?page=testo_outfit)

<sup>103</sup> Animali ricorrenti nella saga di Final Fantasy, simili a gallinacci, di diversa statura e di colore giallo.

- Chocolina: “Per dimostrarti che sono un’amica ti racconterò tutto di me e del mio passato. Tutto è cominciato quando..”
- Lightning: “No aspetta, mi fido. Stai dalla mia parte. Però smettila di blaterare.”

Successivamente incontra una bimba, Dolce, che piange per aver perso il suo peluche di Carbuncle<sup>104</sup> e dice che sa che è stato il Caos ad averlo portato via, quindi non tornerà più. All’inizio, Lightning le si rivolge in maniera dolce, dicendole di provare ad andare a cercarlo, poi la rassicura: “*C’è sicuramente un modo per ritrovarlo. [...] Te lo troverò io, così ci crederai. È un Carbuncle verde di peluche, giusto?*”. Ancora una volta, si mostra un lato più tenero dell’indole della ragazza, dove emerge la sua capacità di stare ad ascoltare i più piccoli e avere comprensione, dietro lo scudo di fredda indifferenza che sembra connotarla.

Un ulteriore dialogo tra lei e una donna si dimostra importante per quanto riguarda la stereotipia di genere. Si tratta di una donna, Solandra, l’unica sopravvissuta a un attacco di un mostro contro un gruppo di tredici cacciatori di taglie e Lightning si propone per andare a sistemare la situazione. Solandra però risponde: “*Ma mi stai a sentire o no? Ha ucciso dodici guerrieri tra i più coraggiosi! Tu sei da sola, e per di più sei una donna.*” Si parte dal presupposto che lei non possa combattere contro il mostro, un assunto che implica diverse problematiche: prima di tutto è una donna che sta sostenendo la debolezza del suo stesso genere. Soprattutto la frase si fa anacronistica in quanto lei stessa non solo è una cacciatrice di taglie, ma è anche la sola sopravvissuta all’attacco del mostro, oltre che essere stata l’unica donna del gruppo di cacciatori.

In seguito alla sconfitta del mostro da parte di Lightning, Solandra si mostra stupefatta: “*L’hai sconfitta! C-come? Come hai fatto a sconfiggerla da sola?*”.

Dopo aver consegnato una ricompensa alla combattente, la cacciatrice ammette:

---

<sup>104</sup> E’ uno spirito d’invocazione ricorrente nella saga di *Final Fantasy*, un piccolo mammifero con un gioiello sul capo ; Durante la missione complementare “*La cosa che ha perso*”, Lightning deve recuperare un Carbuncle di peluche, ma è possibile trovare anche un Carbuncle rosso, che però causerà il fallimento della missione se mostrato alla bambina. Anche in questo capitolo, Carbuncle è un ornamento per Lightning. (fonte : <http://it.finalfantasy.wikia.com/wiki/Carbuncle> )

“Che vigliacca che sono! Alla prima difficoltà me la sono data a gambe. [...] Ma poi ci hai pensato tu, da sola. Quanto sarà stata feroce? Per essere ammazzata da una persona sola... Sei il modello a cui mi ispirerò!”

Al termine dell'incontro dunque, Solandra riconosce la forza e il coraggio di Lightning, elevandola addirittura a suo modello di guerriera. Un'altra nota di rilievo concerne la versione originale del dialogo, dove il sintagma tradotto in italiano con “*una persona sola*” è “*just one man*”: si usa il termine maschile, non un termine generico che indichi un individuo a prescindere dal genere. Dunque, nonostante sia un titolo uscito nel 2014, si fa ancora leva sulla stereotipia di genere e sull'idea della donna come sesso debole, anche se al termine della vicenda la protagonista dimostra di essere l'esempio del contrario.

Sono solo tre esempi di dialoghi che intercorrono tra la protagonista e i vari personaggi secondari che Lightning incontra durante l'ultimo capitolo della trilogia a lei dedicata, un titolo in cui è notevole la presenza di donne come personaggi secondari che lei incontra e con cui avvengono interessanti scambi verbali.

Questo gioco si distingue dagli altri anche per un altro aspetto: la novità sta nel suo lato crossmediale, ossia la possibilità di comunicare direttamente sui social network i propri progressi durante il gameplay. La connessione era possibile con Facebook e Twitter, un'opzionalità chiusa nel 2015 con Facebook e l'anno successivo con il secondo sito.

Nel corso dei capitoli, l'attenzione alla resa sempre più sofisticata dell'aspetto della ragazza si evince in modo chiaro dal lavoro laborioso dello studio grafico; al contempo, la personalità di Lightning diventa più decisa e matura, in particolare nell'ultimo capitolo della trilogia a lei dedicata. Diventa man mano un personaggio a sé stante, indipendente dalla narrazione interna alla saga, con una personalità tale da permetterle di essere estrapolata dal contesto di origine e inserirla in altri ambiti, grazie alla notorietà acquisita nel corso degli anni.

Nel 2011 entra a far parte del gruppo di personaggi di diversi titoli per PlayStation 3, scelti per girare un video<sup>105</sup> con attori in carne e ossa calati nei panni di Kratos di God of War, Nathan Drake di Uncharted, che conversa proprio con Lightning, e altri ancora. Si trattava di un video facente parte della campagna di marketing di Sony dal titolo “Long Live Play”, per celebrare ogni singolo giocatore.

“[...] We’ve painstakingly reviewed each submission and selected a dozen or so die-hard gamers to represent the PlayStation Nation in a brand new Long Live Play campaign that will air on national TV starting October 5<sup>th</sup> (2011, ndr). We think this film provides an insider’s look into what it’s like to be immersed in our universe and why it’s so compelling to game on the PS3. For those already initiated into the Nation, I think you’ll find this film almost like a game itself. You’ll see a rich layering of different characters from some of your favorite game franchises [...] all gathered together saluting “YOU” the PlayStation gamer. [...] Towards the end of the film be sure to notice the collection of photos of your fellow members of the Nation. This is one small way of demonstrating our sincere “Thanks” and to celebrate your tremendous commitment to PlayStation’s thriving community.”<sup>106</sup>

Nel caso di questo personaggio dunque non si sono solo generati discorsi online tipici da parte dei fan, quali apertura di blog, fan fiction, artwork e video, ma anche un nuovo livello di interazione fra utenti e condivisione dei contenuti ad essa relativi, in particolare facendo uso di reti social. Infatti l’interconnessione sopra citata fra il capitolo *Lightning Returns: Final Fantasy XIII* e i social network ha permesso a Lightning di ottenere una visibilità sempre maggiore in ambienti diversi da quelli strettamente connessi al videoludico, tanto da influenzare il comportamento degli utenti di Twitter e indurli all’apertura di numerosi account a lei dedicati.

Questa proliferazione di UGC ha avuto diverse conseguenze importanti: prima di tutto, il fandom ha innalzato la figura di Lightning da personaggio virtuale a reale, in virtù dell’importanza assunta nell’immaginario collettivo, pubblicando post e testi tramite profili social come se fosse la ragazza stessa a

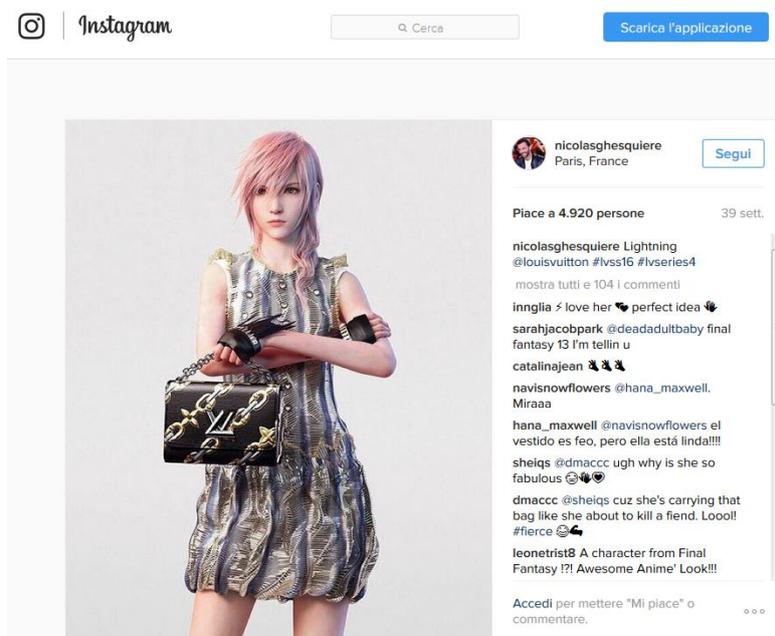
---

<sup>105</sup> *Long Live Play - "Michael"* - SONY PlayStation <https://www.youtube.com/watch?v=1cfdbw9paC0>

<sup>106</sup> Steinberg, S., 5 ottobre 2011, *PlayStation Nation – “Long Live Play” Celebrates YOU*, PlayStation.Blog <http://blog.us.playstation.com/2011/10/05/playstation-nation-long-live-play-celebrates-you/>

gestire quegli account. Questo le ha consentito di vivere una condizione particolare: una sorta di donna “realmente appartenente al solo mondo virtuale”.

Ma non basta: la crescente importanza attribuita a questo personaggio è stata suggellata con l’ingresso “ufficiale” nel mondo reale quando è entrato a far parte di ambiti mai toccati prima d’ora dal videoludico: la moda. Di particolare rilievo è la partnership tra Square Enix e Louis Vuitton alla fine del 2015: la ragazza è stata scelta come testimonial per la celebre casa di moda, secondo la volontà di Nicolas Ghesquière, direttore creativo di Louis Vuitton, come da lui annunciato anche attraverso un post sul suo profilo Instagram<sup>107</sup> (immagine sotto).



Questa decisione rispecchia la sua personalità, in quanto è appassionato di tecnologia e fantascienza. Già in precedenza aveva optato per sfilate ispirate a videogiochi: la sfilata dedicata alla collezione primavera-estate 2016 presentata a ottobre 2015 a Parigi con l’introduzione audio del popolare videogioco Minecraft e la colonna sonora scritta dai Daft Punk per il film fantascientifico *Tron: Legacy*.

<sup>107</sup> Vincent James, 29 dicembre 2015, *Louis Vuitton gains +10 charisma by enlisting Final Fantasy's Lightning*, The Verge <http://www.theverge.com/2015/12/29/10682670/final-fantasy-lightning-louis-vuitton-model>

La sfilata veniva inoltre aperta da una modella con i capelli rosa, che ricorda molto Lightning. In quell'occasione, Ghesquière sostenne:

«Tutti stanno cercando di integrare queste nuove nozioni di digitale, virtuale e cibernetico con le nostre vite reali.»<sup>108</sup>

«Lightning is the perfect avatar for a global, heroic woman and for a world where social networks and communications are now seamlessly woven into our life. She is also the symbol of new pictorial processes. How can you create an image that goes beyond the classic principles of photography and design? Lightning heralds a new era of expression.»<sup>109</sup>

Ovviamente, un'altra motivazione per cui sia stata scelta una testimonial di questo tipo sta nella volontà di avvicinare un nuovo target al brand di lusso, nel tentativo di comprendere cosa può desiderare una generazione più giovane e accendere l'interesse del mercato asiatico.

Infatti, scegliendo questo personaggio per la propria campagna, si fa leva sulla sua fama in Giappone, dove il brand desidera aprire nuovi store e cercare di avvicinarsi ai gusti dei consumatori orientali<sup>110</sup>.

Oltretutto, questa campagna di moda non è la prima per Lightning: nel 2012 aveva partecipato come modella, con altri personaggi di *Final Fantasy XIII-2*, per la collezione primavera/ estate maschile di Prada, anche per festeggiare i 25 anni della saga videoludica<sup>111</sup>. Da sottolineare come Lightning sia non solo l'unica donna della saga ad aver preso parte alla campagna, ma che abbia



<sup>108</sup> 29 dicembre 2015, *La nuova testimonial di Louis Vuitton è Lightning di Final Fantasy*, Il Post.it, <http://www.ilpost.it/2015/12/29/final-fantasy-louis-vuitton/>

<sup>109</sup> Lidbury O., 12 gennaio 2016, *'I am proud to be chosen': Final Fantasy character Lightning on being welcomed into the Louis Vuitton 'family'*, Telegraph.co.uk, <http://www.telegraph.co.uk/fashion/people/final-fantasy-character-lightning-on-starring-in-louis-vuitton-c/>

<sup>110</sup> Patterson M., 29 gennaio 2016, *Pixelthreads: What's the Deal With Final Fantasy and Louis Vuitton?*, The Mary Sue, <http://www.themarysue.com/pixelthreads-final-fantasy-louis-vuitton/>

<sup>111</sup> Mau D., 4 aprile 2012, *PRADA OUTFITS THE CHARACTERS OF FINAL FANTASY XIII-2 FOR ARENA HOMME+ MAGAZINE* Fashionista <http://fashionista.com/2012/04/prada-outfits-the-characters-of-final-fantasy-xiii-2-yes-thats-a-video-game>

posato come modella per una collezione maschile: questo particolare rende maggiormente interessante il personaggio in questione, oltre che accentuare la misoginia della sua personalità.

A dimostrazione della volontà di rendere sempre più reale la figura di Lightning, in occasione della campagna di Louis Vuitton, è stata fatta un'intervista all'eroina, proprio come se fosse una modella in carne e ossa. Ecco alcune parti per evidenziare aspetti rilevanti di questo evento singolare:

***Is it your first campaign? How do you feel to be part of the 'fashion family' along with Jennifer Connelly, Michelle Williams, Alicia Vikander?***

They are in a completely different world. As part of the family, but I have so much to learn to catch up to these radiant women who are light years away from where I stand. [...] Fortunately, I'm not one to give up. One of my strengths is "experience." I'm no stranger to overcoming challenges and finishing what I've set out to do. I can face any kind of trial as long as I remember the following words: *It's not a question of can or can't. Some things in life you just do.*

***What do you think about Nicolas Ghesquière's vision and his collections? Do you recognise yourself in his creations?***

Though his style was new to me, the moment I laid eyes on his collection, it was as if I was hit by a bolt of lightning. I knew that with this, people could change. *I could change.* [...] All this time, I thought the only style that suited me was one that mirrored who I was: strong and tough. But I was wrong. He changed the way I see myself.

***What does it feel like to become a Louis Vuitton ambassador?***

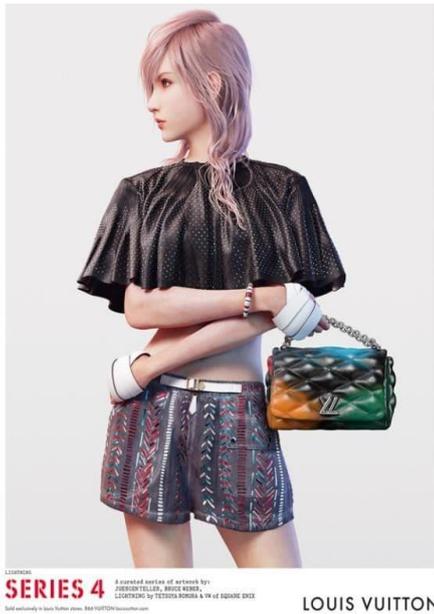
My clothes were nothing more than armor to stay alive; "dressing up" was a concept I've never had. Perhaps that makes me an unseemly choice as ambassador. But this experience has opened my eyes. Fashion [...] displays the essence of who you are to the people around you. It makes me feel excited, a feeling similar to when I venture to unknown lands. [...].<sup>112</sup>

L'aspetto più interessante di questa intervista è la messa in luce dell'identità della ragazza proprio come se fosse una persona reale, con progetti, ambizioni, nonché rivelazioni che confermano l'analisi precedentemente proposta circa la sua natura: afferma di essere una persona dal carattere forte, sempre focalizzata sui suoi obiettivi, ma evidentemente "umana" (per quanto si possa oggettivamente

---

<sup>112</sup> Lidbury O., 12 gennaio 2016, 'I am proud to be chosen': Final Fantasy character Lightning on being welcomed into the Louis Vuitton 'family', Telegraph.co.uk, <http://www.telegraph.co.uk/fashion/people/final-fantasy-character-lightning-on-starring-in-louis-vuitton-c/>

attribuirle questa accezione del termine). Come spesso accade alle “vere” donne, il mondo della moda e il modo di vestirsi hanno cambiato la percezione che lei stessa ha della sua persona, dimostrandola ultimamente vulnerabile alle influenze esterne e all’appeal che il brand ha avuto su di lei.



Al termine di questa analisi sulle figure femminili proposte nella saga Final Fantasy, è possibile osservare come entrino in gioco diversi aspetti particolari circa la rappresentazione della donna da parte di Square Enix. Si può innanzitutto tracciare uno sviluppo cronologico del concepimento della personalità, fisica e psicologica, del personaggio proposto, che diviene sempre più complesso e approfondito. Questo lavoro sempre maggiore va di pari passo con le migliorie apportate ai gameplay dei videogiochi stessi, che migliorano sempre di più dal punto di vista narrativo, per incontrare e soddisfare i gusti del pubblico che è sempre più alla ricerca di prodotti strutturati. Per questo motivo, i personaggi in primis devono presentarsi come persone sempre più reali.

Da una parte è stata analizzata la duplice figura della strega madre, due ruoli apparentemente contraddittori che non possono convivere nella stessa persona. L'analisi si è focalizzata sulle influenze socio-culturali circa l'ideazione del

personaggio, tenendo in considerazione sia l'origine nipponica della casa di produzione, sia il tentativo di offrire un prodotto che potesse incontrare il gusto e la cultura occidentale. In ogni caso, già nel 1999, in un'epoca dominata da poche figure videoludiche femminili e sessualizzate, Edea Kramer ha introdotto un ruolo unico e particolare nella storia dei videogiochi fino a quel momento, calandosi nel doppio ruolo di strega e madre e mostrando le due facce della stessa medaglia: come una donna può mostrare due personalità così diverse, seppure questo fosse dovuto a interventi esterni alla sua volontà.

Dall'altra parte, è possibile notare i cambiamenti nella concezione dei personaggi, mutamenti ben ritrovabili in Lightning Farron, in seguito a cambiamenti sociali, tecnologici e soprattutto inerenti al mercato di riferimento e a una maggiore conoscenza e accettazione della cultura orientale nel mondo, grazie a film, manga e anime. Infatti, oltre a ritrovare in lei i tipici connotati di personaggi disegnati secondo una visione distante dalla nostra, si ha a che fare con una persona virtuale talmente ben definita nelle sue caratteristiche e nella profilazione della sua identità e background personale da renderla una figura indipendente dalla saga e permetterle di vivere anche al di fuori di essa. Non solo è una persona quasi in carne ed ossa, ma è in grado di destreggiarsi in contesti altri rispetto a quello videoludico: diventa una modella, rilascia interviste, gestisce account su Twitter.

### 2.1.2 La ragazzina e adolescente nelle *graphic adventures*

Nel corso degli anni, la produzione videoludica ha aperto la via a rappresentazioni di personaggi di età diverse, sia per una questione di variazione del tema (per non proporre sempre lo stesso tipo di avatar adulto e generalmente maturo), sia per incontrare quella fascia di giocatori più giovane che potesse calarsi maggiormente nei panni delle figure videoludiche create.

È così che anche bambini e adolescenti assumono ruoli sempre più centrali nel gameplay degli ultimi anni: possono presentarsi come "braccio destro" del

protagonista principale, fino a comparire come protagonisti stessi della narrazione. Un esempio di aiutante è Ellie, una quattordicenne che accompagna il contrabbandiere Joel in *The Last Of Us* (2013) e che compie le stesse azioni solitamente attribuite a un adulto: avere a che fare con armi da guerra, scappare da militari ed esperire situazioni di pericolo anche estremo, dimostrando però un ingegno equivalente a quello di un mercenario scaltro e astuto.

Un altro caso celebre di ragazza nel ruolo di protagonista è Jodie Holmes in *Beyond: Two Souls* (2013), presentata in un viaggio alla scoperta della sua infanzia fino al primo periodo dell'età adulta, analizzandone le varie fasi di crescita e sviluppo della giovane.

Nel corso della presente ricerca, ci si concentra soprattutto sulla figura di due ragazzine che si dimostrano particolarmente autonome e indipendenti, due donne adulte imprigionate nel corpo di un'adolescente. Il primo caso prende in esame una bambina, Clementine, nel ruolo di protagonista in *The Walking Dead: Season Two* (2013), mentre il secondo si focalizza sulla figura di Maxine Caulfield e del suo legame con l'amica Chloe Price in *Life is Strange* (2015).

- La bambina matura: Clementine (*The Walking Dead: Season Two*)

*The Walking Dead: Season Two* è un capitolo della serie di videogiochi lanciata da Telltale Games e ispirati ai fumetti omonimi ideati da Robert Kirkman. Dalla prima forma testuale di fumetto, la storia è stata riproposta anche come serie tv, videogiochi e altri testi ancillari, dimostrandosi una fonte fruttifera di contenuti di tipologia mediale diversa, dimostrando la natura transmediale del prodotto in questione. La storia tratta di un mondo invaso dagli zombie, catapultando il pubblico in un'atmosfera apocalittica, nella quale piccoli gruppi di umani cercano di sopravvivere, nonostante le dure condizioni di vita.

La serie di videogiochi è stata proposta come un ciclo di avventure grafiche punta-e-clicca, ideate secondo il modello stilistico dei fumetti, e incentrate sull'analisi e sviluppo dell'identità dei personaggi.

Si vuole far comprendere al giocatore l'importanza di ogni scelta compiuta, di come ognuna di queste possa cambiare le sorti delle persone, spesso mettendo in questione anche l'etica e la morale del giocatore. Se da una parte ci sono sicuramente elementi surreali, per mantenere la dimensione ludica e di distacco dalla realtà (come l'invasione di zombie), la narrazione vuole simulare anche un'esperienza di vita vera. Il giocatore si trova costretto a prendere decisioni dalle quali non può sfuggire, né tornare indietro e, proprio come nella realtà, non può nemmeno sapere con precisione quali conseguenze possano esserci in base a quanto scelto.

Il gameplay si presenta piuttosto articolato, poiché è scandito da scelte tra diverse opzioni poste al protagonista, quindi ultimamente al giocatore. In base all'opzione selezionata, la storia segue percorsi differenti, che cambiano il corso della narrazione anche in maniera radicale e significativa. Altrettanto complesso è il background dei protagonisti, che viene analizzato in profondità durante il gioco.

Tale articolazione narrativa si riflette nell'ideazione del profilo personale dei vari personaggi proposti, giungendo alla decisione originale di proporre una bambina di otto anni come protagonista del secondo capitolo della serie videoludica.

Si tratta di Clementine, personaggio secondario nel primo titolo della serie, su cui si incentrano le vicende nel gioco preso qui in esame. È una bambina dalla personalità molto particolare, soprattutto perché denota già un'arguzia e freddezza non comuni per la sua età. Orfana di genitori, Clementine si mette in viaggio da sola ed è abituata a vivere con persone che non siano parenti stretti o familiari, riesce ad affrontare numerose difficoltà e sa usare una pistola in maniera del tutto naturale per difendere se stessa e i compagni di viaggio dai non-morti, i cosiddetti *walkers*.

Per conferire maggiore realismo e autenticità all'esperienza vissuta, ci sono dei segnali durante il gioco per indicare che i personaggi a cui Clementine si rivolge, si ricorderanno delle risposte e degli atteggiamenti che la bambina ha tenuto nei loro confronti.

Ogni mossa e azione viene dunque registrata e ha conseguenze precise, rendendo ogni esperienza di gioco unica e diversa da quella che possono avere altri giocatori: in questo caso, viene abolita molta distanza tra l'avatar virtuale di Clementine e il giocatore, non dal punto di vista fisico (essendo un videogioco in terza persona), ma sul lato decisionale. Nelle mani del giocatore non viene riposto solo il personaggio della bambina, ma anche il destino di tutti i protagonisti del gioco. Nonostante si tratti di finzione, la trama sottostante fa comprendere al giocatore l'importanza di ogni scelta nella vita e di come ognuna di queste possa cambiare le sorti delle persone, anche in maniera radicale.

Nel momento in cui ci si trova di fronte alle risposte a scelta multipla da parte della protagonista, le opzioni proposte sono di diverso tipo: si va dalle risposte più secche e sfrontate, a quelle più moderate per mantenere un atteggiamento diplomatico, fino alla scelta stessa di non rispondere, segnalata da puntini di sospensione (questa tipologia di opzione è disponibile quando si hanno quattro scelte, durante i dialoghi). In caso di azione invece, le opzioni sono solo due e ad esclusione l'una dell'altra: ad esempio, salvare una persona o lasciarla in balia dei non-morti, lasciar vivere il cane che si incontra all'inizio del gioco o lasciarlo soffrire a causa delle sue ferite.

La vicenda di Clementine viene proposta in questo gioco, suddiviso internamente in cinque episodi, durante i quali si vive un'esperienza profondamente coinvolgente. Ci si immedesima sempre di più con l'avatar, proprio perché gli sviluppatori hanno puntato molto sull'aspetto psicologico della narrazione.

Nonostante la situazione in parte surreale, per ricordare che ci si trova pur sempre in un videogioco, il gameplay approfondisce molto l'individualità dei personaggi e le relazioni che intercorrono tra loro. Si mette in evidenza come le persone possono reagire di fronte a una situazione di emergenza e di pericolo, inserendo nella storia anche una donna incinta, Rebecca, e una ragazzina con problemi patologici di ansia, Sarah. Si può notare dunque come vengano proposti

casi di personalità differenti tra loro, per mettere il giocatore di fronte a situazioni che richiedono diverse modalità di approccio e di comunicazione.

Analizzando il personaggio di Clementine, si osserva come la narrazione la ponga nel ruolo di mediatrice e di conoscenza comune ai vari gruppi di persone che si incontrano – scontrano nel gioco, andando anche a definire e modificare i rapporti tra di loro: ad esempio favorisce i rapporti pacifici con il gruppo di Kenny, un uomo che la bambina conosceva già dal primo episodio della serie.

Dunque, Clementine si ritrova a dover prendere decisioni fondamentali: salvare la vita di una persona battendosi contro i *walkers*, proteggere Sarah dagli estranei e cercare di non alimentare la sua ansia, oppure stare vicina a Rebecca, in particolare nel momento del parto. Clementine può essere quindi definita come un avatar dalla “personalità tridimensionale”: secondo Francesco Alinovi, questo termine indica quei personaggi che presentano una psicologia complessa, comprensibile attraverso i loro comportamenti, la loro storia personale e le idee<sup>113</sup>.

Inoltre, è possibile comprendere ancora meglio questo tipo di avatar se si considera l’analisi di Bruno Fraschini circa le quattro tipologie di protesi digitali: nel caso di Clementine, si può parlare di *protesi digitale personaggio*: si tratta di una figura già ampiamente dettagliata, che lo studioso definisce così:

“Solitamente i personaggi già caratterizzati sono mostrati al nostro controllo in terza persona, così possiamo vederne le movenze, i vestiti, le espressioni facciali. Qui l’identificazione è ambigua: l’utente tende ad identificarsi con il personaggio delle vicende narrate e partecipa emotivamente alle sue avventure. Tutto questo però considerandolo “altro da sè” perchè il personaggio è troppo caratterizzato”<sup>114</sup>.

Oltre a questa caratteristica e alle analisi precedentemente esposte sulla tipologia di scelte di fronte alle quali viene posto il giocatore, è importante notare che, nel caso di Clementine, si va a influire sul destino altrui e non su quello del protagonista. Il personaggio direttamente controllato dal giocatore si impone come

---

<sup>113</sup>Francesco Alinovi, *Game Start! Strumenti per comprendere i videogiochi*, Milano, Springer, 2011, pp. 240-241.

<sup>114</sup> Bruno Fraschini, *Videogiochi & new media*, in Matteo Bittanti (edited by), op. cit., 110-117

decisore e attante, come nei casi della saga di *Final Fantasy* sopra analizzati, stabilendo determinate dinamiche che riguardano direttamente la vita o la morte degli altri.

Ernest W. Adams, game designer, autore e uno dei fondatori di IGDA (International Game Developers Association), a proposito di questo argomento, sostiene:

The main character is an extension of ourselves, a sort of prosthetic limb reaching into the game world. If he "dies" before the end of the game, it's irritating, frustrating perhaps, but we know in our hearts that this was not the way things were supposed to be, and we restart the game and resurrect the character without any real sense of loss.

When another character dies, however - a non-player character, to use role-playing terminology - we can't be sure that it wasn't the action of a cruel fate; that that character might have been destined to die no matter what we do about it. It has partly to do with the sense of control. In real life we love others differently from the way we love ourselves, precisely because they are not ourselves. In games we mourn the deaths of others differently from the way we mourn the death of ourselves, again, because they are not ourselves and we are not the masters of their destiny. To make death meaningful in a computer game, it is not the player who must die, but the player's friends.<sup>115</sup>

Il lutto e la morte, solitamente violenta, sono due temi ricorrenti in questo capitolo di TWD: il giocatore ne fa esperienza in modo ricorrente e, man mano che si prosegue nella narrazione, la perdita di un personaggio diventa sempre più dura, proprio perché il coinvolgimento emotivo e l'immedesimazione con Clementine sono molto forti. Lei stessa si lega in maniera particolare ad alcuni compagni di viaggio e interagisce con diverse figure femminili. Tra queste, è importante analizzare il rapporto che si crea tra lei e Sarah e la relazione più difficile e complessa con Rebecca.

Sarah è una studentessa quindicenne con problemi patologici di ansia, motivo per cui il padre Carlos, un medico, ritiene sia meglio tenerla sotto controllo nell'ambiente domestico protetto. In questo modo, lei sembra spesso ignorare quanto avvenga nel mondo fuori casa, così come appare piuttosto ingenua e

---

<sup>115</sup> Adams E. 19/05/2000, *Death (and Planescape: Torment)*, [http://www.gamasutra.com/view/feature/131574/death\\_and\\_planescape\\_torment.php](http://www.gamasutra.com/view/feature/131574/death_and_planescape_torment.php)

fragile: per questi motivi, quando Clementine fa conoscenza della ragazza e del padre, quest'ultimo le dice: *"If she ever knew how bad the world is... what it's really like out there... she would cease to function"*. Carlos infatti desidera che la figlia rimanga sempre distante da qualsiasi situazione problematica avvenga durante la storia, per paura che possa avere una delle sue crisi d'ansia.

Purtroppo però, la figura paterna verrà a mancare e l'unico riferimento per Sarah è perso. In questa occasione, i suoi disturbi sono evidenziati in modo particolare, poiché (se Clementine l'aveva salvata in precedenza) lei dice di stare aspettando il ritorno di suo padre. Dunque non è al corrente di quanto è accaduto, oppure reagisce in una sorta di negazione della morte del padre.

Tra le varie azioni possibili nei suoi confronti, Clementine cerca di stare al suo gioco, trattandola come un'amica e mettendola a suo agio. Da una parte, la bambina può prendersene cura come una sorella maggiore e una figura materna, oppure può rivelarle la verità e andare contro le indicazioni di Carlos. Le interazioni con Sarah sono piuttosto frequenti, essendo un personaggio presente fino al quarto episodio del gioco, e le opzioni di risposta nei suoi confronti si dividono sempre fra quelle che denotano un atteggiamento protettivo e altre che rivelano un modo di fare più diretto. La bambina si cala ancora una volta in un ruolo detenuto normalmente da persone più grandi di lei, ha a che fare con problematiche psicologiche di cui una sconosciuta è affetta e può decidere di prestarvi attenzione, nonostante la situazione di emergenza e pericolo sia costante.

Clem può anche decidere di assumersi la responsabilità di errori commessi da Sarah nel terzo episodio, che turbano William Carver, un despota a capo di un gruppo di persone che si è formato in seguito all'apocalisse degli zombie. Quest'uomo è uno dei principali antagonisti della storia; inoltre, viene identificato come il possibile padre del bambino che Rebecca porta in grembo.

Le reazioni di Carver nei confronti di Sarah sono dure e crudeli, tanto da costringere Carlos a punire la figlia, dandole uno schiaffo. Così facendo, il padre va contro i suoi principi, poiché si è sempre mostrato protettivo verso la ragazzina

e aveva sempre evitato gesti violenti nei suoi confronti. Non c'è modo di evitare questo evento e in seguito Clementine cerca di far capire a Sarah, visibilmente scossa, che il padre è stato obbligato a picchiarla e che non aveva nessuna intenzione di farle del male.

Per quanto il giocatore desidera prendersi cura della ragazzina, Sarah muore al termine del quarto episodio: viene uccisa dagli zombie in seguito al crollo del tetto di un punto di osservazione, dove il gruppo si era riparato, e anche se Clementine decide di far scendere Jane, una componente del gruppo, per salvarla, un asse cade e impedisce alla donna di raggiungere Sarah ed estrarla dalle macerie.

Clementine vive una relazione particolare anche con Rebecca, una donna forte, dal deciso senso pratico e dall'atteggiamento talvolta burbero e brusco. Questi tratti vengono sempre più addolciti nel corso della storia, man mano che si avvicina il momento del parto. La donna, come affermato in precedenza, aspetta un bambino, ma non sa nemmeno lei a chi attribuirne la paternità, se sia di Carver o del marito Alvin.

Questa incertezza la rende nervosa e non le consente di vivere bene la relazione con la bambina, piuttosto tesa all'inizio. L'atmosfera viene resa più pesante anche per via della situazione di incertezza e pericolo nella quale si trovano; la donna considera Clementine un problema, nel caso la bambina riveli il dubbio della donna circa la paternità del figlio che porta in grembo.

Man mano che la storia prosegue, il rapporto tra le due è sempre meno conflittuale: Rebecca comprende che Clementine non è nociva e che non arreca danno agli equilibri interni al gruppo. Quando ci sono momenti di pericolo, come attacchi di zombie o rischiano di essere scoperti dal gruppo di Carver durante il tentativo di fuga da quest'uomo, Rebecca si preoccupa per la salute della bambina. Nei momenti di dolore fisico e psicologico della donna, la piccola Clem si mostrerà sempre attenta al suo fianco: ci sono molti momenti di conversazione più o meno lunghi e profondi, come quello in cui la donna le rivela che non ricorda

l'ultima volta che aveva detto al marito che lo amava. La riflessione si fa più amara e dura da sopportare, poiché in quel momento l'uomo era già morto.

Il rapporto tra le due evolve sempre di più, nel momento in cui Rebecca dà le istruzioni a Clementine per attuare il piano di fuga del gruppo dall'edificio della Howe's Hardware, dove i nostri sono tenuti prigionieri da parte di Carver e dal suo gruppo. La collaborazione tra le due sancisce una svolta importante nella loro relazione, che avviene però al termine della storia, quando la donna è in procinto di partorire e gli sviluppi saranno più difficili del previsto.

Clementine si rivela una figura di sostegno e supporto per la donna in questi passaggi della narrazione, poiché oltre a realizzare quello che lei non può fare per via della gravidanza, dà supporto a Kenny nel momento del parto. Il figlio verrà chiamato Alvin JR in onore del marito, soprattutto per mettere a tacere le voci sul presunto tradimento con Carver.

È proprio dopo aver dato alla luce il piccolo che l'intesa tra le due raggiunge l'apice: i rapporti sono così stretti e pacifici che Rebecca vuole che la bambina tenga in braccio il neonato. Non solo: la donna le dice che dimostra di essere naturalmente portata per avere a che fare con i più piccoli, un apprezzamento molto tenero che per qualche attimo fa scordare al giocatore tutto il male e le situazioni nefaste in cui si è trovato durante il gioco.

La sintonia che si crea tra le due è molto emozionante, simbolo della tipica unione fra donne che si rivela vincente quando si tratta di portare a termine la missione di salvataggio dell'intero gruppo. Inoltre, per quanto brevi, i momenti di dialogo tra le due denotano un'intesa e una sinergia particolare e unica, che mette in rilievo diversi aspetti importanti: prima di tutto, il fatto che le uniche due donne rimaste nel gruppo sin dall'inizio abbiano trovato un equilibrio e la capacità di tollerarsi sempre di più, fino a stabilire un rapporto di affetto.

Un'altra caratteristica importante riguarda la stessa Clementine, che ancora una volta dimostra di essere una figura materna e molto più matura per la sua età. Sa prendersi cura del piccolo e stare accanto a Rebecca fino alla fine, dopo aver

dimostrato di essere una persona affidabile nonostante sia solo una bambina. Infine, si verifica una sorta di passaggio di testimone, quasi preannunciato dall'osservazione di Rebecca circa il naturale istinto materno di Clementine: a causa della notevole perdita di sangue *post-partum* e ipotermia, la donna muore improvvisamente e si trasforma in zombie: temendo che morda il neonato, la bambina può decidere di ucciderla o di chiedere aiuto (in questo caso, è Kenny a sparare a Rebecca). Dunque sarà proprio Clementine a occuparsi di Alvin JR, giungendo alla fine del quinto episodio, dove non si sa come proseguirà la storia, ma si sa soltanto che il neonato rimane affidato alle cure della bambina.

In conclusione, si può affermare che il caso di *The Walking Dead: Season Two* è molto particolare in fatto di ideazione del personaggio protagonista. Per quanto ci siano diversi personaggi importanti nella narrazione, il gameplay è costruito in modo tale che siano le scelte e le azioni della bambina a essere cruciali per lo svolgimento della storia. Il fatto che una piccola, minore di dieci anni, si assuma delle responsabilità così grandi, è sicuramente frutto di un'esagerazione a scopo videoludico e di finzione, ma vuole anche denotare il fatto che non sia totalmente strano e lontano dalla realtà.

Purtroppo, capita nella realtà che ci siano bambini, soprattutto soli, che si trovano a dover fare i conti con scelte e responsabilità difficili da assumere, ed è significativo il fatto che i creatori di Telltale Games abbiano scelto proprio Clementine come personaggio principale, sia per la tenera età, che per il genere femminile. Infine sono anche i suoi compagni di viaggio che la trattano spesso come una donna adulta, o comunque come una persona ben più grande della sua età, senza fare distinzioni nella suddivisione dei compiti all'interno del gruppo, composto da soli adulti a eccezione della piccola e di Sarah.

Da una parte, alcune delle scelte di dialogo che lei può fare, rispecchiano frasi e pensieri dettate da un'ingenuità infantile di cui si può ritrovare qualche traccia, nonostante gli eventi di cui è ed è stata protagonista fino a quel momento del gioco. Dall'altra parte però, tiene comportamenti duri, con un sangue freddo tipico di un adulto, che non ci si aspetterebbe da una ragazzina.

Questa scelta può essere stata fatta sia per avvicinare giocatori di età diverse, e quindi anche mature, ad un personaggio all'apparenza infantile, sia per rendere più avvincente il gioco stesso e creare un personaggio così diverso e singolare, dal carattere spiazzante. Non ci si aspetterebbe mai che una bambina possa agire in quel modo e in totale naturalezza.

- L'adolescenza e i suoi problemi: Maxine Caulfield in *Life Is Strange*

Se finora sono stati presi in esame dei casi di personaggi di età molto diverse e appartenenti ad ambienti fantastici e surreali, non poteva mancare la figura di Maxine Caulfield. Si tratta della protagonista nell'avventura grafica *Life is Strange*, videogioco prodotto da Dontnod Entertainment, pubblicato da Square Enix e acclamato dai giocatori di tutto il mondo e dalla critica. Ha ottenuto importanti riconoscimenti, come il BAFTA Games Award per la Migliore storia, il Peabody-Facebook Futures of Media Award e The Game Awards' Games con un Impact Award<sup>116</sup>.

Questi premi sono stati ottenuti poiché si tratta di una storia molto particolare, a tratti paragonabile a *The Walking Dead: Season Two*: benchè vi siano elementi surreali e di difficile aderenza alla realtà, il cuore del gioco si basa sulle relazioni che la ragazza intreccia e approfondisce con chi la circonda. In questo caso però si tratta soprattutto di coetanei, tra cui è possibile rintracciare numerose figure femminili importanti per lo svolgimento della narrazione. Un altro tratto in comune con il titolo della Telltale Games è il genere: anche in questo gioco, la narrazione avanza a seconda delle scelte fatte dal giocatore tra le opzioni proposte.

A differenza di *TWD*, la libertà di indirizzare il gameplay in una direzione personale è di molto inferiore, poiché si è costretti a riavvolgere il tempo qualora non sia stata selezionata l'opzione corretta per proseguire. In questo gioco infatti, Max deve sempre compiere la scelta migliore da un punto di vista etico e morale, rivelandosi come un personaggio sempre corretto e rispettoso verso gli altri.

---

<sup>116</sup> [https://en.wikipedia.org/wiki/Life\\_Is\\_Strange](https://en.wikipedia.org/wiki/Life_Is_Strange)

*Life is Strange* è una storia che propone moltissimi spunti di riflessione sulla vita sociale tra adolescenti e giovani adulti, mettendo in scena numerose situazioni di problematiche relazionali comuni, sia fra coetanei che con gli adulti. Nel corso dell'analisi, si vedrà anche come la narrazione dà una risposta alla domanda che tutti si pongono almeno una volta nella vita: “come sarebbe andata se avessi agito in modo diverso?”.

Maxine Caulfield, comunemente chiamata Max, ha 18 anni ed è una studentessa di fotografia presso la Blackwell Academy ad Arcadia Bay, una città di fantasia. Ama la fotografia e porta sempre con sé la sua fotocamera analogica istantanea, per scattare foto di qualsiasi tipo e quando ritiene opportuno catturare un dato momento. Proprio le fotografie svolgono una funzione importante nella storia: oltre a rappresentare i ricordi del passato, soprattutto quello che riguarda lei e la sua amica Chloe Price, la ragazza ha il potere di riavvolgere il tempo e tornare esattamente al momento “fermato” nella foto.

Questa sua caratteristica è fondamentale nello svolgimento della storia, portando la protagonista a indebolirsi sempre di più a causa dello sfruttamento del suo potere, ma anche perché alla fine della storia si avrà la dimostrazione che, nonostante si possieda il potere di riavvolgere il tempo per cambiare il passato, non sempre questo può migliorare gli eventi.

In generale, si può affermare che i vari personaggi nel gioco rappresentano ciascuno una figura stereotipica dal punto di vista sociale: se Max è la tipica “brava ragazza”, timida, corretta e generosa, la sua amica Chloe è l'incarnazione del modello di punk-rocker, sia nell'abbigliamento che nei modi di fare. Altri stilemi sociali sono rappresentati dal gruppo di ragazzi benestanti, maschi e femmine, dall'atteggiamento snob e prepotente, poiché ritengono di poter fare tutto quello che desiderano e di trattare i compagni come loro sottomessi.

Il fatto di presentare personaggi stereotipati può sembrare limitante dal punto di vista creativo e narrativo. In realtà, i personaggi vengono presentati con un profilo psicologico approfondito, oltre che inseriti in un modello narrativo molto

aderente alla quotidianità del giocatore: ad esempio, si scambiano messaggi di testo, usano la rete Internet, tengono diari e annotazioni personali (che il giocatore può leggere e osservare da vicino), frequentano fast-food e partecipano a feste ed eventi scolastici, secondo le usanze tipiche della cultura americana.

Inoltre, la narrazione viene inserita in un contesto ricco di sfumature e temi tanto interessanti, quanto attuali e profondi: corruzione, perdita dei propri cari, omosessualità e bisessualità, bullismo e cyberbullismo con il conseguente tentativo di suicidio da parte di chi ne è vittima e uno spaccato approfondito sull'adolescenza contemporanea, i cui problemi rispecchiano la tipica fatica di crescere in questa fase della vita. Sono proprio questi i tratti che hanno determinato il successo del videogioco, narrando una storia emozionante e coinvolgente.

In tutto questo, Max si trova al centro di diversi snodi narrativi, poiché il gioco si basa sui rapporti che lei intrattiene, in modo più o meno approfondito, con amici e adulti. Le relazioni più importanti, sia rispetto al gameplay che nell'ambito della presente analisi, sono l'amicizia con Chloe e i rapporti con le compagne di scuola, in particolare Kate Marsh e Victoria Chase.

#### Max e Chloe

Il rapporto tra le due ragazze è molto particolare, poiché non si tratta di semplice amicizia e intesa, bensì di una relazione costruita e sviluppata in maniera ottimale per approfondire tematiche importanti: la malattia, la complicità anche nei momenti più difficili e di pericolo, la genuinità e il vero significato dell'amicizia.

Innanzitutto, le due ragazze sono molto diverse l'una dall'altra: se Max è timida e riservata, Chloe è molto più spigliata e spericolata, con uno stile di vita radicalmente cambiato: da ragazzina tranquilla e spensierata, a giovane donna abituata a vivere a contatto con clochard, tra discariche e criminali e senza remore nel provare a fumare uno spinello, bere alcol e mantenere uno stile di vita

sregolato. Questo cambiamento può essere stato determinato da due eventi che hanno segnato in maniera importante la vita della ragazza: prima la perdita del padre e l'entrata in scena successiva del patrigno, poi la scomparsa di una sua cara amica, Rachel Amber.

Si crea una sorta di triangolo fra queste ragazze: da una parte, Max è invidiosa di Rachel, poiché sembra sia migliore di lei e che Chloe la apprezzi di più, motivo per cui è così preoccupata per la sua scomparsa e non vede l'ora di mettersi alla sua ricerca. Dall'altro, è la stessa Chloe ad affermare che per anni avrebbe voluto assomigliare a Max, dimostrando che l'amica è stata per lei un modello da seguire. Infatti le due ragazze si conoscono da molto tempo e condividono momenti intensi durante la settimana di tempo vissuta nel gameplay, precisamente dal 7 all'11 ottobre 2013. Si mettono alla ricerca di Rachel, entrando di soppiatto alla Blackwell Academy di notte, frugando tra documenti privati del preside e cercando di fare luce sull'implicazione della benestante famiglia Prescott in questa sparizione. Inoltre, si lascia dedurre che l'affetto di Chloe nei confronti di Rachel fosse più intenso dell'amicizia, ma che ci fosse una sorta di relazione omosessuale. Questa sua inclinazione sembra trovare conferma in questo dialogo con Max, a casa di Chloe, mentre questa propone a Max di cambiare stile di abbigliamento e scegliere dal suo armadio quello che desidera:

Chloe: «Puoi permetterti di scegliere! Tutto quello che vuoi e quando vuoi... per esempio, ti sfido a baciarmi».

Max: «Cosa?»

Chloe: «Ti sfido due volte. Baciami ora».

A questo punto, il giocatore può scegliere se dare il bacio o no, e in ogni caso la scelta non influisce sugli eventi, se non sull'opinione di Max nei confronti di questo gesto. Sono proprio i fatti a cambiare, a seconda di quanto e come la ragazza riavvolge il tempo: lei lo farà sempre più spesso e, in virtù di questo suo potere, è possibile vivere diverse esperienze, anche completamente opposte tra loro. Lei vorrebbe rendere felice Chloe, tornando indietro nel tempo ed evitando che il padre muoia in un incidente d'auto. Così facendo però, tutto cambia

radicalmente e quando Max torna ad Arcadia Bay trova l'amica paralizzata, perché nella modifica degli eventi è Chloe ad essere rimasta vittima di un incidente d'auto. Inoltre, il suo spirito punk rimane inesperto, se non per via di siti e riviste di quel genere: dal punto di vista estetico, nulla fa pensare che possa apprezzare quello stile di pensiero.

Questo avvenimento è uno dei chiari esempi con cui i creatori della storia vogliono trasmettere il messaggio che, anche se si potesse cambiare il corso della storia con intenti benefici, non è detto che si possa ottenere il risultato sperato e che le cose siano effettivamente migliori di come siano state vissute.

Questa realtà alternativa si chiude con Chloe che chiede all'amica di porre fine al suo dolore, aumentando la dose di morfina e lasciando che si addormenti definitivamente nella sua cameretta, mentre stanno guardando foto e vecchi ricordi di infanzia. In tal modo, si assiste anche a un episodio di eutanasia, in quanto la ragazzina sa che non potrà mai rimettersi completamente e Max esaudisce il desiderio dell'amica, nonostante sia molto difficile per lei compiere questo gesto e abbia provato a farle cambiare idea in ogni modo.

Il gioco pone il pubblico di fronte a temi molto delicati e dibattuti, dall'evidente importanza etica e morale. Come è stato mostrato nell'analisi, molti di questi caratterizzano il rapporto stabilito tra le due ragazze, che per certi aspetti possono considerarsi l'una l'alter ego dell'altra, una caratteristica espressa anche visivamente poiché indossano anche vestiti di colore opposto (cfr immagine).



È proprio in virtù di queste differenze che si crea una sinergia e una complementarità tali da mettere in scena una narrazione potente, emozionante e molto profonda. Le due ragazze vivono in prima persona delle situazioni dure e piuttosto crude, soprattutto verso la fine della storia. Ad esempio, Chloe viene usata come “modella” dal professor Jefferson, insegnante di fotografia all’accademia, per le sue foto: scene crude ma vere, dove si mostra la perversione di quest’uomo che rapisce le ragazze, una per volta, le droga e scatta loro delle foto mentre sono sotto effetto di stupefacenti. Anche Max cade vittima del professore, ma riavvolgendo il tempo riesce a salvarsi e fare sì che venga arrestato.

Una volta ancora, la protagonista si cala nei panni dell’eroina per far trionfare la giustizia e compiere sempre la scelta moralmente corretta, un ruolo che riveste nel corso del gioco anche nei confronti di altri personaggi.

#### Max e le compagne di scuola: Kate e Victoria

Le coetanee di Max frequentanti la Blackwell Academy sono molto diverse fra loro, come è normale che sia in un istituto scolastico. In particolare, sono due le ragazze con le quali la protagonista intreccia due rapporti ben distinti.

La prima è Kate Marsh, una timida ragazza sempre molto cortese con tutti, di buona famiglia e molto religiosa. Viene considerata una persona debole, che può essere facilmente sottomessa; infatti, Nathan Prescott, figlio della famiglia più ricca e influente di Arcadia Bay, la rende vittima di uno scherzo di pessimo gusto: durante una serata al Vortex Club<sup>117</sup>, Nathan la droga e la costringe a baciare diversi ragazzi. Inoltre, pare che egli abbia abusato sessualmente di lei, approfittando dello stato confusionale nel quale versava la ragazza.

Questo evento fa riflettere su un fenomeno molto delicato e purtroppo sempre attuale, mettendo in luce la problematica relativa alla circolazione in rete di materiali audiovisivi che riprendono diverse persone e vengono diffusi senza il

---

<sup>117</sup> Gruppo composto da soli studenti di élite, di cui Nathan Prescott e Victoria Chase sono considerati i leader, seppur in maniera non ufficiale.

permesso dei soggetti coinvolti. Questo fenomeno può sfociare anche nel bullismo, o cyberbullismo, poiché questi contenuti creati e caricati nel web hanno come obiettivo la volontà di attaccare le persone ritenute più deboli, sbeffeggiandole pubblicamente e causando talvolta anche dei danni seri alla loro immagine e al loro stato psicologico. Le vittime possono cadere in uno stato di vergogna e imbarazzo tale da condurle a gesti estremi: Kate infatti soccombe sotto il peso di questo avvenimento, tanto da volersi suicidare gettandosi dal tetto della scuola.

Max, grazie al suo dono, riesce a salvarla, quindi viene ricoverata in ospedale, dove riceve le cure necessarie ed è grata alla protagonista per averla salvata. Le due ragazze sono sempre state buone amiche, si frequentavano anche prima dell'incidente, ed è anche per questo motivo che Kate sa di poter contare su Max, soprattutto dopo che le ha salvato la vita e che si è dimostrata una delle poche persone sinceramente interessate ad aiutarla in quel momento difficile.

Ad alimentare i pettegolezzi circa lo scandalo del video virale, un'altra ragazza gioca un ruolo fondamentale: si tratta di Victoria Chase, soprannominata "Queen Bitch" da Max. È un personaggio particolare, si distanzia da quelli analizzati finora, poiché il suo percorso personale è focalizzato sulla riuscita dei suoi progetti e obiettivi, oltre che passare il tempo a sbeffeggiare chiunque.

Si presenta come una ragazza popolare, ricca e viziata, che si ritiene superiore alla maggior parte delle persone, essendo un membro del Vortex Club e comportandosi come leader del gruppo. Questi motivi la inducono a tenere un comportamento scontroso e fastidioso, di cui si ritrovano diversi esempi nella storia: sin dall'inizio, è ben chiaro quale sia il ruolo della ragazza nella storia, ponendosi come antagonista con le sue affermazioni pungenti e talvolta maleducate:

Victoria: «Oh guarda, è Max Caulfield, la p\*\*\*\*\*a da selfie della Blackwell. Che squallida s\*\*\*\*\*a. Anche Mark – il prof Jefferson – si fa infinocchiare dalle tue s\*\*\*\*\*e da hipster. “Il dagherrotipo, professore!” Riuscivi a malapena a pronunciarlo. Immagino tu abbia preso le tue medicine. [...] Oh, aspetta, mantieni quella posa! (le scatta una foto con lo

smartphone). Proprio originale. Non preoccuparti, Max, metterò un filtro vintage su questa foto, prima di postarla su tutti i social network. Ora, Vaffanselfie, che ne dici?»<sup>118</sup>.

Oltre a sbeffeggiare Max, la ragazza scrive sullo specchio del bagno il link al video virale sopraccitato (cfr immagini).



Se finora è stata messa in evidenza nei videogiochi la capacità delle ragazze di fare squadra, di supportarsi a vicenda e di essere state ideate come personaggi positivi, Victoria dimostra di essere l'esatto contrario. Pensa di poter conquistare il successo con mezzi poco corretti, fino al ricorso alla corruzione. Pur di ottenere ciò che desidera, come la vittoria del concorso fotografico indetto dal professor Jefferson, Victoria flirta con lui inizialmente, fino ad arrivare a chiedergli esplicitamente di farla vincere:

Victoria: «Ancora grazie infinite per avermi aiutato a mettere insieme un portfolio».

Mr Jefferson: «Se tutto va bene, il resto della classe seguirà il tuo esempio. Scusami se ero distratto. Come saprai, non è stato un giorno felice per la Blackwell<sup>119</sup>».

Victoria: «So che questo è stato un giorno terribile e può parlare con me quando vuole, signor Jefferson».

Mr Jefferson: «Grazie, Victoria. Sono contento che ci sia stato una sorta di lieto fine». [...]

Victoria: «Beh... questo come influenza il concorso "Eroe di tutti i giorni"?»

Mr Jefferson: «Il concorso è ancora in corso e devo ancora scegliere il vincitore che rappresenterà la Blackwell. Ho tutte le foto eccetto quella di Max...»

---

<sup>118</sup>Tratto dall'episodio 1 *Chrisalis*.

<sup>119</sup> Parlano del caso di Kate Marsh e del suo tentativo di suicidio.

Victoria: «Le darò in una sola parola un'anteprima della foto di Max – selfie. Ascolti, ha visto quel che ho presentato, sa che è meglio di quel che sa fare lei. Non sarebbe fico uscire insieme a San Francisco, Mark?».

Mr Jefferson: «Limitati a signor Jefferson, Victoria, per favore. E, uh... non ho ancora scelto un vincitore».

Victoria: «Lei adora già i miei lavori, quindi non sarebbe come fare favoritismi. Senta, immagini se lei scegliesse la mia foto... Dovremmo passare un sacco di tempo insieme. Sarebbe... divertente, non crede?»

Mr Jefferson: «Voglio pensare che tu non abbia detto nulla di ciò».

Victoria: «Farebbe meglio a scegliere me... altrimenti sarei costretta a dire in giro che lei si è offerto di scegliere la mia foto in cambio di favori o robe simili...»

Mr Jefferson: «Come favore per il tuo futuro, ignorerò anche quella minaccia poco velata. Questa conversazione è ufficialmente chiusa, signorina Chase, adesso le consiglio di fare ritorno al suo dormitorio». <sup>120</sup>

Nonostante il professore si dimostri poco incline ad accettare la richiesta della ragazza, la nomina vincitrice del concorso durante un evento detto “Festa della Fine del Mondo”. Nell’episodio 4, *Dark Room*, Kate Marsh dice che secondo lei Victoria non è gentile, ma crede nel perdono, magari è ingenua ma crede che victoria possa migliorare. Max dice che secondo lei Victoria si comporta in quel modo perché è insicura: verso l’epilogo della storia, si incomincia a intravedere qualche segnale di perdono anche da parte di Max, che aiuta Victoria nonostante l’atteggiamento scorretto di quest’ultima.

Infatti, se fino alla sera della festa, Max e Victoria erano state nemiche, con quest’ultima che snobbava sempre la protagonista, Max cerca di avvertirla dicendole che potrebbe essere la prossima vittima di Nathan. Nonostante non venga dato peso alle sue parole, Victoria cade effettivamente nella trappola, rivelando che il vero colpevole di tutte le scomparse di ragazze è il professor Jefferson. Victoria ammette di essersi sbagliata e che avrebbe dovuto prestare ascolto a Max, rivelando la sua debolezza e soprattutto la situazione paradossale in

---

<sup>120</sup> Tratto dall’episodio 3 *Chaos Theory*.

cui si trova: cade vittima della trappola progettata dallo stesso professore con cui le flirtava e che le ha permesso di vincere il concorso.

A eccezione di questo momento di pericolo, a seguito del quale si salva per via del riavvolgimento del tempo da parte di Max, Victoria non cambia mai atteggiamento nei confronti degli altri, non vi è alcun percorso di “redenzione” o maturazione della sua identità. I suoi rapporti con la protagonista rimangono conflittuali, nonostante quest’ultima abbia cercato di salvarla, andando oltre il fatto di essere stata obiettivo di scherno da parte della ragazza snob. Victoria si discosta dalla categoria di personaggi femminili positivi, per quasi tutta la durata del gioco: è la tipica bulla, maligna, il cui percorso personale può essere associato a quello vissuto dalla strega Edea in *Final Fantasy VIII*. Anche in questo caso infatti, la ragazza comprende i suoi errori e desidera farsi perdonare, soprattutto quando si rivela debole e al pari delle compagne che ha preso in giro a lungo nel momento in cui anch’essa cade vittima del professor Jefferson.

Come è stato presentato in questi ultimi due casi, la serie di personaggi femminili videoludici si è aperta anche ad altri tipi di avatar, che non siano solo donne formose e adulte. L’industria produttiva si è rivolta anche ad altre età e tipi di personaggi che possano conseguentemente riflettere anche altri pubblici, in particolare quello adolescenziale. Questo passaggio è stato eseguito proponendo diverse narrazioni, di cui il secondo capitolo di *The Walking Dead* e *Life is Strange* ne sono un chiaro esempio.

Queste due storie presentano sia aspetti convergenti che divergenti: hanno in comune il fatto di essere avventure grafiche, il cui svolgimento dipende dalle scelte compiute dal giocatore, che si identifica con il protagonista in modo sempre più immersivo. D’altro canto, si mostrano diverse sia per vicende narrate che per gameplay, in maniera parziale. Infatti, se è evidente la distanza nelle storie, può sembrare meno lampante quella che concerne l’aspetto delle meccaniche di gioco.

A differenza di quanto accade in *TWD*, nell’ultimo gioco analizzato si avverte in maniera minore il senso di responsabilità e la tensione in *Life Is Strange*, per via

della possibilità di riavvolgere il tempo e di modificare più e più volte il corso degli eventi. Inoltre si ha a che fare con eventi marcatamente surreali, come i poteri di Maxine di poter tornare nel passato, riviverlo più volte e cambiarlo in diversi modi.

## 2.2 I casi indie

Questa sezione si occupa di esempi di videogiochi prodotti da case indipendenti, con l'obiettivo di provare a fornire una definizione di questa tipologia di prodotto e di proporre esempi di rappresentazione della figura femminile in titoli afferenti a questo genere.

Come affermato in precedenza, il termine *indipendente* si riferisce a giochi il cui sviluppo è cominciato negli anni Novanta da sviluppatori e/o produttori che lavorano singolarmente o in team, tendenzialmente composti da due a circa dieci persone, per lanciare uno o più giochi. Se da un lato, questi studi non hanno risorse economiche notevoli come le major internazionali, dall'altro non hanno obblighi e limiti da porsi in termini di creatività e non devono sottostare agli interessi dei publisher:

“The real appeal to most developers in creating indie games is that they can make their own game. [...] In fact many indie developers see things that are already being done and take it upon themselves to perfect these concepts with some innovative concepts of their own. Since most indie development teams are small, often consisting of only a two to five members (and often only one), indie games are limited in scope as to what they can do. There is only so much content that can be done by a team of this size. The games typically are in smaller in size than what a normal mainstream title would be. This leads Indie games to be often taking the place of what many of us used to play in the arcades”.<sup>121</sup>

La differenza nella produzione *indie* sta anche nei modi in cui il lavoro di uno studio viene finanziato: il denaro necessario all'attività può essere ricavato da campagne di *fundraising* lanciate su siti come Kickstarter, oppure

---

<sup>121</sup> Carrol R., 14/06/2004, *Indie innovation*, Gametunnel.com  
<https://web.archive.org/web/20090615003836/http://www.gametunnel.com/indie-innovation-article.php>

autofinanziandosi. Per questi motivi, le risorse economiche sono normalmente più scarse e limitate rispetto alla disponibilità delle corporation di grandi publisher. Infine, si denota anche una differenza di distribuzione tra la produzione commerciale e indipendente: i titoli *indie*, sin dalle origini, sono primariamente disponibili per PC, essendo lo sviluppo più facile ed economico, oltre che non avere la necessità di dover superare le difficili barriere di publisher più importanti, che rivestono un ruolo di *gatekeeper* sempre più definito.

Nonostante ciò, con lo sviluppo di Internet, delle tecnologie e delle nuove interfacce dei device, questi giochi sono distribuiti oggi non solo per la piattaforma Steam per PC, ma anche per alcune console come Xbox, PlayStation e anche per mobile (come il caso di *Two Interviewees*, che verrà analizzato più avanti).

Approfondendo la questione dei prodotti *indie*, questi si presentano con un aspetto grafico diverso dai titoli lanciati dalle major, così come l'esperienza emozionale data dal gameplay si distanzia dalla produzione commerciale, andando talvolta a riproporre meccaniche di gioco retrò o comunque in distonia rispetto alla produzione contemporanea *mainstream*. Secondo Lipkin, si tratta di un senso di nostalgia nei confronti delle origini del videogioco, una manifestazione di volontà di tornare ai vecchi tempi, ma anche "*the result of the political protests against the mainstream in the form of a return to blissful youth through reminding players*"<sup>122</sup>.

Inoltre, le case *indie* hanno a disposizione budget tendenzialmente scarsi o comunque minori rispetto alle major, dunque si focalizzano più sulla realizzazione di meccaniche di gameplay particolari, piuttosto che raccontare una storia epica e memorabile; non per questo, le trame dei giochi indie devono considerarsi piatte e poco originali. Basti pensare ad alcuni casi italiani di recente produzione, come *The way of life*, un titolo sviluppato dallo studio CyberCoconut che permette al

---

<sup>122</sup> Lipkin, Nadav. "Examining Indie's Independence: The Meaning of "Indie" Games, the Politics of Production, and Mainstream Co-optation." Loading... 7.11 (2012).

giocatore di vivere sentimenti e situazioni dal punto di vista di un bambino, un adulto e un anziano. In questo modo, il gioco offre un'esperienza introspettiva molto forte e profonda, vissuta in pochissime ore di gioco.

Anche la longevità dei titoli indie è solitamente più breve rispetto a quelli di produzione commerciale, un aspetto sempre legato alle disponibilità economiche più basse. Se le ore di gioco sono più limitate, lo è spesso anche la qualità grafica, nonostante l'attenzione all'estetica stia diventando sempre più importante. In alcuni casi, la scarsità di risorse economiche, e talvolta tecnologiche, non è un problema, ma un'opportunità: con una grafica in 2D e una risoluzione volutamente in stile pixel art, lo studio Italo Games ha sviluppato *Milanoir*, un videogioco ambientato in diverse zone del capoluogo lombardo, dove la grafica somigliante ai giochi arcade anni Ottanta a scorrimento è la vera peculiarità di questo titolo.

D'altro canto, ci sono studi indipendenti con maggiori risorse che puntano alla qualità grafica elevata e all'uso di tecnologie avanzate: per restare in ambito italiano, *Runes – The forgotten path* è un titolo sviluppato in terra triestina da Stormborn che sfrutta l'innovativa tecnologia Oculus Rift, uno dei visori che permette un'esperienza di gioco in Realtà Virtuale, o VR, e vivere in maniera totalmente immersiva le avventure di uno stregone che deve scappare da una prigione, facendo uso delle sue arti magiche.

Per riassumere, si può affermare che il termine *indipendente* può essere usato per indicare uno specifico genere:

“That indie has become just a genre among others is made clear when taking a quick look at the digital distribution platform Steam, where the category 'Indie' is muffled away between other established game genres such as 'Adventure', 'Strategy', and 'Racing'. Just like these traditional ones, indie has become a genre of its own that meets certain expectations. The main difference is that indie for many gamers is just more 'cool' or 'hip', because it does not follow 'mainstream' conventions”<sup>123</sup>

---

<sup>123</sup> De Jong Joey, 21/06/2013, *Indie Issues: The Meaning of 'Indie' Games, and Their Incorporation into the 'Mainstream' Game Industry*, master thesis, Supervisor: Niels van Doorn New Media & Digital Culture Faculty of Humanities Universiteit van Amsterdam.

I giochi etichettati come *indie* non sono rimasti impassibili di fronte alla questione della rappresentazione femminile, tutt'altro. Spesso, i personaggi femminili ricoprono anche in questo caso un ruolo importante, sia nelle vesti di protagonisti, sia come personaggi secondari, ma fondamentali per lo svolgimento della narrazione. Proprio in virtù della maggiore libertà nella scelta di temi e argomenti da trattare, così come di tipologie di generi sviluppabili, alcuni prodotti si sono configurati più come *fiction game*, giochi autobiografici e a scopo educativo o divulgativo. In questi casi, si tratta di giochi dove l'aspetto ludico non è direttamente legato all'intrattenimento inteso come puro divertimento e passatempo, ma diventa sempre più rilevante ed evidente la componente informativa ed educativa, dove lo scopo del gioco è quello di dare voce a problematiche private o sociali. È proprio con tali prodotti che diventa evidente la libertà di poter trattare temi anche socialmente impegnati, non dovendo sottostare alle decisioni di publisher importanti per quanto riguarda il rilascio al grande pubblico e fornendo dei casi interessanti di narrazione interattiva nei confronti per i giocatori.

### 2.2.1 Donna e lavoro: *Due colloqui di lavoro (Two Interviewees)*

Seguendo il *fil rouge* di prodotti videoludici che trattano temi sociali e dal gameplay slegato da fini puramente di intrattenimento, il gioco per dispositivi mobile *Due colloqui di lavoro* si posiziona sempre in questo filone di temi impegnati. Tradotto in diverse lingue, si tratta di una applicazione gratuita per Windows, Mac, Linux e Android, dal genere difficilmente categorizzabile; è stata definita in vari modi, ad esempio *serious game*, *game with a message*, *simulation game*, *visual novel* (anche se questo tipo di giochi ha un meccanismo diverso da quello di *Due colloqui di lavoro*). Mauro Vanetti, ideatore e sviluppatore del prodotto in questione, lo definisce “*un giochino*” nella schermata iniziale del gioco, ma anche *playable leaflet*, “*un "ludovolantino", ossia un gioco con un messaggio semplice*”<sup>124</sup>:

---

<sup>124</sup> Dall'intervista a Mauro Vanetti, 26 settembre 2016.

“(Il gioco è stato sviluppato durante l’evento) *Narrative Game Design* tenuto dai *We Are Müesli* a Bologna. All’interno di quel corso infatti, si è tenuta una piccola game jam dove sono stati prodotti nel giro di un solo giorno ben quattro giochi. Il tema della mini jam era *Simultaneous*, simultaneo. L’idea su cui ho lavorato è quella di due colloqui simultanei e identici nelle domande e nelle risposte, ma svolti da due personaggi che hanno una importante differenza: uno è un uomo e l’altra è una donna”.<sup>125</sup>

Il gioco tratta il tema del pregiudizio, basato sull’aspetto fisico e su luoghi comuni nei confronti di entrambi i sessi. In particolare, si affronta il delicato momento del primissimo contatto durante il primo colloquio di lavoro. La presente analisi si focalizza sul trattamento riservato alla donna, nonostante il comportamento del responsabile di selezione non sia privo di pregiudizi nei confronti dell’uomo. La breve storia grafica mostra lo svolgimento del colloquio con le annotazioni prese dal responsabile mentre pone diverse domande per conoscere la persona che ha di fronte.

Aperto l’applicazione e cominciando il gioco, si vedono un uomo e una donna, stilizzati in modo radicale, tanto da non avere nemmeno dei tratti del volto distinguibili. Intervistando Emanuele Klemp, che si è occupato della parte grafica, ha spiegato le motivazioni alla base di questa decisione:

“La scelta più importante è stata quella di disumanizzare il personaggio. Inizialmente avevo pensato a qualcosa di più simile a una caricatura, poi confrontandomi con Mauro ho pensato che uno stile informale potesse essere in linea di più con il gioco. Ho optato per un stile essenziale, togliendo i tratti del volto ai personaggi, perché mi piaceva la loro somiglianza con delle icone di app. Desideravo usare qualcosa che risulti familiare, un simbolo con cui siamo ormai rappresentati, "l'omino senza faccia".<sup>126</sup>

Il grafico e l’ideatore erano d’accordo sul fatto di mostrare i due personaggi come una sorta di *place holder*, senza alcuna caratterizzazione oltre a quelle essenziali per distinguere il genere maschile da quello femminile. Questo perché i due personaggi devono partire da una situazione di parità, sia fisica che situazionale. Entrambi i protagonisti si dicono le stesse cose prima del colloquio,

---

<sup>125</sup> <http://www.maurovanetti.info/?q=node/1061>

<sup>126</sup> Dall’intervista a Emanuele Klemp, 11 ottobre 2016.

per mostrare come due persone di genere opposto si possano trovare nella stessa situazione di preparazione all'incontro.

Quando comincia il colloquio, i candidati si presentano in perfetto orario. Il responsabile delle risorse umane pone le stesse domande a entrambi i candidati, un uomo e una donna, mostrati entrambi sullo schermo, diviso a metà secondo il modello della doppia intervista. Se la donna decide di non indossare gioielli, il responsabile segna nei suoi appunti "*Trasandata, ma carina*", etichettandolo come un aspetto negativo. In caso contrario, il responsabile lo appunta come segno positivo: "*Curata, bella presenza*". Nel corso dell'intervista, di fronte a una stessa risposta data dall'uomo e dalla donna, il responsabile reagisce in modo diverso, proprio perché la distinzione di atteggiamento è legata al genere della persona che ha di fronte. Ad esempio, se alla domanda "*Come si descriverebbe?*", la risposta fosse "*Una persona riservata e diligente*", la donna viene giudicata come "*insicura*"; al contrario, se la candidata afferma di ritenersi "*Una persona capace, ambiziosa e di grande personalità*", viene giudicata "*Presuntuosa*". In questo caso, la risposta data dall'uomo lo connota positivamente come *determinato*.

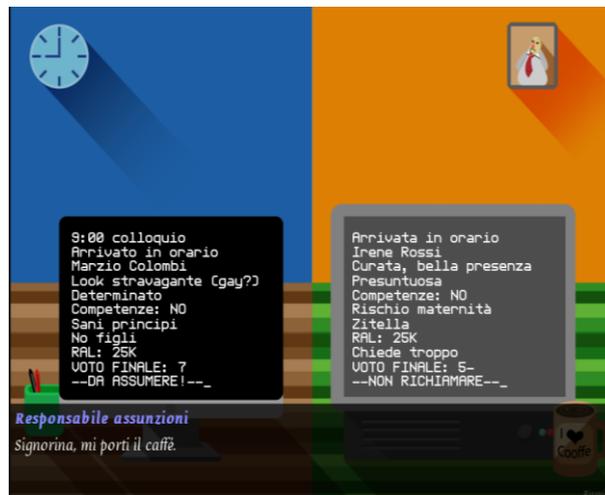
La discriminazione nei confronti della donna non finisce qui: alla domanda "*Da qui a vent'anni come si vede?*", se la risposta fosse "*Con una famiglia e una carriera solida*", l'uomo viene ritenuto come una persona dai "*Sani principi*", mentre la donna viene giudicata negativamente poiché si nota "*Rischio maternità*" come un punto a sfavore. Con questa osservazione si tocca una questione molto delicata, ossia la difficile conciliazione di maternità, lavoro e famiglia. Gli ultimi dati ISTAT disponibili sostengono che in Italia

Infine, se chiede 25.000 euro di reddito annuo lordo, viene giudicata esosa, "*Chiede troppo*", mentre per l'uomo non si fa nessun giudizio. Al contrario, se viene selezionata l'altra opzione, 15.000 euro, l'uomo viene giudicato "*Disperato*", mentre per la donna non viene espressa alcuna opinione in merito. Emergono delle problematiche relative non solo al comportamento dell'uomo, ma anche all'atteggiamento verbale di classificazione della donna, in modo anche volgare. Per quanto riguarda lo stato civile, se la candidata afferma di essere

single, viene registrata positivamente come “Zitella”. Inoltre, se si decide di “osare” scegliendo come risposta di chiusura di invitare il responsabile a prendere qualcosa da bere, la donna viene giudicata “z\*\*\*\*\*a”; oltretutto, questo termine è accompagnato dal segno di spunta verde, dunque considerato positivo, ma comunque non sufficiente per consentirle di ottenere il posto di lavoro.

La valutazione finale dei candidati differisce a seconda delle risposte date, ma la donna non viene mai assunta, nemmeno quando il suo punteggio è superiore a quello dell’uomo. Il punteggio massimo ottenibile dalla donna è 6-, venendo sempre scartata, mentre l’uomo, anche solo con un voto di 6+, ha molte più probabilità di essere assunto.

L’ideatore del gioco è cosciente di aver prodotto un’applicazione interessante, dalla durata molto breve, ma che può dare adito a conversazioni sul tema molto lunghe. Si consideri che in questo ambito viene preso in considerazione solo lo svolgimento del colloquio nei confronti della donna, ma se si dovessero analizzare anche gli aspetti dell’intervista all’uomo, la questione diventerebbe molto più complessa.



Per quanto riguarda il problema relativo all’opinione comune che si ha sulla donna e sui risvolti che può avere a livello lavorativo, con le conseguenti difficoltà nel trovare lavoro, Vanetti è riuscito a dare voce a una problematica attuale:

“(su questo tema) se ne parla a molti livelli, sia accademicamente, che nelle conferenze, che nei corridoi, che nei team di sviluppo. Le cose stanno cambiando ma è uno scontro aperto, non è ovvio chi prevarrà, anche se alla lunga ce la faranno coloro che ritengono che il medium debba essere aperto alle donne sia come creatrici, sia come giocatrici, sia come esseri umani la

cui condizione va rappresentata a tutto tondo e non come oggetto sessuale o figura di sfondo”<sup>127</sup>.

A sostegno della rilevanza del tema in questione, sono state aggiunte delle schermate a fine gioco, dove vengono riportati alcuni dati relativi all’occupazione femminile e alle sue problematiche, in Italia e all’estero (vedi immagini).



“L’aggiunta dei dati mi è stata suggerita da @figuredisfondo<sup>128</sup> che si è offerto come tester del gameplay. Non è stata una scelta facile perché rende il gioco più didascalico ma abbiamo pensato che fosse meglio per far capire che anche se il gioco è una parodia della realtà purtroppo la realtà non è così lontana dalla parodia”.<sup>129</sup>



Il gioco, sviluppato nel gennaio 2016 durante una jam session il cui tema era , continua a catturare l’attenzione della critica e dell’opinione pubblica, tanto da aver partecipato all’evento *Wordplay* del 19 novembre 2016 a Londra, presso la British Library.

### 2.2.2 Gravidanza e violenza sulle donne: *Pregnancy (2015)* e *Choice: Texas (2013)*

Come è già stato osservato in precedenza, i videogiochi indie hanno maggiore libertà nella scelta di temi e soggetti da affrontare. Questo permette loro di andare a toccare argomenti sociali piuttosto delicati, tra cui si può annoverare anche

<sup>127</sup> Vedi nota 37.

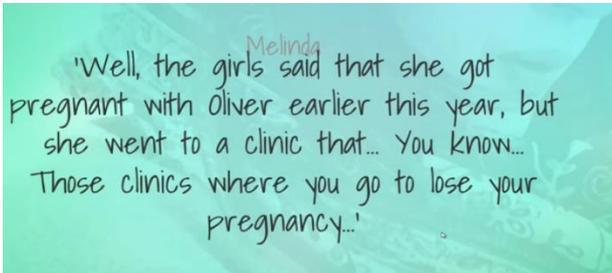
<sup>128</sup> <https://figuredisfondo.wordpress.com/>

<sup>129</sup> Vedi nota 37.

l'aspetto intimo e privato della gravidanza. Questo momento unico e particolare della vita di una donna non sempre viene vissuto con serenità, in particolare quando si entra in questo stato in seguito ad abusi e violenze sessuali. Sono temi difficili da affrontare, ma pur sempre aderenti a quanto accade nella realtà. Secondo i dati ISTAT del 2014<sup>130</sup>, 6 milioni 788 mila donne hanno subito nel corso della propria vita una qualche forma di violenza fisica o sessuale, di cui il 20,2% ha subito violenza fisica, il 21% violenza sessuale e il 5,4% forme più gravi di violenza sessuale come stupri e tentati stupri.

Su questo argomento, sono stati sviluppati due contenuti videoludici ben diversi tra loro, sia per genere che per punto di vista adottato su tale questione. Il primo si intitola *Pregnancy*, una short story interattiva sviluppata dallo studio brasiliano Locomotivah. La protagonista è Lilla Sandor, una ragazzina di 14 anni bulgara, rimasta incinta dopo un episodio di stupro. Il giocatore si cala nei panni della voce della coscienza della ragazza, portandola a compiere determinate scelte sul destino del bambino che porta in grembo.

Concretamente, il gioco si propone come una sorta di *novel*, dove al centro della storia viene posta la vicenda della protagonista, e non una persona graficamente presente. Infatti, ogni schermata mostra le scritte di pensieri e dialoghi tra la protagonista e le altre persone che intervengono nella storia, completa di flashback per tornare ai momenti dell'aggressione. Le scritte vengono riportate su sfondo colorato, che cambia a seconda del momento: se sta parlando o pensando Lilla, sono di colore rosa; se si sta tornando al momento della violenza, i colori diventano scuri, sui toni viola, oppure verde acqua nei dialoghi, per evidenziare la presenza di altre persone. Oltre al colore, cambia anche il tipo di carattere delle parole, per



Melinda  
'Well, the girls said that she got pregnant with Oliver earlier this year, but she went to a clinic that... You know... Those clinics where you go to lose your pregnancy...'

---

<sup>130</sup> [http://www.istat.it/it/files/2015/06/Violenze contro le donne.pdf?title=Violenza+contro+le+donne+-+05%2Fgiu%2F2015+-+Testo+integrale.pdf](http://www.istat.it/it/files/2015/06/Violenze%20contro%20le%20donne.pdf?title=Violenza+contro+le+donne+-+05%2Fgiu%2F2015+-+Testo+integrale.pdf)

connotare il momento della narrazione da un punto di vista grafico. L'aspetto visivo diventa dunque principale, supportato dalla musica di sottofondo, che cambia a seconda del momento e accentuando il pathos della situazione narrata.

La particolare scelta grafica si presta a una doppia interpretazione: da una parte, rende del tutto spersonalizzata la vicenda, in quanto non è mai visibile né la ragazza, né qualsiasi altro personaggio. Sullo sfondo compaiono solo dei disegni di volti, quasi sempre mostrati parzialmente, non permettendo dunque di renderli riconoscibili. Dall'altro lato, si può vivere l'esperienza come se si stesse davvero leggendo una storia, graficamente presentata in uno stile che mescola infografica e immagini UGC circolanti sui social network, proprio come se fossero citazioni estrapolabili dal contesto originale e rilanciate attribuendovi un proprio significato.

Quest'ultimo aspetto denota che la short story si propone in un linguaggio visivo contemporaneo e vicino a utenti in fascia di età giovane, proprio come la protagonista. Forse si può leggere tra le righe la volontà di comunicare direttamente (anche) agli adolescenti per proporre questo tema delicato, considerando anche la provenienza dello studio sviluppatore. Secondo il rapporto "Maternità nell'infanzia: affrontare la sfida della gravidanza tra le adolescenti", diffuso nell'ottobre 2013 dal *Fondo delle Nazioni Unite per la Popolazione (Unfpa)*<sup>131</sup>, America Latina e Caraibi sono una zona del mondo dove i parti di giovani sotto i 15 anni sono aumentati, dove il numero di adolescenti madri si colloca subito dopo l'Africa.

Nel sito dell'organizzazione si legge:

"Girls who are poor, poorly educated or living in rural areas are at greater risk of becoming pregnant than those who are wealthier, well-educated or urban. This is true on a global level, as well: 95 per cent of the world's births to adolescents (girls aged 15-19) take place in low- and middle-income countries. Every year, some 3 million girls in this age bracket resort to unsafe abortions, risking their lives and health. [...] Many countries are working to prevent adolescent pregnancy. Unfortunately, these efforts often implicitly fault girls and aim only to change their behaviours, rather than address the

---

<sup>131</sup> <http://www.unfpa.org/adolescent-pregnancy>

underlying drivers of early pregnancy. Such drivers include gender inequality, poverty, sexual violence and coercion, child marriage, social pressures, exclusion from educational and job opportunities, and negative attitudes about girls”.<sup>132</sup>

Per quanto riguarda la storia, si comincia subito indirizzando il giocatore al tema del gioco: la protagonista desidera verificare se sia incinta o meno, recandosi in farmacia per acquistare un test di gravidanza. Si legge la riflessione di Lilla, mentre nota che un’anziana signora la sta osservando, giudicandola per il suo acquisto. L’opinione che la donna può avere nei suoi confronti, non cambia di certo la condizione della giovane, che riporta il momento dell’abuso con precisione e dovizia di dettagli. La descrizione può quindi risultare abbastanza cruda e forte, ma sicuramente di grande impatto emotivo.

L’intervento del giocatore è possibile quando si deve scegliere tra due opzioni, ad esempio per dare la propria opinione nel momento in cui Lilla scopre di essere incinta, scegliendo tra i complimenti per la notizia o un’esclamazione scoraggiata. Sembra che la presenza del giocatore sia percepita in qualche modo dalla ragazza, poiché si chiede chi abbia parlato, dopo aver scelto la prima opzione. Il gameplay si presenta dunque come una sorta di punta-e-clicca, scegliendo di presentarsi come una presenza inquietante o amichevole nei confronti della protagonista.

La maggior parte della storia ha tratti introspettivi, mettendo in luce i pensieri di Lilla ed evidenziando maggiormente la distanza tra la vita quotidiana e ordinaria di una ragazza della sua età contro le preoccupazioni e decisioni importanti che deve prendere, forse troppo grandi per la sua età. Da una parte, si leggono le sue scelte musicali su Spotify, le sue preferenze in fatto di abbigliamento, cibo e programmi tv; dall’altra si approfondisce il suo background privato durante l’incontro con la psicologa, la dottoressa Szandra, con la quale ha avuto otto sedute in quattro mesi.

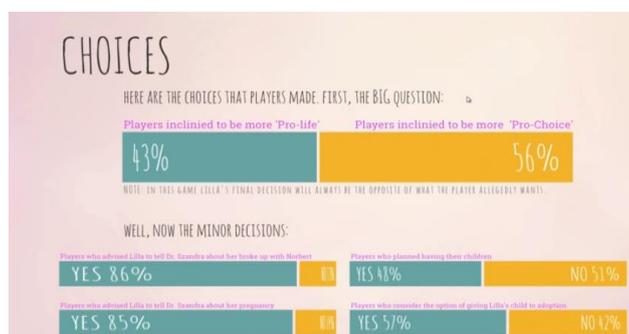
---

<sup>132</sup> Vedi nota 44.

Nel corso della storia, si viene a conoscenza del fatto che tutti i personaggi effettivamente presenti nella vita di Lilla sono solo donne: vive con la zia e la cugina, Gabriella; ha avuto sedute di psicologia con una dottoressa; la persona con cui si confida è la sua migliore amica Melissa. Gli unici personaggi maschili nella narrazione sono solo nominati e appartengono al passato: il molestatore, l'ex fidanzato. Inoltre, mentre parla con la sua amica della gravidanza, Melissa le racconta quanto è accaduto a un'altra ragazza della loro scuola, Niki: si dice che sia rimasta incinta del suo ragazzo e che sia andata in una clinica per abortire volontariamente. Oltre a trattarsi di una situazione diversa da quella di Lilla, il fatto che venga introdotto un altro caso di gravidanza adolescenziale indica quanto il fenomeno sia effettivamente diffuso in quella zona del mondo, a supporto dei dati sopra riportati. Un fenomeno che non riguarda ovviamente solo il Sud America, dunque la short story può essere considerata come una sorta di prodotto *docutainment*, un documentario ibridato con il genere dell'entertainment e della fiction.

Dal punto di vista del gameplay, il meccanismo è stato elaborato in modo che la decisione finale della protagonista sul destino della sua gravidanza sia opposta a quella desiderata dal giocatore. Probabilmente si vuole mettere in discussione il punto di vista del giocatore, qualsiasi esso sia, per far comprendere al giocatore le motivazioni che inducono una persona a comportarsi in maniera opposta e quali sono le reazioni dei famigliari.

Vengono inoltre riportate delle statistiche al termine del gioco, indicando le percentuali delle scelte effettuate da altri giocatori (vedi immagine).



*Pregnancy* si configura dunque come una short story, una novel fiction interattiva che permette al giocatore di confrontarsi su un tema intimo, delicato e sempre attuale circa la decisione di una madre, in questo caso giovanissima, di tenere o meno il bambino che porta in grembo in seguito a un'aggressione sessuale.

Non è però l'unica opportunità che il mondo videoludico offre per affrontare questo genere di tematica: *Choice: Texas* è un altro esempio di gioco interattivo, ideato dagli scrittori Allyson Whipple e Carly Kocurek, con il supporto dell'illustratrice Grace Jennings. È stato definito come

“an educational interactive fiction game addressing reproductive healthcare access in the state of Texas. Play as one of five Texas women attempting to navigate the state's reproductive healthcare system. Although billed as interactive fiction, Choice: Texas is based on extensive research into healthcare access, legal restrictions, geography, and demographics, and is reflective of the real circumstances facing women in the state”.<sup>133</sup>

Nel caso di questo gioco, ci si concentra in modo specifico sulle reali condizioni in cui si trovano molte donne residenti nello stato del Texas, per dare voce alle problematiche relative all'assistenza sanitaria di quello stato e sviluppando questo fiction game sulla base di ricerche svolte da parte degli ideatori. Sono entrambi ricercatori e hanno sostenuto in un'intervista<sup>134</sup> di aver dovuto fare e rifare diverse volte le loro indagini; proprio all'epoca dello sviluppo del gioco, la regolamentazione texana stava cambiando. Per quanto si tratti di un gioco, desideravano mantenerlo il più aderente possibile alla realtà, poiché lo considerano un *serious game* nel vero senso della parola.

“Women's access to reproductive healthcare in Texas is significantly limited, a state of affairs that is especially true for women who are working class or poor, or who live in rural areas. One of the great strengths of games is that they can invite players to explore other people's experiences; Choice: Texas

---

<sup>133</sup> <http://playchoicetexas.com/index.php>

<sup>134</sup> Tanya, 5 settembre 2013, *Choice: Texas – A Q&A with Carly Kocurek and Allyson Whipple*, Geekquality: <http://www.geekquality.com/choice-texas/>

is such a game, and asks players to seriously consider the plight of Texas women”.<sup>135</sup>

Il gameplay consente di esplorare questo tema, calandosi nei panni di cinque diverse donne, ciascuna con la propria storia. Per offrire uno sguardo etnico e sociale ampio, le donne sono state ideate con tratti genetici differenti, che si riflettono nel loro aspetto fisico. Ognuna di loro, inoltre, si presenta con storie diverse: con questo *escamotage*, gli ideatori desiderano andare incontro a più casi possibili per fare sì che il pubblico femminile riesca a trovare una situazione il più aderente possibile alla propria.

Trattandosi anche in questo caso di diverse *graphic short stories*, l’utente può scegliere tra varie opzioni, in base alla propria curiosità, alla propria morale o, più concretamente, in base a cosa vorrebbe fare se si trovasse in quella situazione, per vedere come potrebbero svolgersi gli eventi.

Le cinque donne presentano diverse situazioni e background personali: Latrice teme che la sua gravidanza possa destabilizzare l’equilibrio di coppia raggiunto con il marito, oltre al fatto che non sono più giovanissimi, dunque non sa che fare.

Leah è stata vittima di abusi e ne è rimasta conseguentemente incinta. La sua situazione è ben diversa da quella di Latrice: in questo caso, si tratta di una diciannovenne, che ha subito violenze e che si pone molti interrogativi sul futuro della sua gravidanza. Non sa se portarla a termine o meno, considerando che non ha nemmeno una copertura assicurativa e un lavoro stabile, oltre a essere molto giovane. D’altro canto, sa di essere brava con i bambini e che in ogni caso potrebbe dare alla luce un figlio e permettere a una coppia di genitori di adottarlo, qualora lei non si sentisse in grado di assumersi una tale responsabilità.

Un caso ancora diverso viene presentato con la storia di Alexandra, rimasta incinta el suo partner ma senza desiderarlo. È una diciassettenne che ha appena

---

<sup>135</sup> <https://www.indiegogo.com/projects/choice-texas-a-very-serious-game#/>

cominciato l'ultimo anno di liceo e vorrebbe abortire, perché considera la gravidanza come un impedimento a tutti i suoi progetti. Dal suo punto di vista, i suoi genitori impazzirebbero se la sapessero in attesa di un figlio, ma forse non le permetterebbero di mettere fine alla gravidanza, come lei invece vorrebbe fare. Rimane piuttosto convinta della sua posizione, finché non parla con Eric, il fidanzato, il cui comportamento la induce a rifletterci ancora meglio:

“Eric: «You have to decide fast. We can't have a baby, Alex. I think you know that.»

Alexandra: «Yeah. Sure.»

Alex knows that logically, he's right. But the way he says it, the tone of his voice, makes her feel scared and angry at the same time. She knows it doesn't make sense to keep the baby, but she still wants to make sure she's thought it through.”<sup>136</sup>

È la dottoressa al consultorio che la fa ragionare sulla situazione, oltre a dare informazioni molto importanti sulla pericolosità dell'intervento per abortire, così come eventuali strade per l'adozione.

Negli ultimi due casi, si trattano due situazioni opposte: da un lato Jess, che ha tentato a lungo di restare incinta, ponendo molta attenzione alle sue condizioni di salute dal punto di vista di alimentazione e di attività fisica, ma ora rischia di perdere la bambina che aspetta, a causa di problemi di malformazione del feto. Dall'altro lato Maria, madre di tre bambini e con una situazione economica precaria, si ritrova in attesa del quarto figlio e non sa come fare per assicurare a tutti loro una vita dignitosa, essendo in difficoltà già in quel momento.

Un tratto comune a tutte le persone che intervengono per dare una mano alla protagonista è la loro disponibilità ad ascoltare la ragazza/donna incinta, ponendosi sempre in modo tranquillo, comprensivo e volto all'ascolto.

Dunque vengono trattati temi molto vicini alla situazione femminile contemporanea, fornendo una rappresentazione umana, verosimile e creando degli avatar in cui la donna e la ragazza ordinaria possono immedesimarsi.

---

<sup>136</sup> <http://playchoicetexas.com/play-alex.php#1x.p.2m.1t.1u.10.11>

Grazie a questi prodotti indipendenti e di nicchia, è stato possibile dare voce a temi che riguardano da vicino la vita reale di molte persone, ponendosi anche come occasione per sostenere queste donne e cercare di dare loro qualche suggerimento su come comportarsi e dove cercare aiuto e sostegno. È ben difficile che questi argomenti vengano trattati in giochi commerciali, quantomeno con la stessa profondità. Proprio in virtù della loro natura indie, questi prodotti possono permettersi di trattare tematiche maggiormente legate all'introspezione e alla dimensione più intima e privata delle persone.

A supporto di questo aspetto, è possibile notare come venga affrontato un altro tema delicato: la malattia e le disabilità fisiche, vissute in prima persona o nella cerchia familiare più stretta.

### 2.2.3 La malattia di un figlio: *That Dragon, Cancer* (2016)

Continuando il percorso tra i temi sociali più sensibili e difficili da affrontare, non poteva mancare quello della malattia e dei problemi fisici. In particolare, due titoli hanno colpito l'attenzione ai fini di questa ricerca, a partire da *That Dragon, Cancer*. Uscito nel gennaio 2016, si tratta di “*An immersive narrative videogame that retells Joel Green’s 4-year fight against cancer through about two hours of poetic, imaginative gameplay that explores faith, hope and love*”<sup>137</sup>.

Viene narrata la storia di questo bambino, Joel, malato di cancro sin dalla nascita, in un'esperienza vissuta in prima e terza persona con gli occhi dei genitori, Ryan e Amy Green. Questo lungo e difficile periodo di battaglia contro la malattia, durato quattro anni, viene riassunto in due ore circa di gameplay e raccontato attraverso il meccanismo di una narrazione punta-e-clicca, dove l'ambientazione si divide tra una sorta di parco giochi in riva al mare e la loro abitazione.

---

<sup>137</sup> <http://www.thatdragoncancer.com/#home>

Ci si può calare nei panni dei genitori, ascoltare i veri messaggi vocali che la donna ha lasciato al marito e leggere le lettere che la coppia ha scritto. Analizzando in modo specifico la figura femminile, qui la protagonista rappresenta sia la madre del piccolo, sia la donna che “com-patisce” questo lungo e difficile periodo della vita del figlio, e conseguentemente della sua.

Amy viene vista sia come personaggio presente in terza persona, sia calandosi nei suoi panni in prima persona, si vivono diverse esperienze e momenti anche intimi ed emozionanti. Osservando la sua presenza nel gioco, e quindi anche nell’esperienza di quel periodo, si può assistere a diversi momenti importanti e intimi: eccone alcuni esempi.

Come anticipato, si possono ascoltare i veri messaggi vocali che inviava al marito, raccontando degli esiti delle visite mediche a cui Joel era stato sottoposto, oppure di come il bambino trascorre il tempo quando gioca.

In seguito, si vive in prima persona l’esperienza di trascorrere del tempo libero con il figlio al parco giochi, oppure la madre rimane sveglia la notte mentre il padre dorme con il figlio tra le braccia e si vede la mano materna che accarezza il capo del piccolo, mentre la macchina alla quale Joel è attaccato si mette a suonare in piena notte e i disegni delle cellule cancerogene riempiono il soffitto della stanza, indicando che la malattia sta progredendo.

È lei che trascorre spesso del tempo con il piccolo, oppure sorvegliando lui e il marito; dal punto di vista della madre, si vivono anche momenti allegri e adattati alla dimensione videoludica, come la gara su una sorta di kart in casa, per festeggiare la fine del trattamento ospedaliero di Joel. Mentre la si vede cullare il bambino in ospedale, la donna dice:

“One day, I’ll bring you here. Show you your tiny handprints on the wall and you’ll be annoyed that we all think of you as some big miracle. Cancer, will be such a small part of all you could grow to be. You will tire of hearing about it. You won’t want to see the cards and notes I saved, and I won’t mind at all. I’ll hold the memories of this hard day. You, just leave it behind.”<sup>138</sup>

---

<sup>138</sup> Presente nel capitolo “Waking up”

Un altro momento difficile per tutti, in particolare per la madre, è il momento in cui i medici annunciano che Joel potrebbe avere un'aspettativa di vita di quattro mesi al massimo: mentre la famiglia è a colloquio con loro, la madre pensa che siano davvero pochi. Oltretutto, non hanno ancora annunciato ai parenti che lei è incinta: un momento gioioso ed emozionante rischia di trasformarsi in qualcosa di negativo secondo lei:

“We still haven't told anyone I'm pregnant. Too scared they'd think it was irresponsible. And now this? They'll think it's a replacement baby. And I don't want a replacement.”<sup>139</sup>

In seguito, si può leggere una lettera scritta da Amy, dove parla dei suoi pensieri e stati d'animo in seguito a quella notizia: si tratta di una lettera profonda, dove emergono sentimenti contrastanti, paura e rabbia, ma anche la voglia di restare in silenzio e non dire nulla. Oltre alla sua lettera, si può leggere anche quella di Julianne, un'altra vittima del cancro che ha voluto condividere la sua esperienza, raccontando brevemente cosa e come ha vissuto il periodo delle cure ospedaliere. Questo aspetto del gioco è molto particolare: permette di conoscere le esperienze di altre persone, in tal caso di altre donne, che hanno vissuto la stessa malattia di Joel da bambine e sono riuscite a sopravvivere.

Tornando alla narrazione, il giocatore viene a conoscenza dei pensieri e comportamenti di Amy anche grazie ad alcune testimonianze del marito:

“Ugh, her expectation is so maddening sometimes... do you know what she wrote on the eve of Joel's first surgery? Back in January when we first found the tumor? “I seriously feel like a kid on Christmas Eve”. [...] and yet my wife is expecting a surprise party from the Lord, replete with presents and supernatural miracles. I envy her.”<sup>140</sup>

---

<sup>139</sup> Tratto dal capitolo *I'm sorry guys, it's not good*.

<sup>140</sup> Tratto dal capitolo *I'm sorry guys, it's not good*.

In seguito, i due genitori raccontano ai figli una storia della buonanotte, che inventano al momento: si intitola *Joel the brave knight*, un cavaliere molto abile e coraggioso che deve battersi contro un drago, chiamato Cancer. Un momento toccante di questo capitolo è quando Joel dice che se il cavaliere si batte contro il drago, non potrà vincerlo, perché i bambini non possono uccidere i draghi. La madre dice che ha ragione, ma la sua replica serve a dare coraggio sia al figlio, che a se stessa, oltre a confermare quanto sostenuto prima dal marito circa la fede di Amy in Dio:

“You’re right. A baby can’t kill a dragon. But that’s the best part of this story: God fights for Joel. He fights that dragon Cancer right with Joel and we know that God can win, even if Joel can’t. That’s Grace.”

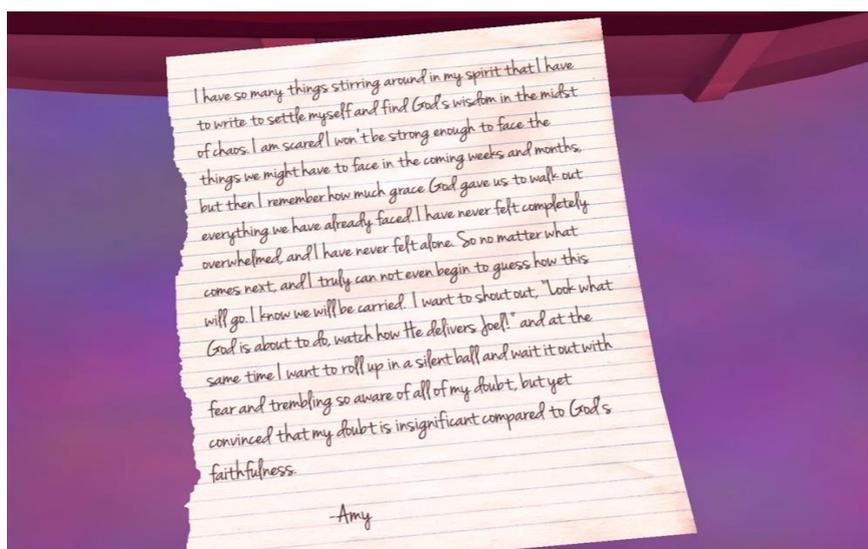
Questa storiella viene raccontata sotto forma di un videogioco arcade, nello stile tipico di quelli delle vecchie sale giochi, dove si vede Joel nei panni di un cavaliere in un videogame a scorrimento in 2D. Quando arriva nella caverna del drago, comincia a battersi contro di lui, ma si vede il bambino che perde la sua armatura e, per quanto possa scagliare lance contro il drago, Joel non riesce a batterlo. Arriva un uomo che combatte anche lui contro il drago: la madre racconta che è Tim, un’altra persona malata di cancro, e dice ai figli che lui è morto perché si è talmente battuto con valore contro il drago, che Dio lo ha lasciato riposare come “premio” per le sue fatiche.

In questa parte della storia, si può comprendere come sia talvolta difficile essere una madre, quando i figli pongono domande difficili e che rendono evidente la cruda verità. Amy cerca di dare risposte che siano di conforto sia per loro, che per lei. Ciononostante, lei sa che la vera storia di queste vittime della malattia non può cambiare, per quanto lei cerchi di renderla migliore o “edulcorarla” rendendola più leggera per i suoi piccoli.

Amy si dimostra dunque una donna forte, che cerca di mantenere la situazione sotto controllo, sia nei riguardi dei suoi figli, che nei confronti del marito: questo viene illustrato graficamente nel capitolo *Drowning*, dove si vede lei con Joel tra le braccia su una barca, mentre dice al marito di raggiungerli. Lui si trova in mare,

in un'atmosfera surreale, dove ci sono salvagente rotti in acqua e l'unico modo per salvarsi è salire sull'imbarcazione. Lei gli dice di salire, altrimenti annegherà, ma lui ribatte che stanno già annegando e non servirà, chiedendole come può starsene seduta senza fare nulla. Amy ribatte dicendo che la disperazione non serve a nulla. *"Neither does false hope"*, risponde Ryan.

Si assiste a un momento di confronto tra i due, dove la madre cerca di tenere i nervi saldi e non lasciarsi travolgere dallo sconforto, oltre che dover affrontare il pessimismo e la negatività del marito. Subito dopo, in una lettera, la donna spiega le motivazioni del suo comportamento, affermando che si sta comportando in quel modo non perché voglia negare l'evidenza, ma perché sa che tutto sta per finire, in un modo o nell'altro. Inoltre, sostiene che la morte di Joel sta per arrivare, che lei lo accetti o meno, quindi le parole di conforto sono inutili e "deboli".



Come detto in precedenza, la durata del gioco è minima, ma il tema affrontato è molto forte e intenso. Non bisogna pensare che la resa grafica minimalista possa rendere la situazione narrata più leggera, poiché anche nei momenti più giocosi rimane sempre l'ombra scura della malattia, della paura dei genitori e della loro disperazione.

La figura della madre qui presentata è un caso più unico che raro, non solo per la storia in cui viene collocata la sua figura, ma soprattutto perché si tratta di una vicenda vera e autobiografica. Amy Green, con il marito, ha deciso di mettere a nudo i suoi lati e pensieri più profondi e intimi per raccontare la storia di suo figlio e raccontarsi al mondo, mostrandoci con un gioco come si comporta davvero una madre in queste situazioni e presentando un avatar che rispecchia appieno la persona reale.

### 2.3 Conclusioni

Le ricerche svolte ed esposte in questo capitolo hanno permesso di mostrare delle caratteristiche molto particolari circa alcuni personaggi femminili proposti nei videogiochi, analizzando dei casi finora non trattati in maniera approfondita, o comunque non ritenuti rilevanti nella maggior parte degli studi (un fatto dovuto anche alla recente uscita di diversi titoli citati).

È stato evidenziato come la figura videoludica femminile non sia solo un oggetto sessualizzato per il puro piacere dei giocatori maschili. Diversi personaggi dimostrano infatti di avere delle caratteristiche che vanno al di là di un piacevole aspetto estetico, come le abilità fisiche e intellettuali che permettono loro di superare difficoltà e salvare se stesse. Ma non è tutto: la tipica donna matura, sicura di sé e infallibile, almeno all'apparenza, come Lara Croft viene ora affiancata da molti altri modelli di eroine, che vanno a caricare questo termine con altri sensi e ideologie. Infatti, bisogna pensare all'eroina non solo come alla donna che sa destreggiarsi con armi contro nemici e mostri, ma anche quella persona (o meglio avatar) che affronta la vita di tutti i giorni con coraggio e con tenacia, che si tratti di sopportare il bullismo esercitato dai propri compagni di scuola, trovarsi di fronte al bivio posto da scelte importanti nel corso di una gravidanza o vedere il proprio figlio spegnersi inesorabilmente giorno dopo giorno.

Le eroine della produzione videoludica del ventunesimo secolo sono quelle che non sparano a dinosauri e non sgozzano mostri, o meglio non solo: rimane pur

sempre un margine di fantasia ed evasione dalla realtà nei mondi proposti dall'industria dei videogiochi, proprio per mantenere in alcuni casi il distacco dal mondo reale e un piano di finzione che possa permettere la divagazione e l'estraniamento del giocatore dalla vita vera, per entrare in un altro mondo. Dall'altro lato vengono messi in gioco sempre più di frequente dei temi importanti e delicati, l'esperienza di vita esce dalla dimensione intima e privata per diffondere la propria testimonianza al pubblico globale. Il videogioco si offre come medium ideale che, grazie alle sue caratteristiche e ai linguaggi che permette di usare, raggiunge pubblici di ogni età e su qualsiasi device, in virtù dei progressi tecnologici. Non più solo console casalinghe e PC, ma anche smartphone e tablet, permettendo a più persone diverse di fruire di più videogiochi, per più tempo durante la giornata e in più luoghi.

Tutto questo proliferare di pubblici e contenuti è stato accompagnato da un aumento e da una diversificazione conseguenti di soggetti e temi, attenuando di molto lo stereotipo dell'eroina formosa e combattiva. Ci sono sì personaggi come Clementine che usano armi e pistole contro morti viventi, o ragazzine come Maxine che usano poteri sovranaturali per riavvolgere il tempo e cambiare il corso degli eventi. Oggi però queste ragazzine sono affiancate da donne e madri "reali" che soffrono per il proprio figlio, quello che portano in grembo o in un ospedale verso la speranza di salvezza.

Figure sempre più umane, e non solo per l'accuratezza della resa grafica: la volontà di avvicinarsi alla vita vera, andando ad assottigliare il gap tra virtuale e reale, è tale da rendere i personaggi sempre più umani, per permettere di immedesimarsi sempre di più nella loro identità. Si giunge fino alla scelta estrema di presentare figure senza connotazioni fisiche particolari, come i tratti del volto, o addirittura eliminare qualsiasi presenza di avatar dalla narrazione, per lasciare spazio solo alle parole e al testo. Tutto questo senza che venga dimenticata la centralità del femminile e della sua complessa dimensione identitaria.

L'importanza della donna nei videogiochi non viene sempre più evidenziata solo a livello di personaggi virtuali, ma anche in campo formativo e professionale da parte di vere ragazze e donne che stanno assumendo ruoli sempre più importanti e numerosi in questo ambito, come verrà riportato nel capitolo successivo.

## CAPITOLO 3

### Donne e videogames: formazione e lavoro in Italia e all'estero oggi

#### 3.1. La formazione - corsi universitari e accademici

Come è stato evidenziato in alcune sezioni del primo capitolo, la presenza delle donne nell'ambiente videoludico ha acquisito rilevanza, sia come pubblico fruitore di giochi, sia come figure professionali inserite in ambiti lavorativi e accademici.

Per questo motivo, l'analisi del profilo del pubblico femminile, può essere utile non solo a fini di marketing. Infatti, l'interesse delle donne nei confronti del mondo dell'intrattenimento videoludico non si riduce alla pura esperienza di gioco; ma le competenze da esse possedute sono tali da consentirne un inserimento a pieno titolo in questo settore. Manager, sviluppatrici e designer: queste sono alcune delle figure professionali che caratterizzano sempre di più questo ambiente, seppure si tratti di una cifra nettamente inferiore rispetto ai ruoli occupati da uomini. Ad esempio, le sviluppatrici sono solo il 20% del totale, una quantità ancora esigua ma in costante crescita.<sup>141</sup>

La presenza femminile in ambito videoludico sta assumendo sempre più rilevanza su vari livelli. Non si tratta solo di videogioatrici assidue o *casual gamers*; talvolta bambine e ragazze mostrano un interesse più profondo, decidendo così di seguire dei corsi specifici. In seguito, la passione e lo studio si trasformano in lavoro, mentre in altri casi il videogioco rimane un hobby che le giocatrici desiderano condividere con il pubblico del web e all'interno di varie comunità di *gamer*.

---

<sup>141</sup> Makuch E., 24/06/2014, Percentage of Female Developers Has More Than Doubled Since 2009, Gamespot: <http://www.gamespot.com/articles/percentage-of-female-developers-has-more-than-doubled-since-2009/1100-6420680/>

Anche da un punto di vista formativo, la promozione e sviluppo della figura femminile è centrale, tanto da indurre il mondo accademico italiano a investire nell'ambito della formazione professionale anche femminile. Infatti alcune accademie formative in campo *gaming*, come Digital Bros Game Academy a Milano, prevedono delle norme per favorire l'iscrizione di studentesse a percorsi di studio e preparazione teorica e pratica, e di conseguenza favorire l'inserimento femminile in questo settore produttivo, come verrà analizzato nel corso di questo capitolo.

Inoltre, da circa tre anni, sono stati aperti circa quindici corsi dedicati alla produzione videoludica, sia a livello universitario, che accademico, per permettere agli appassionati di *gaming* di trasformare il proprio amore per i giochi in un'attività professionale e sentirsi coinvolti in prima persona nella creazione di un prodotto ludico. Di seguito verranno analizzati i diversi corsi di formazione, sia equiparabili a lauree triennali e magistrali, sia tecnico-professionali.

### 3.1.1 VIGAMUS Academy – Roma: da museo a vita accademica

Una delle prime realtà nate in Italia è VIGAMUS Academy a Roma, che offre una formazione a livello universitario: gli studenti cominciano il loro percorso con il corso triennale in Comunicazione Digitale con indirizzo Videogiochi, seguito dal corso magistrale in Tecnologie e linguaggi della Comunicazione con indirizzo Videogiochi. L'accademia è stata fondata nel 2014 dall'unione di Link Campus University e VIGAMUS Academy, riscuotendo fin dal primo anno accademico un notevole successo, ed esaurendo tutti i posti disponibili in poco tempo<sup>142</sup>.

Questa realtà universitaria permette agli studenti anche di incontrare professionisti del settore, come Marco Accordi Rickards (direttore di VIGAMUS Academy e autore di diversi libri sul tema dei videogames) e Christian Born (Bandai Namco). Per comprendere meglio la realtà di VIGAMUS Academy, sono state intervistate

---

<sup>142</sup> <http://www.datamanager.it/2015/04/link-campus-university-e-vigamus-academy-boom-per-laurea-in-comunicazione-digitale-con-indirizzo-videogiochi/>

due donne che respirano questa atmosfera accademica in prima persona, ricoprendo ruoli diversi: si tratta di Alessia Padula, project manager, e Violetta Leoni, studentessa e General Manager di *VR Gamer* e *VIGAMUS Magazine*.

Alessia Padula, a proposito dell'organizzazione di questo percorso formativo ha sottolineato che:

“Il primo corso di laurea è stato quello triennale, mentre la magistrale partirà nel 2017. Il corso di laurea è unico, standard; gli studenti fanno un solo piano studi, ma quando approfondiscono le loro conoscenze, capiscono che vogliono specializzarsi in un altro ambito, poiché offriamo una formazione 360 gradi: sia aspetti tecnici che di giornalismo, marketing, comunicazione, localizzazione, l'apertura di uno studio come producer eccetera... Quando uno studente frequenta i corsi e scopre che una materia gli piace, decide di focalizzarsi in modo specifico contattando il docente di riferimento. Al terzo anno, vengono preparate le tesi a partire dalla materia scelta come particolare ambito su cui focalizzarsi in futuro, oltre che avanzare una richiesta per svolgere uno stage formativo con varie aziende partner. Il corso è dunque unico, ma ogni studente scopre se stesso e le sue doti; ad esempio il docente di Marketing, Christian Born, nota che ci sono studenti molto dotati, con capacità che nemmeno loro pensavano di possedere. Abbiamo pensato a una formazione in questo ambito che in Italia manca ancora, vogliamo dare la possibilità agli studenti di formarsi da un punto di vista non solo tecnico.

Siamo nati nel 2014, ma prima ancora è stato istituito il Museo VIGAMUS nel 2012, una fondazione culturale le cui ambizioni sono state anche la formazione, in collaborazione con Link Campus University. Per quanto riguarda le aziende partner dove gli studenti possono svolgere lo stage formativo, sono in numero crescente, attualmente una trentina<sup>143</sup>, oltre a studi di sviluppatori, società di comunicazione e altri che rispecchiano natura del corso.

Parlando della presenza femminile nell'accademia, durante il primo anno erano solo 2 su 36, mentre l'anno successivo la percentuale è più che raddoppiata, per ogni anno: ora sono 5 su 81 (nell'anno accademico 2015-2016). I voti migliori sono stati ottenuti da una ragazza, su 115 studenti totali, che sta per frequentare il terzo anno<sup>144</sup>.”

La studentessa in questione è Violetta Leoni, una ragazza di 31 anni dalle notevoli doti manageriali e organizzative, il cui impegno e passione per questa attività sono state ricompensate, non solo a livello accademico. È stato possibile conoscere meglio questa donna durante un'intervista via Skype:

---

<sup>143</sup> Dato aggiornato all'intervista del 5 ottobre 2016.

<sup>144</sup> Vedi nota 3.

“La mia media di voti è piuttosto alta, sul 30, 30 e lode. Per fare una breve presentazione di chi sono, posso cominciare dicendo che la mia è un’età diversa da quella degli altri fruitori dell’accademia; ho 31 anni, e prima non frequentavo i corsi. Studiavo la notte e nei weekend perché stavo cercando di investire tutto quello che ho in questa industry.

Nasco nerd e questa è stata una cosa strana per via degli stereotipi, ma anche solo per il fatto di chiedere ai miei genitori la PlayStation e non le Barbie”.

Violetta prosegue nella presentazione di sé, raccontando della sua formazione precedente all’ingresso in VIGAMUS Academy. Aveva già conseguito una laurea in Grafica e Arti Visive e tre master su diversi linguaggi di programmazione: un Master in Dreamweaver e Flash (Rudimenti del linguaggio Html e video con Flash); un Master in ASP (comunicazione tra sito e database, siti di ecommerce, prima di Wordpress) e un ultimo in PHP (l’evoluzione di ASP). L’esperienza lavorativa più importante che ha avuto finora è come Communication Manager in una società di organizzazione di eventi, ora in pausa per poter affrontare l’esperienza in VIGAMUS.

“Attualmente sono Team Leader del gruppo di organizzazione della Game Rome (evento svoltosi in novembre 2016, ndr), il festival Internazionale del Videogioco a Roma. Marco (Accordi Rickards) mi ha chiesto di occuparmene, avendo un’età e un’esperienza lavorativa diversa rispetto agli altri studenti. È un evento con ospiti internazionali importanti, un vero e proprio festival, e mi hanno chiesto di organizzare perché mi hanno conosciuta attraverso i vari lavori e progetti in università.”

Come giocatrice, aveva cominciato a nove anni con GameBoy, in particolare con *Tetris*, *Super Mario Bros.*, poi Sega Mega Drive con *Sonic*, fino ad arrivare alla prima versione di PlayStation, dove nasce il suo amore per la saga di *Final Fantasy*, in particolare il settimo e l’ottavo capitolo, nel quale ha conosciuto e amato la figura di Edea Kramer. Apprezza i giochi di combattimenti, adora gli horror e giochi come la saga di Resident Evil e Dino Crisis, che ricorda molto bene. Inoltre ama ricordare le avventure grafiche dei videogiochi più vecchi, sostenendo che ora si punta più alla grafica di gioco, che al contenuto. Inoltre ha avuto esperienze di gioco su diverse console, sia PlayStation che Xbox;

attualmente ha un parco console piuttosto ampio, come PlayStation 2 e 4, Xbox 360 e Wii, mentre gioca meno a PC per questioni di scarsità di tempo disponibile. Questo rivela la sua passione e ampia conoscenza dell'offerta videoludica e la possibilità di esplorare l'offerta di giochi in maniera piuttosto completa.

Tornando all'esperienza di lavoro attuale di Violetta, racconta di essere anche General Manager delle due riviste di VIGAMUS: si tratta di *VIGAMUS Magazine* e *VR Gamer*. Si occupa della gestione delle due testate, oltre che scrivere saltuariamente delle recensioni di giochi che ama di più, provandoli soprattutto su Steam, a PC. È riuscita ad arrivare a questo punto della sua esperienza dopo aver maturato competenze in scrittura di articoli, in particolare recensioni su giochi:

“La premessa è che pensavo di non saper scrivere, poi ho seguito il corso di Marco (Accordi Rickards, ndr) e ho scritto una recensione su *The Evil Within*. Sono risultata tra le più brave e mi hanno scelta per seguire le testate di VIGAMUS. In seguito ho partecipato a un progetto universitario, durante il quale dovevamo sviluppare un gioco per Sky, intitolato I Diti. Ero la team leader di questo progetto, che ha vinto, e per questo motivo sempre Marco mi ha chiesto se volessi diventare Editoring Chief di *VIGAMUS Magazine*.

In realtà, dovendo già lavorare e studiare, avevo poco tempo per seguire anche questa attività. Essendosi anche resi conto che ero più brava nell'organizzazione, e con la fondazione di *VR Gamer*, all'epoca *Oculus Rift Italia*, che è la community italiana di Oculus, mi hanno elevata a ruolo di General Manager. Questo significa che tutti i vari reparti delle riviste si interfacciano con me, prima di pubblicare qualcosa o di procedere con qualsiasi attività”.

Successivamente le è stato fatto notare che ha capacità di leadership, una dote che non si può imparare e che lei stessa non sapeva nemmeno di possedere. Per questo motivo sta tentando i percorsi di PM (Product Manager) e Producer, seguendo vie diverse da quella su cui aveva cominciato la sua esperienza, ossia in grafica. Si dimostra quindi una persona dalle indubbie capacità e abilità sviluppate sotto diversi aspetti, grazie alle sue doti e “*alla mia mania di fare le cose in grande, come lo dimostra la mia media (di voti, ndr)*”.

Infine è stato affrontato anche l'argomento delicato delle discriminazioni nei confronti delle donne videogiocatrici: secondo Violetta, sono di due tipi:

“Secondo me, c'è la discriminazione buona e cattiva. Quando giocavi online e scoprivano che eri una ragazza, venivi vista come quella non in grado di giocare e mi è successo, ma poi si sono ricreduti. Mi è successo in Halo e Tekken. Inoltre, mi dà fastidio quando si crede che una ragazza nerd sia considerata solo come quella che si mette maglie scollate e gioca mostrandosi al pubblico. Io non ho mai sentito la necessità di farmi notare. Per questo motivo, nessuno mi ha mai detto di primo impatto che si capisce che gioco ai videogames, così come mi sento io stessa discriminata quando parlo con le mie amiche, perché loro non si interessano di queste cose. Ti rendi conti che a volte sei proprio fuori contesto.”

Da ultimo le viene chiesto se, secondo lei, lo stereotipo dell'immagine di videogiocatrice esiste e se viene costruito da parte della società e/o dell'industria. Violetta risponde sostenendo che esisteva sicuramente anni fa, ora un po' meno, perché ora ci sono molte donne che partecipano anche a conferenze come E3, GamesCom, quindi il mondo videoludico sta prendendo coscienza del fatto che la presenza femminile debba diventare una realtà sempre più normale e meno stigmatizzata. Nonostante questo, secondo Violetta è normale che venga “insultata” e discriminata una ragazza che sostenga di saper giocare ai videogiochi solo per attirare l'attenzione maschile, perché è proprio a causa di queste persone che lo stereotipo sulle videogiocatrici tende a consolidarsi ed estendersi senza distinzioni a tutte le altre ragazze di questa categoria. Ad esempio, Violetta sostiene che ci siano ancora ragazze frequentanti l'accademia che giocano usando dei nickname maschili, per non essere discriminate e poter giocare senza problemi. Ma esiste anche il caso contrario: ci sono uomini che si fingono donne per poter ricevere regali quando si gioca online; se ci si mostra simpatiche e carine, si ottengono regali più facilmente.

“Non c'è più il sessismo che c'era all'inizio, anche se ci sarà sempre discriminazione perché è così la mentalità italiana. Quando sono stata alla GamesCom, nessuno mi ha mai detto “Tu sei donna, non sai giocare”. È una situazione che non supereremo mai, secondo me. Nei videogiochi, al contrario di prima, ci sono dei personaggi donna che sono più forti, basti pensare a Ellie di *The Last Of Us*, è una bambina con la forza di un adulto. Oppure anche *The Town of Light*, un videogioco indipendente ambientato nel

manicomio di Volterra, dove la donna protagonista ne passa di ogni, ma non viene presentata con connotazioni fisiche appariscenti. Anche altre donne come Lara Croft, un personaggio che ora mostra sofferenza, prova solitudine e ha bisogno di aiuto, hanno subito un processo di umanizzazione. C'è comunque una differenza tra la rappresentazione femminile nei giochi AAA e indie, poiché questi ultimi si fanno meno problemi a presentare situazioni controcorrente e diverse rispetto a quelle che fanno tendenza. Puntano più al prodotto di classe perché hanno meno vincoli e hanno meno da perderci.”

Al termine dell'intervista, Violetta rivela i suoi progetti futuri: a dimostrazione della sua tenacia, ha rivelato il suo desiderio di volare negli Stati Uniti per lavorare a Ubisoft Mexico, dove il mercato è in espansione. Ma se dovesse scegliere le case di produzione di console, preferirebbe lavorare in Sony, trovando le strategie di marketing e i giochi più affini alla sua personalità. Violetta Leoni è uno dei casi di donne italiane inserite nell'ambito dei videogiochi che si dimostra brillante e competente, a dimostrazione di come l'universo femminile sia molto promettente in campo videoludico.

### 3.1.2 Digital Bros Game Academy – Milano: la formazione che unisce teoria e pratica in un solo anno

Un altro interessante caso italiano nella formazione videoludica ha sede a Milano: si tratta della Digital Bros Game Academy. Anch'essa è nata a partire da una realtà già esistente, l'azienda Digital Bros., guidata da Geoff Davis. Nata nel 2015, l'accademia offre tre corsi diversi, che preparano a tutte le aree di sviluppo e produzione di un videogioco: Game Designer, Game Programmer e Artist&Animator 2D/3D.

L'insegnamento si basa sul metodo *learning by doing*, con molta pratica in laboratorio e lezioni dove teoria e pratica si fondono. Il percorso di studi dura un anno e gli studenti sono sia ragazzi, sia un numero crescente di ragazze. Secondo le informazioni fornite da Davis, direttore dell'accademia:

“Nel 2015, su 28 studenti, 5 erano donne, di cui 4 frequentanti il corso di Art&Animation, che prepara la figura professionale con più donne, mentre una ragazza era nel corso di Game Design. Quest'anno (2016, ndr), su un

totale di 68 studenti, abbiamo 6 donne, con un numero maggiore sempre in Art&Animation. Nel 2016 abbiamo introdotto una quarta borsa di studio per una donna, riservata al corso di Programmazione. Per stimolare l'ingresso di più donne all'interno dell'industria, non ci si deve porre limiti, quindi per aumentare ancora di più la presenza femminile, abbiamo deciso di riservare una borsa di studio anche in ambito di programmazione. Finora le donne programmatrici nel mondo sono solo il 5%, di cui solo una parte minore è inserita in ambito videoludico.”

Proseguendo nell'intervista, Geoffrey Davis ha anche affermato:

“Queste due prime edizioni (2015 e 2016, ndr) sono state davvero un successo e hanno superato le nostre aspettative. A sostegno del nostro ottimismo anche il risvolto occupazionale, che vede l'80% degli studenti del primo anno aver trovato un lavoro o uno stage. Vogliamo però continuare a migliorare [...]”<sup>145</sup>

L'introduzione di una borsa di studio riservata esclusivamente alle studentesse è una scelta decisamente significativa per incentivare la presenza femminile nel mondo videoludico.

Per approfondire la questione in maniera diretta, sono state intervistate alcune ragazze frequentanti il corso di Art&Animation 2D/3D. Le tre studentesse in questione sono Claudia Bonandrini, Federica Fringuellini e Elisabetta Micucci, studentesse con percorsi formativi diversi alle spalle, ma tutte unite dall'interesse per i videogiochi, spesso nato in tenera età grazie a famigliari o individualmente. Ad esempio, Claudia ha cominciato con l'avventura grafica *Il retaggio del tempo 2*, mentre Federica ha ereditato la passione dei genitori e del fratello, giocando a *Monkey Island* o *Diablo 2*.

Inutile dire che le ragazze possiedono diverse console, come è stato detto anche da Violetta Leoni nell'intervista precedente, spaziando da console fisse a PC, fino a giochi su mobile: non mancano infatti la classica PlayStation e Xbox One, nemmeno le console portatili come GameBoy e Nintendo DS. La loro conoscenza è piuttosto diversificata anche in termini di generi preferiti, tra i quali sono

---

<sup>145</sup> 21 settembre 2016, Avvenire, Milano : <http://www.avvenire.it/Lavoro/Formazione/Pagine/digital-bros-game-academy-aperte-le-iscrizioni-al-nuovo-anno-accademico.aspx>

presenti puzzle games, avventure grafiche, RPG e giochi di azione, oltre che a giochi hack and slash, punta e clicca o platform.

Dopo aver coltivato la loro passione durante studi universitari e liceali precedenti l'esperienza alla Digital Bros, hanno deciso di intraprendere questo cammino per diversi motivi. Federica spiega così la sua scelta:

“Ho scelto la DBGA perché ti introduce nell'ottica del mondo lavorativo fin dall'inizio del corso con seminari e progetti. L'ho scelta anche per il metodo di insegnamento “learning by doing”, imparare facendo, fare tanti progetti, singoli o di gruppo, dà la possibilità di esprimere se stessi (oppure conoscere la propria creatività) imparando insieme o da soli.”

Claudia, la più grande delle tre all'anagrafe, racconta la sua carriera universitaria in breve e la scelta di affrontare un altro percorso di studi:

“Dopo aver concluso un Master in CG a Roncade presso la Bigrock, ho sentito l'esigenza di specializzarmi nella computer grafica per videogiochi e ho valutato alcune scuole per videogiochi a Milano, tra cui la DBGA. Quest'ultima mi è sembrata la più completa e convincente, nonché la scuola orientata al mondo del lavoro in modo più concreto.”

Infine, Elisabetta parla della sua scelta di approfondire le conoscenze in campo videoludico dopo aver frequentato la facoltà di Design al Politecnico di Milano, dove ha seguito il corso di Game Design:

“Al termine del mio percorso universitario, avevo intenzione di approfondire alcune tematiche che negli anni avevo appena sfiorato, ma mai indagato come avrei voluto. Questa accademia offriva la possibilità di studiare modellazione e animazione 2D/3D, proprio ciò su cui volevo focalizzarmi, e di farlo nell'arco di un unico anno, altra cosa interessante dopo cinque anni di Politecnico. Apprezzo il mio corso perché mi permette di studiare esattamente quello per cui avevo deciso di iscrivermi.”

Durante queste interviste, è stato affrontato l'argomento delle differenze di genere tra colleghi, chiedendo loro se hanno percepito delle diversità legate al genere, durante i vari lavori di gruppo svolti. Le ragazze hanno notato approcci distinti, ma dovuti alla varietà di esperienze di studio e lavoro tra i colleghi, non legate dunque a questioni di *gender*. Per quanto riguarda invece la loro opinione su stereotipi e pregiudizi nei confronti delle donne giocatrici, nessuna di loro ha sperimentato situazioni spiacevoli e discriminatorie in accademia, né in privato. Federica però condivide l'opinione precedentemente riportata di Violetta Leoni:

“Guardando video su piattaforme come YouTube, le ragazze, per farsi notare, esagerano la figura della gamer, facendo sembrare ai ragazzi di essere un caso raro, anche se così non è. In realtà, viene sfruttata la tendenza della ragazza diversa che ama alla follia i videogiochi. Quindi sì, vedo che c'è discriminazione ma per colpa delle ragazze di questo tipo, perché fingono di essere quello che non sono.”

Le interviste si sono concluse chiedendo loro cosa ne pensano del termine *gamer girl*, un'espressione attorno alla quale si è spesso discusso per le connotazioni particolari che porta con sé. Le studentesse hanno sostenuto che sia estremamente sessista e “ghettizzante” poiché, prima che si diffondesse, i giocatori venivano denominati *gamer* in maniera indistinta. In seguito, l'espressione ha subito una notevole diffusione soprattutto per via dei video pubblicati da ragazze giocatrici su YouTube e Twitch, le quali hanno suscitato scalpore, in quanto l'opinione pubblica sostiene che queste diffondano i loro video come pretesto per attirare l'attenzione maschile.

Si può dunque sostenere che queste studentesse rappresentino un altro esempio di ragazze che ambiscono a lavorare in campo videoludico, con una notevole preparazione specializzata e desiderose di mettere in pratica quanto hanno appreso durante l'intenso anno accademico presso la DGBA. I loro sogni sono poter lavorare, anche all'estero, fare qualche anno di esperienza in una realtà lavorativa del settore e applicare successivamente tale esperienza in uno studio di piccole o medie dimensioni.

Un'altra studentessa con cui è stato possibile avere un'intervista di persona, indicata dalla professoressa Maresa Bertolo<sup>146</sup>, è Ilenia Nacci, che ha frequentato il corso di Graphic Design nell'anno accademico 2016/2017. Ama i giochi in generale, non solo i videogiochi, perché le interessa la dimensione della trasmissione di particolari contenuti e messaggi attraverso la dimensione ludica. Ilenia sostiene che i (video)giochi siano “*una vecchia passione, mi piace creare esperienze ludiche che non siano però necessariamente divertenti; l'importante è che lascino qualcosa nei giocatori, un messaggio educativo e formativo*”. Da piccola, ha cominciato con GameBoy Color, giocando numerose volte a Pokémon,

---

<sup>146</sup> Vedi capitolo 3.1.3

oltre a Sega Master System di suo zio. Ha studiato al liceo scientifico, nonostante avrebbe voluto frequentare l'artistico, per poi pendere una laurea triennale al Politecnico di Milano, in Design della Comunicazione, pur rimanendo affascinata da Grafica e Animazione in 2D.

Lì ha conosciuto Maresa Bertolo, il cui primo contatto è stato durante il corso di Computer Grafica e in quel periodo aveva sviluppato un certo interesse per i giochi da tavolo. È così che decide di frequentare diverse fiere basate su questo tipo di attività ludica, desiderando aprire una ludoteca o comunque svolgere una professione legata a questi giochi, conoscendo diversi game designer e alcuni editori. Tra questi, conosce un game designer toscano, Marco Valtriani, noto nell'ambito del gioco da tavolo, e alla prima Global Game Jam di Ilenia, nel 2013, si incontrano e lei ha la possibilità di collaborare con lui. Ha cominciato a lavorare nello studio Red Glove, dove ha partecipato alla creazione di alcuni giochi da tavolo, i primi di una lunga serie.

Inoltre, ha avuto la possibilità di conoscere molte persone nel settore, oltre che continuare a sviluppare progetti; proprio tramite lei e una sua collega, Francesca Antonacci, professoressa presso l'Università Bicocca di Milano, ha potuto fare parte di un progetto di sviluppo per due applicazioni per Intesi Group, una azienda di sicurezza informatica, tra il 2012 e il 2015, entrando anche nell'ambito dell'advergame in-app. L'obiettivo era divulgare alcune nozioni importanti, come dare consigli sulla creazione di una password, oltre che far conoscere l'azienda al pubblico.

Si nota dunque che Ilenia ha saputo orientarsi in diverse tipologie di sviluppo e produzione ludica e videoludica, motivo per cui ha partecipato con entusiasmo a tre diverse Jam Session, durante una delle quali ha conosciuto Jeoff Davis della DGBA. In marzo 2016 comincia dunque un nuovo percorso formativo in accademia, poiché desiderava approfondire le proprie conoscenze anche in campo videoludico. Ilenia spiega così il suo amore per il gioco:

“Il mio obiettivo è fare giochi in generale: quelli pensati per il consumatore sono più divertenti, ma mi piacciono anche quelli pensati per il business. Mi

piace creare esperienze ludiche che lascino un messaggio di qualche tipo, perché ritengo che il gioco sia un mezzo molto potente per veicolare contenuti e significati. Prima di tutto, riesce a dare un senso di protezione ai giocatori, in quanto possono sperimentare una situazione o delle emozioni senza avere ripercussioni effettive sulla propria vita.

Inoltre, il gioco può anche essere considerato come un paragone della vita: infatti, ora è un medium molto importante, anche per affrontare temi importanti e delicati, come quello della malattia. Prendiamo ad esempio il titolo indie *That Dragon, Cancer*<sup>147</sup>: è un'esperienza di gioco davvero dura, per quanto il gameplay non sia nulla di complesso, anzi. Permette di vivere appieno la drammaticità vissuta dai genitori e di esplorare il loro mondo in maniera immersiva e senza dover pensare a “come” giocare, ma al contenuto del gioco in sé”.

Ilenia ha anche rivelato di far parte del progetto *PlayRes*, un'organizzazione fondata da diverse persone appartenenti all'ambito ludico e videoludico a diversi livelli, il cui obiettivo è quello di divulgare a 360 gradi la cultura del gioco educativo e “sano”. Del resto, desidera coltivare la sua passione in modo approfondito, cercando di trasformarla in una professione ufficiale e ben stabilita, come alcune realtà che verranno affrontate nel paragrafo successivo.

### 3.1.3 Maresa Bertolo e i *game studies* al Politecnico di Milano

Il primo incontro con Maresa Bertolo è avvenuto in occasione dell'evento *Game Over* il 24 settembre 2016 a Milano<sup>148</sup>. È professoressa del corso di Game Design della Laurea Magistrale presso la Scuola di Design del Politecnico di Milano. Laureata in informatica, ha cominciato a insegnare in università ufficialmente dal 1997, prima a Crema in un corso di programmazione di videogames, quando ancora non esisteva un corpus accademico su questa disciplina, ma solo singoli corsi. Si è occupata di ricerca sull'interfaccia di sistema e sul web, un campo in cui il concetto di interazione era già presente, seppure in maniera diversa rispetto ai videogiochi.

---

<sup>147</sup> Vedi capitolo 2.

<sup>148</sup> Un ringraziamento al ludologo Andrea Ligabue che ci ha messe in contatto per discutere dei vari argomenti di tesi .

Maresa Bertolo si è avvicinata sin dall'infanzia al gioco nelle sue varie forme: era soprattutto attirata da giochi da tavolo, per poi avvicinarsi ai giochi urbani, analogici, digitali e online, a diversi MMORPG e German-style board game. Questi ultimi sono giochi da tavolo di breve durata e con semplici regole da seguire, che consentono un'interazione indiretta tra i partecipanti ed enfatizzano l'uso di strategie, temi economici o militari e permettono a tutti i giocatori di partecipare sino alla fine.

Esempi di giochi che l'hanno appassionata sono *Forgotten Tales*, *Alta Tensione* o *Twilight Imperium*. Il primo è un classico RPG "spada e draghi", caratterizzato da mostri, missioni e dall'obiettivo di radunare un gruppo di avventurieri per combattere e avanzare di livello; nel secondo caso si tratta di un gioco da tavolo tedesco, in cui ogni giocatore rappresenta una compagnia elettrica che possiede centrali di vario tipo e cerca di rifornire di energia una rete di città. Infine il terzo è un gioco da tavolo di origine americana, dove i giocatori scelgono le razze da giocare e poi costruiscono la mappa di gioco.

È interessante sottolineare il fatto che Bertolo non limiti questa passione per i giochi al puro momento ludico: nel caso di *Forgotten Tales*, fa parte di una comunità online di circa 300 soggetti, dove le donne sono presenti in quantità notevole. In questo gruppo è possibile scambiarsi opinioni e informazioni, interagendo tra giocatori e, più in generale, persone che condividono la stessa passione per il gioco.

Per Bertolo, i giochi sono una parte fondamentale della vita, tanto da aver sofferto la mancanza di compagni di gioco sempre più percettibile nel periodo dell'adolescenza, fino ad arrivare a scoprire le comunità di giochi di ruolo a 25 anni. Questa novità le ha permesso di riavvicinarsi con entusiasmo al genere e all'attività ludica, permettendole di rivivere la passione che da sempre la caratterizza. Bertolo si interessa a vari generi, senza averne uno preferito in particolare, perché si avvicina a un certo genere in base al periodo di vita che sta affrontando: dal suo punto di vista, i giochi dicono qualcosa di ogni giocatore e dunque rispondono a un bisogno personale specifico di quel momento.

Mentre si occupa di insegnamento ed entra nella Scuola di Design presso il Politecnico di Milano, scopre l'esistenza dei *game studies* tra il 2004 e il 2005, rimanendone affascinata. Questa scoperta la spinge a promuovere sempre di più l'inserimento di un corso universitario ufficiale su questo tema; in precedenza infatti teneva solo un laboratorio di Interactive Design. È nel 2013 che parte il corso facoltativo di Game Design, proposto a tutti i curricula di Laurea Magistrale in Design, la cui quinta edizione è cominciata in marzo 2017. Non è stato facile però introdurre questo corso, come ha raccontato la stessa docente:

“La discriminazione del videogioco come medium è ora di smantellarla. Ora è solo una questione anagrafica, noi siamo gli ultimi a percepire questa problematica dello sdoganamento dei videogames: ho visto qui (al Politecnico, ndr), quando ho iniziato a lavorare sul gioco e a proporre in commissione delle tesi che si occupavano di questo argomento, dei colleghi più anziani che associavano al termine *gioco* il poker. Non c'era modo di far loro capire che non era quello, era un pensiero molto radicato; i docenti più giovani erano più aperti mentalmente e quindi predisposti a comprendere la nuova dimensione ludica. Per avere il mio corso di game design ci ho messo sette anni, non è facile istituire un nuovo corso, ma per questo tipo di corso in particolare il cammino è stato lungo e laborioso.”

Dunque, dopo lunghi anni di avanzamenti di proposta di inserimento di questo insegnamento, la passione che anima la professoressa le ha permesso di portare avanti il suo progetto fino alla realizzazione, che consente ogni anno a un gruppo di circa quaranta studenti di elaborare progetti in team working.

Il corso viene elaborato in maniera complementare: una prima parte teorica, dove la professoressa spiega le componenti teoriche dei *game studies* e cosa significhi elaborare un progetto, in tutte le sue parti. Vengono dunque fornite le metodologie e gli strumenti teorici necessari alla comprensione della disciplina, così come un'analisi critica e scientifica. Si concentra anche sul valore della comunicazione del gioco, soprattutto con i tesisti, che può avere diverse funzioni: veicolare informazioni e contenuti di natura sociale, sensibilizzare su un tema in particolare o affrontare la considerazione del sé. Secondo Maresa Bertolo

“Il gioco, essendo di natura sociale, riflette le caratteristiche della società stessa: la multiculturalità, le questioni di genere, i problemi relativi a tematiche quali il lavoro e i conflitti sociali, così come l’argomento delicato della disabilità”.

In un secondo momento, vengono svolti i lavori di gruppo, dove ogni team è composto da circa cinque membri misti; l’obiettivo è inventare un gioco per affrontare un problema sociale. Maresa Bertolo ha deciso di impostare il lavoro su temi diversi ogni anno, così da poter perlustrare vari ambiti e affrontare una varietà di questioni e soggetti. Non si tratta dunque di un corso statico, ma richiede l’impegno di un rinnovamento costante ogni anno accademico.

Solitamente la professoressa trae spunto dalle 17 problematiche sociali individuate dalle Nazioni Unite<sup>149</sup> (dietro suggerimento di Francesco Cavallari), miti classici (Morfeo, gli Argonauti...) e proverbi; l’interesse per quest’ultimo tema le è stato tramandato dal professor Daniele Mariani, suo docente e relatore quando era a sua volta studentessa. Il *fil rouge* che lega tutti i soggetti elencati è la narrazione, una dimensione molto importante nel gioco. Grazie a questi spunti, gli studenti possono lavorare a partire da un riferimento chiaro, che li pone in uno stato di tranquillità e sicurezza tali da poter elaborare il loro progetto senza problemi di comprensione. È un tratto del lavoro che la professoressa tiene a sottolineare, in virtù del suo desiderio di porre i partecipanti al suo corso nelle migliori condizioni di elaborazione dei giochi.

Dopo che è stato elaborato, vengono effettuati test e analisi quantitative e qualitative su un panel solitamente composto da studenti del Politecnico, talvolta anche su persone esterne durante gli eventi, per valutare l’efficacia delle meccaniche di gioco e comprendere se l’obiettivo desiderato venga effettivamente raggiunto. Inoltre gli studenti raccolgono opinioni e valutazioni tramite sondaggi, prima e dopo aver giocato. Qualora il gioco superi il test, viene ultimato e poi esposto a vari eventi e fiere in ambito gaming, affinché venga testato da altre persone, di cui si rilevano le reazioni e ulteriori valutazioni ai fini della ricerca.

---

<sup>149</sup> Si tratta dei 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile promossi dall’ONU:  
[https://it.wikipedia.org/wiki/Obiettivi\\_di\\_Sviluppo\\_Sostenibile](https://it.wikipedia.org/wiki/Obiettivi_di_Sviluppo_Sostenibile)

In alcuni casi, questi giochi vengono sviluppati per tentare di lanciarli sul mercato: è il caso di *My Brother*, sviluppato dalla studentessa Irene Nappi, che ha trattato il tema della schizofrenia. Si tratta di una malattia su cui esiste ancora un forte stigma sociale, che la ragazza ha desiderato affrontare con questo gioco stilando una sorta di “istruzioni” sui comportamenti da tenere nei confronti di coloro che soffrono di questa condizione. Per rendere il tema più leggero e facilitarne la diffusione sul mercato, il gioco ha subito variazioni, diventando la storia di una famiglia che deve traslocare e che deve essere in grado di gestire lo stress durante questa esperienza.

Diventa così un gioco collaborativo, dove ognuno assume il ruolo di un membro della famiglia e l’obiettivo è mantenere il livello di stress e disagio il più basso possibile, soprattutto nei confronti del piccolo Eric, il soggetto più debole.<sup>150</sup>

Nel corso delle lezioni, la professoressa ha avuto modo di osservare le modalità di interazione tra partecipanti, che sono distribuiti in maniera equilibrata tra ragazzi e ragazze. Le studentesse frequentanti la facoltà di Design sono infatti la metà circa del totale, con un 60% di ragazze tesiste che la stessa docente ha seguito nel corso degli anni.

Per quanto riguarda il lavoro in team, la Bertolo non ha riscontrato nessuna differenza di genere nell’approccio e nell’apporto che possa risalire alla distinzione fra ragazzi e ragazze. Al contrario, dal suo punto di vista, sono ormai quasi più i ragazzi a venire discriminati sul tema della sensibilità: rilevando anche i risultati di studi e ricerche effettuati in passato nell’ambito dei *game studies*, è stato largamente sostenuto che la sensibilità maschile sia meno sviluppata e rilevante rispetto a quella femminile. Lo stesso discorso vale per l’empatia creata dagli individui, per cui le donne sarebbero più inclini a questo tipo di relazione sociale.

Al contrario, sostiene Maresa Bertolo, queste capacità e qualità naturali non dipendono tanto dal genere, quanto dalla soggettività di ogni persona, quale che

---

<sup>150</sup> <http://www.demoela.com/my-brother/>

sia il suo sesso. Ha rilevato tanta uguaglianza e parità tra studenti, quanta difficoltà di comunicazione nell'unico gruppo di studenti stranieri, composto da sole persone cinesi.

In questo caso, erano i ragazzi a esporre verbalmente il lavoro svolto e a interagire con gli altri, mentre le ragazze venivano tenute quasi in disparte dai primi. “È una questione culturale, molto probabilmente”, ha detto la docente, riflettendo sulle reazioni di stupore da parte loro quando la donna si rivolgeva anche alle ragazze del gruppo.

Dal suo punto di vista, non si tratta di questione di genere, ma di pura e semplice individualità: ogni persona è in grado di dare il suo contributo al lavoro in maniera unica e totalmente soggettiva, a prescindere dal proprio genere. Quest'ultimo tratto non è così rilevante secondo lei, come invece è stato ampiamente sostenuto dalle ricerche svolte soprattutto negli anni Ottanta e primi anni Novanta.

La professoressa Bertolo, animata da questa grande passione per il gioco, non si limita all'attività accademica: si è dedicata alla stesura di un testo, come la raccolta di saggi *Game Design*.

“È una panoramica sui *game studies* in italiano. Abbiamo radunato i colleghi, in accademia e non, che lavorano sul gioco perché volevamo dare al lettore italiano uno sguardo sulla disciplina: c'è una parte teorica e una metodologica. Purtroppo gli italiani non amano leggere in inglese e quindi non hanno una cultura di *game studies*”.

Inoltre fa parte di un gruppo interdisciplinare di discussione e condivisione di riflessioni sul gioco, dal nome *Lusory Warp*, fondato con la professoressa Francesca Antonacci alcuni anni fa, subito dopo essersi conosciute presso una ludoteca milanese. Il nome deriva dal concetto di *lusory attitude*, coniato da Bernard Suits e citato nel suo libro *The Grasshopper*. Secondo l'autore, è uno stato d'animo in cui ci si trova quando si vuole giocare, una condizione irresistibile senza la quale il gioco non esisterebbe. Suits si riferisce al gioco non

regolato, alla *paidia*<sup>151</sup>. Il termine *warp* fa riferimento al vortice del gioco, dal quale non ci si può salvare né sottrarre, ma richiama anche il brano *Time Warp* in *Rocky Horror Picture Show*<sup>152</sup>.

Oggi *Lusory Warp* conta circa una ventina di persone, che si tengono in contatto grazie a un gruppo pubblico su Facebook<sup>153</sup> dove si scambiano opinioni ed è possibile rimanere aggiornati sugli incontri che si programmano per discussioni e analisi di giochi. È grazie a questo gruppo che si tiene viva l'attività di ricerca e si organizzano sessioni ludiche presso *Bì, la fabbrica del gioco e delle arti*, un centro a Cormanò dove è possibile provare giochi di varie tipologie e farle conoscere anche al pubblico. Dall'incontro di due donne come Bertolo e Antonacci è stato possibile dare luogo alla divulgazione della cultura ludica, al progresso della ricerca e a un'attività continua di presentazione di nuovi giochi in chiave formativa e approfondita: i temi con cui ci si confronta, come abbiamo visto, sono spesso di rilevanza sociale e permettono di affrontarli considerandoli da prospettive altre rispetto a quelle normalmente proposte dalla società.

Il secondo progetto a cui Maresa Bertolo si dedica è *PlayRes*, un'associazione culturale nata nel 2015 per la promozione, divulgazione e ricerca sul gioco e la teoria dei giochi<sup>154</sup>, il cui organico risulta così articolato:

- Francesca Corrado, Presidente e Socio Fondatore (economista ricercatrice e Vicepresidente Well\_B\_Lab\*);
- Andrea Ligabue, Vicepresidente, Socio Fondatore (Ludologo e Direttore Artistico di PLAY: Festival del Gioco. Tecnico - Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia);
- Maresa Bertolo, Segretario e Socio Fondatore;

---

<sup>151</sup> In riferimento alla distinzione fra *paidia* e *ludus* teorizzata da Roger Caillois: il primo è un tipo di gioco senza regole, improvvisato e spontaneo, che nasce dalla pulsione al gioco e dalla semplice volontà di divertirsi. Con *ludus* si parla invece di gioco regolato, che richiede competenze e abilità.

<sup>152</sup> Film, 1975, diretto da Jim Sharman e tratto dallo spettacolo teatrale *The Rocky Horror Show* del 1973 di Richard O'Brien.

<sup>153</sup> <https://www.facebook.com/groups/1797196590527228/>

<sup>154</sup> <http://www.playres.it/>

- Ennio Bilancini, Tesoriere e Socio Fondatore (Professore Associato presso il Dipartimento di Economia “Marco Biagi” Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia);
- Matteo Bergna, Consigliere e Socio Fondatore (Facilitatore ludico).

L’Associazione intende promuovere e diffondere la cultura e la ricerca sul ruolo del gioco nella vita dei singoli individui e dei gruppi sociali, anche attraverso azioni di utilità sociale e a favore di persone svantaggiate in ragione di condizioni fisiche, psichiche, economiche, sociali o familiari. In concreto, l’attività si sviluppa sotto forma di organizzazione di mostre, concorsi, spettacoli, in Italia e all’estero; vengono svolti corsi, seminari e workshop tenuti da professori e professionisti, sia interni che esterni all’Associazione.

In generale si desidera incentivare lo scambio culturale con gruppi italiani ed esteri, dagli obiettivi simili, operando sia in Italia che all’estero. Un momento particolare riguarda l’organizzazione della “tavola esagonale”, che precede ogni anno l’evento PLAY: Il Festival del Gioco a Modena<sup>155</sup>. È stata chiamata esagonale poiché l’esagono è uno dei *leitmotiv* del gioco; si tratta di un’altra occasione di incontro tra figure accademiche e professionali per discutere sul tema ludico.

Inoltre, come si nota dall’organico sopra riportato, la professoressa Bertolo ricopre il ruolo di Segretario, nonché Socio Fondatore, a riprova del suo forte coinvolgimento nel settore ludico e di quanto creda fortemente nella divulgazione del tema del gioco a livello accademico e culturale.

In conclusione, si può certamente affermare che la docente sia davvero nata con la passione per il gioco, un forte attaccamento alla dimensione ludica che l’ha portata a sviluppare il tema in maniera approfondita e corposa. Non solo tiene vivo l’interesse personale facendo parte di associazioni e progetti, ma crede talmente

---

<sup>155</sup> <http://www.play-modena.it/#>

tanto nell'importanza di questa dimensione della vita da voler diffondere la cultura ludica sia a livello accademico, sia sociale.

Nei suoi confronti non si sono mai verificati comportamenti discriminatori per il fatto di provare questa forte passione per il gioco sin dall'infanzia, così come nemmeno lei ha percepito particolari differenze a livello di genere, sia tra colleghi che tra studenti frequentanti i suoi corsi. Si può anzi affermare che, con il passare del tempo, lei stessa abbia respirato un clima di accettazione e interesse sempre maggiore per il gioco a livello universitario, a supporto della tesi per cui il tema ludico sta assumendo una rilevanza ormai innegabile. Inoltre, lo “sdoganamento” di questo soggetto è stato reso più facile in ambienti come la Scuola di Design, grazie alla presenza di menti aperte, creative e generalmente meno soggette all'influenza di pregiudizi e stereotipi.

## 3.2. L'attività professionale in Italia e all'estero

### 3.2.1 Software house al femminile

Le aziende che per prime hanno tenuto alto il vessillo della femminilità nei videogiochi sono di origine americana. Queste realtà non hanno solo prodotto diversi titoli divenuti più o meno famosi a livello mondiale, ma sono, o sono stati, anche ambienti lavorativi con una peculiarità: erano composti da sole donne.

#### 3.2.1.1 Purple Moon

Uno dei primi casi riguarda la software house *Purple Moon*, fondata nel 1996 da Brenda Laurel in California, a Mountain View. L'azienda fu la prima negli Stati Uniti a rivolgere i propri prodotti a un target di bambine tra gli 8 e i 14 anni, poiché la fondatrice sostiene che

“Throughout my two decades in the computer game business, I ached for a chance to create alternatives to the chasing, shooting, fighting, exploding,

hyper-male world of games. Why weren't there any computer games for girls?"<sup>156</sup>

L'esperienza professionale di Brenda Laurel comincia alla fine degli anni Settanta con Cybervision, per proseguire presso Atari. Dopo questi due periodi della sua vita lavorativa, decide di co-fondare Interval Research Corporation, un'azienda presso cui svolse attività di ricerca e sviluppo per analizzare le relazioni intercorrenti tra genere e tecnologia tra i bambini e gli adolescenti. È in seguito a questa esperienza che decide di co-fondare Purple Moon, una casa di produzione nota soprattutto per aver contribuito fortemente allo sviluppo del cosiddetto *Girl Game Movement*, un fenomeno produttivo e culturale in ambito videoludico in conseguenze del quale, nel corso degli anni Novanta, ci fu un'esplosione di titoli per le giocatrici, in particolare il target erano le ragazze nord americane. Questo movimento comprendeva delle spinte produttive e sociologiche per attribuire sempre più importanza al pubblico femminile in termini di marketing e fare sì che diventasse sempre più naturale comprendere le ragazze tra i fruitori di videogiochi.

Purple Moon si occupava di produrre dei giochi "purple", contrapposti a quelli "pink". Questi ultimi proponevano i valori tradizionali legati alla femminilità, dove un esempio tipico è il già citato *Barbie Fashion Designer*. Tali giochi erano

"predicated on strongly gender-typed toy preferences, and spurred research on female and male differences in interests, activities, preferences, and uses of games and toys".<sup>157</sup>

I giochi "purple" - così denominati in riferimento a Purple Moon -invece seguivano una diversa direzione in questo movimento, rappresentando un elemento di contrasto con la prima categoria di titoli. I giochi di questa categoria si

---

<sup>156</sup> Kafai, Heeter, Denner, Sun, 2008, *Beyond Barbie and Mortal Kombat*, MIT Press, Cambridge, Massachusetts – London, England.

<sup>157</sup> Kafai, Heeter, Denner, Sun, 2008, *Beyond Barbie and Mortal Kombat*, MIT Press, Cambridge, Massachusetts – London, England.

basavano su attività tratte dalla vita quotidiana delle ragazze e dai loro interessi, così come la condivisione di segreti tra pari e la nascita di relazioni di amicizia.

Brenda Laurel fondò la software house con Pamela Dell, esperta di riviste per adolescenti, e Kristee Rosenthal, designer e artista che aveva già lavorato a lungo per Apple. Vennero aperti tre tipi di business: la produzione di giochi interattivi su CD-ROM, il sito Purple-Moon.com e una serie di oggetti da collezione.

L'obiettivo era fondare un'azienda di sole donne rivolta alle ragazze, producendo giochi per PC per un target diverso da quello predominante dell'industria dell'epoca (maschile). Infatti, i game executives sostenevano che le ragazze non fossero abili nei giochi per computer. Quindi questo segmento di mercato non veniva nemmeno considerato, oppure, qualora ci fosse qualche prodotto destinato alle ragazze, non veniva pubblicizzato in maniera adeguata, causandone il fallimento e quindi alimentando l'idea che fosse inutile lanciare prodotti di questa tipologia.

L'azienda riscosse un notevole successo di vendite e suscitò una notevole attenzione da parte della stampa. La maggior parte degli articoli pubblicati contribuivano a crearne un'immagine positiva. Tuttavia, proprio dalla stampa arrivarono i primi attacchi e attirando anche l'attenzione di Rebecca Eisenberg, femminista radicale che si disse contraria alla produzione di Purple Moon, arrivando addirittura a parlare di "gender crimes".<sup>158</sup> Le critiche sono giunte proprio da coloro che si pensavano essere alleati della causa supportata dall'azienda; alcune femministe si sono lamentate dell'azienda, poichè

“[...] is it good or bad to reflect the social realities of most girls' lives? [...] We were wrong, it was said, to bring up such issues as popularity. Girls shouldn't think about this, and so we shouldn't encourage them”.

---

<sup>158</sup> Kafai, Heeter, Denner, Sun, 2008, *Beyond Barbie and Mortal Kombat*, MIT Press, Cambridge, Massachusetts – London, England.

Sembrava dunque che il problema riguardasse il concetto stesso di popolarità nei confronti delle ragazzine in età preadolescenziale. A questa opposizione, Laurel rispose dicendo che

“emotional health is not about whether preteens think about popularity but how they think about it and what kinds of values they employ in deciding how to behave”.<sup>159</sup>

L'attività lavorativa di questa azienda fu di breve durata: in tre anni riuscì a lanciare solo due serie di videogiochi, con un numero ridotto di titoli per ciascuno di questi: *Rockett* e *Secret Paths*. I primi due giochi della casa produttrice risalgono al 1997, *Rockett's New School* e *Secret Paths in the Forest*. Nel primo caso, le giocatrici assumevano il ruolo di una ragazzina, Rockett, che comincia a frequentare una nuova scuola e cerca di farsi nuove amicizie. Viene dunque proposta una situazione sociale tanto comune quanto particolare, che coinvolge ogni alunna all'inizio di un nuovo percorso scolastico. E gli altri?

Nonostante le controversie con alcune rappresentanti del femminismo, l'azienda ha ricevuto diversi riconoscimenti per le sue produzioni, in particolare per la serie *Rockett*, la quale era stata ideata per presentare dei tratti narrativi complessi ed elaborati per l'epoca. Si trattava infatti di una storia nella quale si voleva andare al di là del puro e semplice gameplay, inserendo dei veri e propri *backstory elements*, ossia contenuti sbloccabili, quali diari, artefatti, note e altri oggetti e dettagli che hanno aumentato il carattere esplorativo e interattivo.

Con questi dettagli, presenti anche sul sito *Whistling Pines*, gli utenti potevano creare nuovi materiali e oggetti grazie ad attività del sito web, rafforzando il concetto di costruzione narrativa come percorso di gioco. Un'altra particolarità dei giochi targati Purple Moon era la possibilità di compiere diverse scelte durante il gioco, l'opzione *branching alternatives*, grazie alla quale il player non è passivo, ma è anzi indotto a far prendere decisioni al proprio avatar.

---

<sup>159</sup> Kafai, Heeter, Denner, Sun, 2008, *Beyond Barbie and Mortal Kombat*, MIT Press, Cambridge, Massachusetts – London, England.

Come è evidente, il lavoro svolto da questa casa di produzione di fine anni Novanta è stato notevole, sia in termini di concept che di livello tecnologico, senza trascurare il portato culturale dei prodotti, con i quali si voleva dare risalto a un segmento del mercato videoludico fino ad allora trascurato e ritenuto inadatto al raggiungimento di un cospicuo giro di mercato. Pensieri che si sono rivelati errati, sia dal punto di vista di marketing, che socio-culturale.

Brenda Laurel ricorda con positività questo periodo di attività di *Purple Moon*, nonostante sia stata un'esperienza piuttosto breve, ma intensa di accadimenti: da una parte, le critiche femministe, dall'altra l'accoglienza positiva da parte di genitori e giovani giocatrici per i titoli lanciati. Era loro chiaro che, pur essendo giochi per ragazze, non avevano nulla a che fare con il personaggio di Barbie, né con le attività proposte nei sopraccitati giochi "pink".

"I consider our work to have been a cultural success in the sense that it touched the lives of millions of girls and offered them fresh views of girlhood and a new portal into technology. [...] I have learned a great deal, and I'm not dead yet."<sup>160</sup>

La storia di *Purple Moon* si chiude con un fallimento economico, problematiche legali relative alla proprietà intellettuale e alla sicurezza del sito. Quest'ultima era una certezza che *Purple Moon* aveva da sempre assicurato alle giovani navigatrici online e che dunque non poteva permettersi di negare loro.

In seguito alla chiusura, moltissime email sono state inviate alla Laurel, la quale ha cercato di aiutare le giocatrici a completare la collezione di articoli di merchandising e rassicurarle per aver perso molti degli amici online che avevano conosciuto. All'epoca, la maggioranza degli utenti non aveva fornito altri contatti, dunque la conoscenza era rimasta limitata alla frequentazione online su quel sito.

---

<sup>160</sup> Kafai, Heeter, Denner, Sun, 2008, *Beyond Barbie and Mortal Kombat*, MIT Press, Cambridge, Massachusetts – London, England.

Si può quindi notare come il servizio web di Purple Moon fosse una sorta di Facebook e altri social network di incontri *ante litteram* per ragazzine e adolescenti, mantenendo però la privacy su molti dettagli personali.

In seguito, il sito venne riaperto temporaneamente da Nancy Deyo, CEO dell'azienda, per permettere alle utenti di recuperare i propri contatti; in questo modo, si scoprì che era stato possibile registrarsi nonostante l'apparente chiusura del portale, e questi nuovi utenti vi erano giunti grazie al potere del passaparola.

Dalla riapertura del sito, gli iscritti erano aumentati di circa un centinaio al giorno<sup>161</sup>, senza che alcuna operazione di marketing venisse compiuta. Questo fenomeno è quanto accade ancora oggi per molte realtà produttive indipendenti, artistiche e in diversi ambiti produttivi: per merito di quanto viene prodotto si riesce ad ottenere consenso e fan da parte di un numero congruo di persone, ma senza arrivare ai livelli delle grandi aziende internazionali. Ma sono proprio le regole del mercato e del mancato raggiungimento di un notevole giro d'affari le cause del fallimento di queste realtà, rimanendo ambienti di nicchia, con scarse o nulle possibilità di sviluppo.

Questo potrebbe accadere perché il prodotto, per quanto possa essere curato e riesca a raggiungere un buon livello di entrate economiche, non è stato lanciato da nomi famosi, l'azienda non fa parte di quella casta di poche realtà detentrici del mercato internazionale e, in alcuni casi, mondiale. Il discorso delle difficoltà inerenti la produzione indie verrà affrontato nelle interviste a figure professionali indipendenti e nel capitolo successivo, con la presentazione di alcune case histories di videogiochi.

In conclusione, si può affermare che, per quanto le intenzioni di Purple Moon fossero buone e positive per dare una svolta alla situazione della fruizione videoludica dell'epoca, le spinte generate da questa azienda non sono state sufficienti per permetterle di proseguire a lungo la sua attività, ma hanno mostrato chiari segni di interesse all'argomento della distinzione di gender nella produzione

---

<sup>161</sup> Kafai, Heeter, Denner, Sun, 2008, *Beyond Barbie and Mortal Kombat*, MIT Press, Cambridge, Massachusetts – London, England.

di giochi. Questo interesse derivava da un'analisi attenta del panorama di quel momento, già oggetto di studio di sociologi e ricercatori come sottolineato in precedenza, dando anche origine al sopracitato *girl game movement*.

Questo fenomeno non è stato affatto sterile: ha favorito la concentrazione sulle ragazze e la nascita di altre realtà sempre più importanti e attive. Uno di questi casi è la Silicon Sisters Interactive.

### 3.2.1.2 *Silicon Sisters Interactive*

*Silicon Sisters Interactive* è una software house fondata il 20 luglio 2010 a Vancouver, nella Columbia Britannica, la cui peculiarità è che la gestione dell'attività avviene da parte di sole donne. Le fondatrici sono Brenda Bailey Gershkovitch e Kirsten Forbes, che avevano coinvolto anche la designer Brenda Brathwaite in fase iniziale. In occasione del lancio ufficiale dell'azienda, la Gershkovitch sostiene che

“We're not interested in 'pinkifying' games, which is how girl games are typically designed. It's no coincidence that the games I and many other female gamers are most drawn to have had women involved in their development. Girls and women game differently than boys and men. Silicon Sisters has studied these differences so we can make games that truly appeal to and resonate with the female audience.”<sup>162</sup>

Kirsten Forbes, aggiunge:

“The video game industry is experiencing a rebirth of sorts. PC online gaming is up, social networking has become pervasive, and mobile platforms are ubiquitous. Women are adopting games on these platforms in droves. It's time to get serious about delivering quality games into this burgeoning market.”<sup>163</sup>

Queste due dichiarazioni fanno emergere come, nonostante siano state rilasciate dopo più di dieci anni dalla chiusura di Purple Moon, le problematiche e

---

<sup>162</sup> <http://www.giantbomb.com/silicon-sisters-interactive/3010-7220/>

<sup>163</sup> <http://www.giantbomb.com/silicon-sisters-interactive/3010-7220/>

le questioni di genere siano rimaste le stesse: attribuire una maggiore importanza alle diverse attitudini di maschi e femmine nei confronti del gioco. Nonostante il progresso avesse già portato a maturazione i suoi frutti dal punto di vista tecnologico e comunicativo, non si può dire altrettanto del modo in cui la notizia dell'apertura di una nuova società al femminile venne accolta dalla controparte maschile delle due donne; non veniva compresa la necessità, né percepita affatto l'esigenza di rivolgere la propria produzione al target femminile, come si comprende dalla reazione di una delle fondatrici: “*We had people saying a lot of nasty things*”<sup>164</sup>,” aveva affermato la Gershkovitch, sottolineando come ancora una volta l'incomprensione della necessità di produrre titoli femminili riveli un pensiero stereotipato di base: perchè produrne se bambine e ragazze non videogiocano?

A sostegno della loro attività, Kirsten Forbes si è espressa così:

“There are an enormous number of academic studies that cover tiny slices of female play in all kinds of different ways. We compiled all of that together and saw certain trends emerge. It took 30 years to really perfect the three things that males seem to really love, which are shooting, and driving, and sports. [...] What is the equivalent for girls?”<sup>165</sup>

Fu così che il primo gioco, rilasciato per computer nella primavera del 2011, si intitola *School 26*: come si comprende dal titolo, si tratta di un RPG che riguarda ancora una volta le vicende legate all'ambiente scolastico, andando a sottolineare come questo luogo sia molto importante nella vita delle giovani giocatrici. Volendo quindi riprendere tratti di vita reali, la produzione non può fare altro che riferirsi a un ambiente dal ruolo socio-culturale fondamentale per le fruitrici.

*School 26* si rivolge in maniera specifica alle adolescenti, “*the most undeserved market by far*,”<sup>166</sup> secondo la Gershkovitch, all'epoca del lancio del gioco. La protagonista si chiama Kate, una ragazzina che non riesce a crearsi

---

<sup>164</sup> Bryan Borzykowski, <http://www.thenextmillion.com/silicon-sister-interactive/>

<sup>165</sup> Chalk A., 22 agosto 2011, *The Escapist*, <http://www.escapistmagazine.com/news/view/112508-Silicon-Sisters-Say-Game-Industry-Still-Doesnt-Understand-Women>

<sup>166</sup> Bryan Borzykowski, <http://www.thenextmillion.com/silicon-sister-interactive/>

nuove amicizie; l'obiettivo del gioco è proprio il superamento di questo problema, grazie all'intuizione e all'empatia, due qualità il cui particolare sviluppo è tipicamente attribuito alla sfera emozionale femminile.

Oltre alla tematica psico-emozionale, è altrettanto predominante la questione relativa alla vita da liceale che la protagonista deve affrontare. Sono due temi che riflettono molto bene la vita sociale condivisa da ragazze in tutto il mondo, tanto da favorire il download del gioco fino a più di un milione di volte, anche in paesi come l'Arabia Saudita e le Filippine.<sup>167</sup> Il target prioritario (98% del totale) era quello di ragazzine fra i 12 e 16 anni.

Nonostante sia passato qualche anno dal lancio di *School 26*, è possibile trovarlo ancora oggi disponibile su Amazon e Google Store per Android e su Apple store

È stato creato anche un secondo capitolo della storia di Kate, dal titolo *School 26: Summer of Secrets*, scaricabile dal 2 maggio 2015 dagli stessi store online del primo episodio.<sup>168</sup> La storia di Kate continua al di fuori delle mura scolastiche, durante le vacanze estive; l'obiettivo è sempre quello di esplorare le diverse tipologie di relazioni che si stabiliscono tra la protagonista e gli altri suoi coetanei, con la possibilità di diventare una figura di riferimento, o una ragazza pettegola che rivela a chiunque i segreti altrui.

Facendo un paragone tra la serie sviluppata da Purple Moon e Silicon Sister, è possibile notare come i due giochi siano simili tra loro per tematiche e gameplay, nonostante siano intercorsi più di dieci anni tra lo sviluppo dell'uno e dell'altro. Entrambi si rivolgono a ragazzine adolescenti, proponendo una riflessione su tematiche molto vicine al loro vissuto quotidiano. In questo modo, si rielabora la vita delle giocatrici in una dimensione (video)ludica che permette di simulare le proprie esperienze reali e comprendere quali possano essere le conseguenze di certi comportamenti tenuti nella società in cui si vive.

---

<sup>167</sup> Bryan Borzykowski, <http://www.thenextmillion.com/silicon-sister-interactive/>

<sup>168</sup> [https://www.amazon.com/School-26-Summer-of-Secrets/dp/B00C6M95DI/ref=sr\\_1\\_3?s=mobile-apps&ie=UTF8&qid=1475617747&sr=1-3](https://www.amazon.com/School-26-Summer-of-Secrets/dp/B00C6M95DI/ref=sr_1_3?s=mobile-apps&ie=UTF8&qid=1475617747&sr=1-3)

Come è stato evidenziato in questo paragrafo, le figure professionali presenti nelle aziende videoludiche, e più in generale nel mondo della produzione e dello studio di videogiochi, diventa sempre più importante. Si tratta di un tema talvolta dibattuto al giorno d'oggi, poiché per quanto si possa pensare che le donne siano una rarità in questo campo, la presente ricerca e analisi sta dimostrando che le figure professionali da loro ricoperte sono piuttosto numerose, sia per quantità che per differenziazione di ruoli, come verrà dimostrato ulteriormente nel seguito di questo capitolo e in quello successivo. Nel prossimo paragrafo, si osserveranno in modo specifico alcune figure professionali non operanti in ambito strettamente formativo.

### 3.2.2 Figure professionali

Le donne ricoprono ormai ruoli di una certa importanza anche a livello aziendale, nelle multinazionali così come in realtà produttive minori. Solo in Italia si può ritrovare un cospicuo numero di donne manager in aziende quali: Ubisoft, Activision, Nintendo, Sony, Microsoft e anche all'interno dell'associazione AESVI. Proponendo solo alcuni esempi specifici di queste professioni, verranno prese in analisi alcune figure manageriali, che affrontano il videoludico da un punto di vista artistico, aziendale e giornalistico.

#### 3.2.2.1 Debora Ferrari, Art Director e Event Manager presso Neoludica

Debora Ferrari, con Luca Traini, è una critica d'arte contemporanea che porta avanti da anni progetti ed eventi che affrontano il tema del videogioco da un punto di vista artistico e umanistico, cercando di ampliare la diffusione e la trattazione di argomenti e approfondimenti relativi ai videogames. Uno di questi è Neoludica, dove la Game Art viene considerata come arte del ventunesimo secolo; grazie a questo progetto, diffondono la cultura tramite la partecipazione a varie manifestazioni, come Games Week o Game Over Milano: Festival Underground dei Videogame Indie, dove ha rilasciato un'intervista per conoscere meglio la sua esperienza di studio e lavoro.

Debora si è avvicinata a questo mondo a partire dall'amore per la scrittura e per l'arte, poiché è molto curiosa di conoscere gli artisti e tutti coloro che creano qualcosa. A 21 anni entra nell'Ordine dei giornalisti e frequenta personalmente alcuni studi di artisti, recensisce centinaia di mostre e comincia a organizzare eventi e progetti espositivi e mostre, oltre che dirigere un museo in provincia di Varese, dal 1999 al 2007, oltre che promuovere diverse start-up museali per far nascere circuiti artistici regionali. Già negli anni Ottanta però presta attenzione alla computer art e Maria Grazia Mattei, di Media Guru (Milano), è stata una delle prime a organizzare mostre di questo tipo di arte in Italia e nel mondo. Affascinata da questo mondo, comincia a promuovere anche lei la computer art agli inizi degli anni Novanta.

Anni dopo, nel 2008, lei e Luca si chiedono quale sia l'elemento che unisce la divulgazione popolare più estrema, alla nicchia più esclusiva che comprende i significati più simbolici. La risposta è il videogame, poiché da una parte si tratta di un prodotto che può essere solo giocato, dall'altra contiene diversi significati e simbologie che possono essere colti o meno. Questa domanda era sorta perché erano molto sensibili ai temi sociologici contemporanei e ai fenomeni attuali; inoltre erano incuriositi dal fatto di avere uno strumento come l'arte applicata e potergli dare una dimensione culturale, approfondendo questo prodotto elevandolo a bene culturale.

Per questo motivo, concretizzano la prima mostra mondiale *The Art Of Games*, dove sono state esposte le opere di artisti che riprendono temi e soggetti del mondo videoludico. Scelgono le opere più particolari di questi artisti e le espongono in una chiesa sconsacrata in Valle d'Aosta:

“La bellezza dell'arte, grafica, sound, animazione e parte teorica con testi scritti. Erano tutti entusiasti; anche coloro che non apprezzano l'arte contemporanea, entrando in quella mostra riuscivano ad amare le opere esposte. Questo accadeva perché il videogioco, essendo iper-figurativo e iper-manierista, quindi anche la persona più chiusa mentalmente sull'arte contemporanea non poteva non apprezzare queste opere, soprattutto dopo aver scoperto che si trattava di opere di giovani artisti, create con strumenti digitali come Photoshop per rendere l'effetto della pennellata a olio. Questo è il cuore della nostra nascita come progetto.”

Seguono altri progetti come eventi collaterali a manifestazioni più grandi, come la Biennale di Venezia, e si danno da fare per creare un linguaggio per l'arte videoludica e per il videogioco in generale, partendo dallo stesso linguaggio usato per altri stili artistici. Questa è l'attività che Debora porta avanti con Neoludica, la cui *mission* è

“qualificare i vari progetti nell'ambito dei beni culturali, rispetto a publisher e studiosi. Siamo interessati a indagare quello che abbiamo davanti (l'arte videoludica, ndr) con progetti di vario tipo; ad esempio, abbiamo pubblicato la tesi di Francesco Toniolo, *Effetto di Massa. Fantascienza e robot in Mass Effect*<sup>169</sup>, poi abbiamo portato l'arte del videogioco con il gioco di Assassin's Creed al Museo della Scienza e della Tecnica Leonardo da Vinci, unendo il videogioco all'uso che il protagonista, Ezio Auditore, fa delle macchine di Leonardo.”

Nel tempo, nascono anche vari legami con studenti e docenti interessati a questo settore, creando una rete di unione a università e istituti di studio che si lasciano contagiare dai loro interessi: all'inizio, collegano atenei come la sede di Brescia dell'Università Cattolica, l'Università di Tor Vergata e l'allora neonata realtà dell'Archivio Videoludico di Bologna, con la collaborazione di Andrea Dresseno. Due anni dopo, il progetto ha unito rettori di varie università da Catania a Milano, fino a Venezia. In questo modo, Debora e Luca sono riusciti a fare di Neoludica un hub che raccoglie ricercatori e critici per posizionarsi in vari contesti culturali.

Inoltre propongono ad alcune accademie dei corsi che affrontano l'aspetto storico e culturale nel videoludico, oltre che a workshop di ispirazione da cinema e arte; si tratta di corsi della durata di un giorno o dieci ore per affrontare le varie correnti artistiche. Guarda al videogame in maniera critica, osservando che agli inizi questo mondo era molto più frizzante e creativo; non c'era ancora la competizione tra case di produzione, oltre a una tecnologia ancora poco sviluppata, che ha dato origine alla *pixel art*, un altro dei temi affrontati da Neoludica in occasione di mostre e corsi.

---

<sup>169</sup> <http://neoludica.blogspot.it/2014/12/effetto-di-massa-robotica-e.html>

Con il programma “Ipotesi e tesi”, pubblicano tesi di studenti che si occupano di ricerca in ambito umanistico, per dare un apporto fondamentale a questo ambito e diffondere maggiormente le scoperte e le analisi, anche relative al videoludico.

In tutto questo, Debora considera così la presenza femminile nel mondo dei videogiochi:

“Neoludica è nato da un team di 4 donne, a cui si è unita Thalita Malagò di AESVI e altre donne: le donne che abbiamo incontrato nel nostro percorso sono sempre state fondamentali per la crescita di questo progetto e ci siamo sempre e solo interfacciate con loro, quando abbiamo avuto incontri con varie realtà aziendali. Abbiamo sempre trovato donne manager in questi ambienti e c’è un notevole sviluppo femminile in ambito lavorativo. Per quanto riguarda l’ambito dei beni culturali, non ho riscontrato stereotipi negativi legati alla donna, proprio perché ci sono state molte donne che hanno insegnato a uomini e ragazzi nozioni sui videogiochi.

Oltretutto abbiamo fatto un casting per tutor di mostre, con requisiti: videogiocare a un buon livello e possedere conoscenze sia sulle varie parti del videogioco, sia circa la *game culture*. Cercavamo cinque persone; su venti colloqui hanno vinto quattro ragazze e un ragazzo, tutti al primo anno di università. Offriamo anche opportunità di stage e rilasciamo attestati di endorsement per facilitare l’ingresso ufficiale in questo ambiente.”

Per concludere, Debora lascia una sua riflessione sulla percezione della figura della videogiocatrice al giorno d’oggi, sostenendo che la differenza è sulle diverse età della donna e le sue occupazioni. La società oggi, per motivi di trasformazione, non critica la videogiocatrice in quanto tale, soprattutto giovane, mentre si denota maggiore difficoltà nei confronti della donna matura che gioca.

“Ad esempio, noi troviamo tanta disinformazione più nelle mamme che nei papà, perché la prima non ha tempo di giocare quanto il papà e quindi non riesce a condividere i contenuti del gioco con i suoi figli e demanda questo compito il papà. Forse è per questo che la società non vede di buon occhio questa fascia di età, per quanto sia sempre più numerosa e in crescita.

Facciamo conferenze con le famiglie, dove i ragazzi vogliono interagire direttamente con i relatori e le mamme sono orgogliose di vedere i loro figli così intraprendenti, oltre che curiose di capire di più di questa realtà. Si interessano alle varie tipologie di giochi, perché spesso sono rimaste ferme ai titoli che hanno in casa e non conoscono molto altre realtà, come quella indipendente.”

Infine, Debora parla anche della categoria delle *gamer girls*, sostenendo che si ritiene abbastanza critica nei confronti di stereotipi e categorizzazioni chiuse, anche se si rende conto che a volte servono per inserire più facilmente queste categorie nella società contemporanea. Secondo lei, l'importante è la modalità e la qualità di condivisione e diffusione del contenuto che queste persone producono ed elaborano. Debora prosegue affermando che con gli strumenti a disposizione in Italia, si nota una crescita di presenza femminile anche grazie a una maggiore formazione, con figure professionali in crescita. I progetti di Debora e Luca promuovono anche la critica videoludica, perché manca l'adeguamento del linguaggio in questo settore alla contemporaneità. Le donne che entreranno nei ruoli di PR, uffici stampa e di sviluppo, anche indie, daranno un grosso contributo a questa forma di linguaggio e maturazione del prodotto artistico in sé.

In conclusione, Debora sostiene che la presenza femminile in questo ambito è un beneficio anche per le aziende e per lo sviluppo dei prodotti di questo tipo, in quanto loro sono multitasking, hanno la volontà di unire l'interesse artistico a quello di management creando in team un ambiente di lavoro diverso da quello che creerebbe un uomo, con meno competizione e maggiore volontà di raggiungere un obiettivo di qualità. Secondo lei, questo fenomeno ha terreno fertile per svilupparsi sempre di più, anche in un paese come l'Italia dove la situazione è un po' più arretrata rispetto ad altre realtà estere.

#### 3.2.2.2 Vania Saporito, professionista in testing di videogiochi

In questo paragrafo verrà presentata la figura di una professionista inserita in un contesto aziendale, in particolare di una tester di videogiochi. Si tratta di Vania Saporito, ex dipendente in Milestone, dove era l'unica donna, che ha raccontato la sua esperienza rilasciando un'intervista. La sua esperienza videoludica è nata nel lontano 1994, quando, a circa 10 anni, aveva cominciato a giocare al suo primo computer, insieme al fratello più piccolo di lei. Si avvicina ai videogiochi con Doom, Prince of Persia e altri, anche di lotta, sfidandosi tra di loro a PC e con la prima console, trovandosi anche con amici. All'epoca, avere un computer non era da tutti, tantomeno poter giocare ad alcuni titoli dell'epoca, quindi è stata

influenzata e affascinata dai videogiochi sin dagli inizi. Poi verso i 18 anni, ha sviluppato questa passione anche grazie al suo fidanzato dell'epoca, che si dedicava a giochi più complessi, con tematiche interessanti, come la guerra per lo sfruttamento del petrolio.

In questo modo, capisce che i videogiochi hanno anche uno spessore sociale, approfondendo tale aspetto anche nella tesi triennale che aveva scritto sull'aspetto educativo di videogiochi. In questa ha parlato di product placement nei videogiochi, come accade in *Second Life*, e della storia videoludica dalle origini a quegli anni.

Non ha mai condiviso il suo hobby con altre amiche, non riusciva a condividere questo amore con altre ragazze, se non qualche partita alla Wii; oltre a questa console, ha avuto anche esperienze con altre piattaforme, come le prime versioni di PlayStation e GameBoy.

Ha raccontato di non aver svolto degli studi specifici: dopo aver frequentato il liceo artistico e la facoltà di Economia all'università, ha collaborato al libro *Le professioni del videogioco. Una guida all'inserimento nel settore videoludico*, stendendo una parte sullo sviluppo di videogiochi spiegando quali sono i diversi ruoli aziendali. Questo incarico era stato affidato a lei da parte dell'assistente di un suo professore, quindi Vania ha scritto alcune parti che sono state integrate in questo volume. Dopo queste esperienze, si è iscritta a un master all'università IULM in Digital Entertainment, Media and Design. Lì ha fatto parte di un gruppo di studio sui videogiochi, fondato da una ragazza, per fare ricerca sul mondo dei videogiochi dell'epoca, cercando di esplorare i vari generi e conoscere i giornalisti che scrivevano recensioni su questi titoli. Inoltre in IULM ha conosciuto persone inserite nel settore videoludico, accrescendo il suo interesse nei confronti di questa realtà, che la aveva già appassionata da piccola quando vedeva suo fratello giocare ai videogames.

È proprio durante il master che ha avuto la possibilità di dare il suo CV a un professionista che lavorava in Milestone, sostenendo lì un colloquio come

Designer, ma è entrata poi nel settore Marketing. A quel tempo, il team di tester di videogiochi era formato da sei uomini e durante il colloquio è stato espresso un pregiudizio nei suoi confronti: “Sei donna e quindi ci aspettiamo che tu non sappia di videogames tanto quanto gli uomini”. Contro queste aspettative, Vania ha superato il test molto bene ed è stata inserita nella squadra, seguita da un capo italo-giapponese che le ha insegnato come usare i vari software di gestione del lavoro. Il suo lavoro infatti prevede che si usi il software di Milestone per compilare un report per ogni tipo di bug riscontrato nel gioco che si stava testando, con i vari dettagli.

Dopo cinque anni si propone come capo reparto, perché mancava una figura leader in quel settore, e l’esperienza andò bene. Nell’azienda, le poche figure femminili erano soprattutto in grafica; lei infatti sostiene che ci sia uno stereotipo di genere legato a questo tipo di lavoro.

“Lo stereotipo tipico circa la figura della persona che lavora in questo settore è un ragazzo o uomo, nerd, e non di certo una donna che viene vista come intrusa. Però questo problema è superabile, sta ad ognuno di noi mettersi in gioco e non dare peso a questi pregiudizi che non hanno nessun fondamento. Quando poi le persone ti conoscono e capiscono che non sei stupida, le cose cambiano e vieni apprezzata, perché spesso siamo anche più pazienti. È stato un vantaggio anche perché ero l’unica ragazza del reparto, quindi si tendeva a coprirmi le spalle e a difendermi per questo motivo”.

Dopo quasi sette anni, si licenzia e decide di mettersi in proprio, diventando una libera professionista. Rimasta in contatto con alcuni ex colleghi, stanno collaborando a un progetto, chiamato Stopguessing.it, da circa un anno per cercare di costruire una professione che rispecchi le loro passioni. Si tratta di un network di persone che amano i videogiochi, cercando di includere sempre più persone, favorendo anche le donne, soprattutto per quanto riguarda i reparti lavorativi che prima non contavano la loro presenza, come quello della programmazione.

Secondo Vania, il mondo dei videogiochi è cambiato, anche in Italia, nonostante anche lei sostenga che il nostro Paese sia un po’ più arretrato rispetto ad altri. In questo senso, anche da noi si cerca di includere sempre più generazioni

di giocatori, puntando alla quantità del target e non della produzione di giochi, rendendo lo sviluppo di giochi meno problematico, ma con il rischio di massificazione del tipo di prodotto.

“Ci sono dei giochi classici da maschio che presentano solitamente una donna mezza nuda, soprattutto nella produzione giapponese. Quindi in questo caso, le videogiocatrici non riescono a immedesimarsi e ad attirarle. Il gameplay può essere sempre lo stesso, ma con design di personaggi diversi, così come le tematiche: ad esempio, un gioco che punta sulla narrativa piace parecchio al pubblico femminile. Se invece si produce un videogioco di guerra, può anche piacere a qualche giocatrice se si tratta solo di sparare, ma se ci metti una storia dietro, ne attira sicuramente di più. In particolare, un gioco diventa molto più inclusivo da un punto di vista di genere quando si può creare il proprio personaggio. Quando ho giocato a titoli di questo tipo, decidevo spesso di essere femmina, ma a volte anche un personaggio che apprezzo, anche uomo, perché magari nella caratterizzazione del protagonista c'erano aspetti più vicini alla mia personalità. Ad esempio, in *Shadow of Mordor* ci sono cinque scelte diverse di personaggio e l'unica donna non mi piace, quindi piuttosto che prendere per forza una donna che però non mi piace, anche solo fisicamente, preferisco un uomo. Anche il doppiaggio conta molto nella scelta del proprio avatar.”

Al momento, Vania desidera formare persone nuove, facendo della sua esperienza pluriennale di testing di videogiochi una professione vera e propria grazie al progetto che sta sviluppando. È alla ricerca di ragazzi e ragazze che abbiano delle conoscenze specifiche in vari settori, così da creare un team completo dal punto di vista di varietà di competenze, applicabili in diversi modi al campo di videogiochi. Secondo lei, questa differenziazione di ruoli mancava molto nel reparto di testing della realtà aziendale dove è stata.

Alla domanda su cosa ne pensa circa il tema di stereotipi e pregiudizi negativi circa le donne videogiocatrici, Vania risponde così:

“C'è molto più rispetto adesso per la figura femminile, nonostante in alcuni videogiochi ci siano ancora dei titoli dove le forme femminili sono molto accentuate. Infatti la possibilità di scegliere in modo personalizzato il proprio personaggio ha permesso un aumento e un ampliamento di target, oltre che aver aumentato le vendite di titoli. Inoltre ci sono diverse game designer donne, che producono giochi con un tocco più “femminile”; penso che un uomo che crea un personaggio femminile, si basi più su stereotipi che su caratteristiche reali di una donna. Al contrario, una donna potrebbe ideare un

avatar di questo tipo in maniera più aderente alla realtà, ci sono molte più sfumature che lei conosce.

Forse questo aspetto riguarda meno alcuni Paesi, come il Giappone, perché lì per motivi socio-culturali, si tende a creare la femmina come una bambolina, mentre nel mondo occidentale è molto diverso e si ha la tendenza a rispettare i diversi generi.”

Secondo lei, c'è stato un aumento della presenza femminile nell'industria videoludica, perché in questo modo si possono creare giochi diversi, con sfumature e aspetti differenti rispetto al passato, notando che questa nuova introduzione favoriva il mercato. La comparsa di donne professioniste negli studi e nelle aziende videoludiche è sicuramente un vantaggio, sia per ottenere dei titoli dalle caratteristiche più sfaccettate e complete, ma anche dal punto di vista delle vendite. Proprio per capire meglio come sia vivere in prima persona l'attività lavorativa in uno studio di sviluppo, sono state incontrate due giovani figure professionali, come verrà esposto nel paragrafo successivo.

Infine, per analizzare la questione genitori – figli e videogiochi (di cui si parlerà in modo più specifico in un paragrafo successivo), è stata condotta un'intervista a una professionista del settore, il cui intervento è stato molto prezioso non solo da un punto di vista di conoscenza teorica sull'argomento, ma anche perché ha potuto raccontare la sua esperienza come figlia di una madre giocatrice e ultimamente come madre di piccoli giocatori in erba.

### 3.2.2.3 Francesca Antonacci: la passione videoludica intergenerazionale

Francesca Antonacci è una professionista del settore, rivestendo il titolo di professoressa di Pedagogia del Gioco e Pedagogia del Corpo presso l'Università degli studi Milano – Bicocca, oltre che madre di due figli e, ovviamente, (video)giocatrice. Il suo intervento è stato fondamentale ai fini della presente ricerca di tesi, in quanto ha potuto fornire delle informazioni importanti per capire meglio alcuni aspetti relativi all'importanza che il gioco in generale e il videogioco nello specifico può rivestire nell'esperienza di vita dei più piccoli e

all'interno del nucleo familiare. Inoltre anche la Antonacci fa parte del gruppo PlayRes:

“Ho partecipato a qualche progetto, come la Tavola Esagonale che si tiene ogni anno, facendo una relazione sui nostri temi. Sono entrata quando è nata, ed è un'associazione importante per diffondere in altri ambiti l'importanza del gioco, come quello culturale e produttivo, affinché sia conosciuto e vengano eliminati alcuni pregiudizi come l'essere solo una perdita di tempo, un prodotto per bambini, da immaturi e che crei dipendenza.”

La Antonacci ha alle spalle una formazione in Lettere Moderne, seguita da un dottorato in Pedagogia all'Università di Bologna. Ha sempre avuto la passione per l'informatica, trasmessa dal padre che lavorava per un'azienda del settore; le è sempre piaciuto il mondo della tecnologia, motivo per cui si è occupata di training in un'azienda, insegnando il funzionamento dei software. Durante quel periodo, l'attività in ambito accademico rivestiva il ruolo di secondo lavoro, in un lasso di tempo decorso dal 1998 al 2007. In quell'anno, ottiene un posto come assistente universitaria in un corso di Pedagogia dell'Educazione, diventando ricercatrice. La sua esperienza vanta già anni e anni di studi e ricerche, motivo per cui la sua testimonianza è stata davvero preziosa per indagare i temi inerenti al presente studio. In seguito ha ottenuto la cattedra al suo primo corso universitario in Metodologie e tecniche del gioco, in Scienze della formazione primaria, per gli insegnanti di scuole materne e primarie. Quindi ha sempre lavorato nell'ambito della pedagogia del gioco, non occupandosi di videogiochi nel suo corso di studio, ma giochi di gruppo, corporei, collaborativi. I videogiochi invece vengono studiati da lei come ricerca, ritenendolo un fenomeno pervasivo.

“Io che amo i videogiochi e li studio, mi rendo conto che tendono a generare dipendenza ed entrando a contatto con i ragazzi che li usano 24 ore al giorno quasi, possono diventare un problema sociale. I ragazzi sono dipendenti da questa attività e tendono a privilegiare una relazione mediata e legata ai videogiochi a scapito di altre più dirette con i loro pari. Sono legati a questi strumenti, anche se so che le loro relazioni personali possono evolversi attraverso questi strumenti, ma è pur sempre un legame diverso e meno “reale” di quanto avviene lontano dai videogiochi”.

In tutto ciò, i videogiochi sono sempre stati la sua passione, un amore trasmesso dalla madre in tenera età. La madre della professoressa è tuttora

interessata al mondo videoludico, dedicandosi a giochi quali *Pokémon Go*, *Ingress* e quando era piccola portava la figlia a giocare agli arcade, come PacMan, Ladybug e altri titoli degli anni Ottanta. Sua madre è sempre stata appassionata di giochi pervasivi come il sopracitato *Pokémon Go*, oltre che di giochi di percorso; le occasioni per avvicinarsi a questo passatempo all'epoca, non potendo avere in casa propria le console adatte, erano luoghi come piccoli bar del quartiere o recarsi presso Astra Games a Milano.

Quando poi questi titoli erano stati messi a disposizione per PC, li avevano installati *in toto*. In questo modo, l'influenza che questi giochi hanno avuto sulla formazione videoludica della Antonacci è stata fondamentale, tanto da indurla a dedicarsi sia ad alcuni giochi apprezzati anche da sua mamma, come *Ingress*, ma anche ad alcuni sparatutto, tranne i giochi in prima persona.

“Alcuni giochi in prima persona come *Doom* non fanno per me, mi impressionano. Inoltre non riesco a fare giochi dove bisogna sparare ad altre persone, se invece si tratta di mostri, vermi e creature del genere, non ho problemi”.

Inoltre sin da giovane ha apprezzato molto i primi GDR online, come *Myst*, dove si creano compagnie di giocatori per compiere missioni, sempre a PC. Ora in famiglia possiedono una console Wii, oltre che una PlayStation per giocare a titoli come *Call of Duty*, mentre la Wii è stata acquistata perché ritenuta più familiare. Infatti, potendo creare dei party di gioco, è possibile giocare tutti insieme con i figli, anche a titoli a loro adatti come alcuni capitoli del franchise *Mario Bros*. Questa decisione indica l'importanza che i genitori attribuiscono al videogioco, ritenendolo un prodotto adatto per i loro figli, oltre che considerarlo un momento di interazione e unione per tutta la famiglia.

Per quanto riguarda invece il suo rapporto attuale con alcuni videogiochi, si è espressa così:

“Rischio di sviluppare dipendenza da giochi costruttivi tipo *Farmville*, quindi tendo a stare attenta e cercare di smettere; questo può accadere perché alcuni giochi cercano di ingaggiare il giocatore in esperienze più significative di

gioco, altri invece lo fanno in modo consapevole. Questo accade perché sono ideati affinché il giocatore sia ingaggiato nel tempo, a piccoli step, tentando anche di indurre all'acquisto di oggetti bonus e altre opzioni a pagamento. Infatti si tratta di giochi che propongono piccoli compiti leggermente al di sopra della propria portata, in modo da riuscire comunque nel compimento della missione, ma richiedendo un certo livello di attenzione. In tal modo il gioco dà gratificazione e attrae in virtù di luci, suoni e colori, tutti aspetti grafici che piacciono ai giocatori di tutte le età, andando a comprendere un ampio bacino di giocatori”.

Dal suo punto di vista, i videogiochi sono un'esperienza significativa di divertimento e gratificazione, anche relazionale, come lei stessa ha vissuto prima con la madre e poi con i figli, giocando assieme. Lei spesso cerca di limitarne l'uso per evitare di arrivare all'abuso di questi, ma senza essere eccessiva. Infatti li controlla in modi anche diversi in base all'età: il più piccolo di sette anni è molto limitato sia alle console, sia al PC; la figlia di undici anni è più libera, avendo un suo smartphone e un suo PC, ma qualora ne abusasse, la madre interviene e se ne discute apertamente su questo problema.

Infine il figlio maggiore di tredici anni ha una sorta di dipendenza, quindi i genitori sono intervenuti prima indicandogli quanto tempo dedicare a PC e smartphone, poi lasciandolo libero di gestirsi, per imparare a limitare l'uso di questi strumenti in autonomia, ma è un lavoro che richiede tempo e a cui la Antonacci e il marito stanno dedicando parecchia attenzione.

Inoltre la professoressa ha notato che, nel caso dei suoi figli, i due maschi hanno più problemi di dipendenza nei confronti dei videogiochi, non riuscendo ad allontanarsene tanto facilmente quanto la figlia. Questo accade forse perché, come ha sostenuto la Antonacci, le ragazze tendono generalmente a coltivare diversi interessi in modo più o meno equilibrato, quindi si dedicano di sicuro ai videogiochi ma senza dimenticare altri aspetti basilari della propria vita, come appunto le relazioni interpersonali faccia a faccia.

Infine le sono state poste alcune domande relative a differenze e somiglianze nel rapporto madre – figli circa l’uso dei videogiochi tra quando era una bambina e adesso:

“La differenza fondamentale è che all’epoca il tempo era limitato, si avevano solo alcune monete e si giocava ogni tanto, magari un po’ di più in estate. Inoltre mia mamma mi invogliava a giocare, andavamo insieme. Adesso invece, dal punto di vista dei miei figli, sono quella che limita, anche se di mio quando abbiamo questi momenti di gioco insieme è molto bello e lo apprezzo. Ad esempio, tornando da una festa, ero con mio figlio e gli ho affidato il mio telefono per giocare insieme a *Clash of Clan*, creandosi quella complicità che è molto bella.”

Inoltre, essendo lei più presente fisicamente in casa, si presenta agli occhi dei figli come il genitore che si impone maggiormente limitando il tempo di gioco ai figli, ma questo accade solo perché è colei che trascorre più tempo a casa rispetto al marito.

La Antonacci ha anche sottolineato che, a differenza di un tempo, oggi ci sono anche comunità di persone “reali” che giocano a un determinato titolo: ad esempio, tornando al sopracitato *Ingress*, la professoressa ha ammesso di partecipare a ritrovi di giocatori di questo titolo portandovi anche i suoi figli. In quei momenti ci si ritrova sia per giocare, ma anche per stringere relazioni sociali; ci si tiene in contatto online prima, tramite community web e chat sulla applicazione di messaggistica Telegram.

Lei fa parte della comunità milanese, che si ritrova circa una volta al mese: è importante anche per i figli vedere che dietro ai giochi c’è una rete di persone che si possono incontrare realmente, per quanto la donna sia cosciente che queste relazioni non siano la base fondamentale delle proprie relazioni stabili. Inoltre in queste comunità si incontrano persone di ogni età, da utenti come i suoi figli ad altri dell’età di sua madre.

A conclusione dell’intervista, le è stato chiesto perché la dimensione del gioco è importante a livello sociale:

“(è importante) perché crea comunità e uno spazio speciale dove le persone si sentono ingaggiate in un’attività significativa. È divertente e bello, quindi stando insieme anche le relazioni si fortificano. Il videogioco è un problema sociale, perché è pervasivo: gratifica molto di più delle relazioni personali, quindi spesso si ha una vera e propria fuga nel mondo videoludico. Dal mio punto di vista, le differenze tra giocatori e giocatrici, di qualsiasi età, sono che nelle ragazze si riscontra un maggiore interesse nel mantenimento delle relazioni, mentre per i maschi un po’ meno. Secondo me le ragazze potrebbero risultare meno brave rispetto ai ragazzi nel caso in cui queste dedicassero meno tempo, anche perché sono meno competitive e non dedicano tanta attenzione ai giochi quanta ne hanno i ragazzi”.

La professoressa ha raccontato uno spaccato di vita privata e professionale molto importante a completamento di quanto è stato detto finora, fornendo una descrizione importante della figura di videogiocatrice, sia in quanto tale, sia come figlia e poi madre. Nel suo caso, c’è stata la possibilità di venire a conoscenza delle abitudini di gioco di tre generazioni diverse di videogiocatrici, osservandone differenze e somiglianze. L’importante evidenza che si può trarre da questa analisi è che il rapporto madre-figlia circa i videogiochi è molto importante, ponendosi come un motore propulsore di relazioni ulteriori che intercorrono tra le due persone e che possono quindi favorire il consolidamento ulteriore di queste.

In conclusione, si può affermare che le donne sono complessivamente interessate al mondo videoludico, a diversi livelli e gradi: dall’attività professionale, al rapporto diretto con essi come semplici videogiocatrici, o indiretto, nel caso di madri con figli giocatori.

In questo capitolo è stato dimostrato che nel settore videoludico è presente una notevole quantità di donne, in continua crescita, con competenze non indifferenti, tantomeno inferiori a quelle possedute dai loro colleghi uomini. Dunque, nel prossimo e ultimo capitolo della presente ricerca, ci si ricollegherà a questo ultimo evento analizzato e si affronterà nello specifico la figura della donna giocatrice, che non svolge attività professionali nel mondo dei videogiochi, ma che lo considera come un passatempo, talvolta anche come un’attività “seria”.

### 3.2.3 Il giornalismo videoludico

#### 3.2.3.1 Games Princess: intervista a Fjona Cakalli, fondatrice, e l'esperienza personale di stage

L'universo videoludico ha permesso lo sviluppo di attività che fanno capo a vari settori professionali, diventando un tema di discussione ampiamente dibattuto nell'editoria e nella stampa. Infatti, sin dagli esordi, sono nate alcune testate di riviste, come *Videogiochi*, *The Games Machine*, *IGN* e pubblicati libri (*From Barbie to Mortal Kombat*, *Conoscere i Videogiochi*, *Semiotica dei videogiochi* e molti altri ancora) dedicati all'analisi e allo studio della storia dei videogiochi, seguendo passo dopo passo le varie fasi, così come mensili che offrono ampie discussioni prettamente legate ai soli titoli in fase di lancio o di tendenza.

Nel corso del tempo, anche la stampa è passata alla versione digitale, vedendo nascere non solo siti ufficiali dedicati a questi temi, ma anche semplici blog nati da giocatori che desiderano condividere le loro esperienze e passioni con il pubblico del web. È proprio così che è nato il blog di Fjona Cakalli, una giovane ragazza di origini albanesi, cresciuta in Italia, cittadina del mondo intero. Infatti, le sue passioni per videogiochi, tecnologia e viaggi si sono fuse, dando vita a due siti internet, *Games Princess* e *Tech Princess*, da lei fondati con l'aiuto di Sandro Bicci e sostenuta sin dagli esordi da Erika Gherardi.

In questo paragrafo verrà approfondita la figura di Fjona e del percorso che l'ha portata a quello che è oggi il sito di videogiochi *Games Princess*, una realtà che permette a diverse ragazze di coltivare la propria passione videoludica scrivendo articoli su diversi temi inerenti a questo universo. Si tratta di un'esperienza vissuta in prima persona, di cui si parlerà più avanti nell'analisi.

Il sito è nato da un semplice blog tenuto da Fjona, la quale è stata influenzata sin da piccola dalla passione che sua madre nutriva, e nutre ancora oggi, per i videogiochi, giocando a lungo al primo capitolo di *Tomb Raider* per PlayStation 1. I primi tempi in cui la famiglia si era trasferita in Italia, proprio la mamma ha

stretto un legame particolare con i videogames, poiché le permettevano di imparare più facilmente la lingua italiana rispetto alla lettura di libri o alla visione di film. È così che il mezzo videoludico è riuscito a superare le barriere linguistiche, facilitando anzi l'apprendimento di un nuovo idioma.

Inoltre, quando la ragazza aveva solo quattro anni, era entrata a contatto con la sua prima console, Nintendo NES, acquistata dal padre. Il tempo trascorso videogioando ha unito la famiglia, poiché lei giocava con i genitori, che non le hanno mai impedito di fare uso di questo tipo di passatempo. Con il passare degli anni, Fjona scopre di voler scrivere recensioni di videogiochi, desidera parlare della sua passione, ma temeva di non essere assunta da vari siti dedicati per il pregiudizio discriminatorio, nei suoi confronti, essendo una ragazza. Decide dunque di aprire un blog, mentre a 19 anni viene assunta in un punto vendita di Game Stop.

Mentre prosegue la sua attività di scrittura sul blog, conosce su Twitter Erika Gherardi, una ragazza che condivide i suoi interessi circa tecnologia e videogiochi; dopo essersi scambiate alcuni tweet e aver scoperto che anche questa ragazza collabora a un sito, cominciano a collaborare e scrivere insieme per un unico blog. In seguito si è unita un'altra ragazza di Pisa, Marina Belli, andando a porre le basi per un'attività virtuale tutta al femminile. Desiderano quindi rendere più concreta e ufficiale la realtà editoriale del blog, dando origine a *Games Princess*, uno dei pochi siti di videogames al mondo interamente gestito da ragazze. Circa una settantina di aspiranti scrittrici hanno desiderato collaborare per questo portale, ma solo una ventina ha avuto finora la possibilità di lavorarci. Un altro aspetto interessante è che le ragazze collaboratrici provengono da tutta Italia: se ne contano alcune in Sicilia, a Roma, Pisa, Torino e Milano, permettendo al sito di coprire diversi punti del territorio nazionale.

Secondo Fjona, le ragazze hanno paura a esporsi ed esprimersi, soprattutto in fatto di videogiochi, “perché sanno già che qualcuno è pronto ad attaccarle per questa loro passione”. Quindi il sito si offre come un ambiente protetto, grazie al

quale si può entrare nel mondo videoludico attraverso un'esperienza formativa che permette di entrare in contatto con gli esperti di questo settore.

“Ho iniziato a collaborare da sei mesi con GQ, ed è un'esperienza del tutto nuova. Di solito i giornalisti studiano, per poi scrivere articoli, mentre per me è tutto il contrario, dalla passione per la scrittura mi sono ritrovata a studiare per imparare questa attività come professione.”

In questo campo, Fjona nota che la presenza di uomini rispetto alle donne è ovviamente molto elevata nel settore di videogiochi e tecnologia, una situazione dunque che non è stata facile, nemmeno portando avanti il proprio blog.

“È sicuramente molto difficile realizzare un blog e svilupparlo, per quanto sia attivo da diversi anni, è ancora in fase embrionale e non ancora allo stato in cui lo desidereremmo. Penso che altre persone al mio posto sarebbero scappate, perché un progetto di questo tipo, portato avanti da una ragazza rende le cose molto più complesse”.

In seguito, è stata posta la domanda su cosa ne pensa del mondo dei videogiochi e dei giocatori, se il cambiamento che si sta vivendo nella produzione dei diversi titoli videoludici è accompagnata da altrettanti cambiamenti nel comportamento e nelle caratteristiche di chi gioca. Fjona risponde così:

“Prima di tutto bisogna distinguere i giocatori di soli titoli commerciali da quelli che vogliono “scavare” attraverso i vari strati della produzione videoludica, desiderosi di esplorare le diverse realtà e scoprire i vari titoli indie. Inoltre ci sono sempre più ragazze sviluppatrici, ne conosco alcune che lavorano nei paesi anglosassoni, e lì conta davvero quello che sai fare. Ho chiacchierato a lungo con una ragazza che lavora come animatrice su diversi giochi di Disney Infinity, e un'altra che lavora per Naughty Dog come game designer; entrambe mi hanno confermato che è fondamentale dimostrare le proprie capacità, a prescindere dalla propria sessualità. Però viene valorizzato il contributo femminile, perché si hanno visioni diverse e possono dare un tocco diverso al gioco e al suo sviluppo, essendo magari più pragmatiche in certe situazioni.”

Per quanto riguarda la sua esperienza personale, ha affermato che i colleghi uomini hanno avuto la tendenza a svaloriizzare la sua attività, per una questione di stereotipi secondo cui una ragazza non può saperne di videogiochi e tecnologia

tanto quanto un suo pari di sesso maschile. Al contrario, i genitori, i lettori e gli spettatori dei suoi video e vlog sono coloro che l'hanno sostenuta sinora, incoraggiando la sua attività e apprezzando molto quanto racconta e le recensioni che pubblica. Fjona dimostra di essere una ragazza che davvero è nata e cresciuta con la passione videoludica nel sangue, un amore che dimostra ogni giorno, viaggiando intorno al mondo a caccia di novità e partecipando a diversi eventi del settore.

Questo impegno la distingue rispetto alle *gamer girls*, le ragazze che si avvicinano ai videogames con il solo scopo di apparire, come le considera lei. Ecco cosa ne pensa dell'espressione *gamer girl* e del *girl gamer movement*:

“Non sono mai per i sensazionalismi, perché ogni fenomeno ha aspetti positivi e negativi. Si sa che questo movimento è nato dalla condivisione in rete di foto “particolari” di queste ragazze che vogliono farsi passare per giocatrici. Secondo me, tutto questo è nato per il semplice utilizzo di un termine inglese, dove il generico *gamer* non permette di capire se si stia parlando di un giocatore o una giocatrice, quindi si deve aggiungere il termine *girl*. Da qui, almeno in Italia, c'è stata una sorta di demonizzazione di questa categoria di persone. L'unico modo di combattere le malelingue è continuare a fare la propria attività; quando lavoravo da GameStop, mi chiedevano spesso quando ci fosse il mio collega, un ragazzo, non volevano chiedere a me perché il pregiudizio era “Non sa nulla, è una ragazza”. Quindi dimostro di saper fare il mio lavoro e di conseguenza chiedevano anche di me quando tornavano in negozio”.

L'intervista si è conclusa parlando di cosa dovrebbero fare le ragazze che si avvicinano al mondo dei videogames. Secondo Fjona, l'importante è stabilire una linea di comportamento coerente nel tempo: si può fare quello che si vuole, ottenendo riconoscimenti per il proprio lavoro senza mettere in mostra il proprio corpo. Non bisogna necessariamente pensare che le donne si avvicinino al campo tecnologico solo perché il loro vero scopo è quello di essere apprezzate dal mondo maschile, dimostrandosi esperte conoscitrici di questo campo. La ragazza sostiene che l'importante sia avere coraggio e perseverare nella propria attività, poiché solo in questo modo si può raggiungere il proprio obiettivo e dimostrare che anche il mondo “rosa” ha effettive conoscenze in campo tecnologico e videoludico.

Quanto dichiarato da Fjona ha un riscontro effettivo nell'attività di *Games Princess*, il sito per cui ho svolto uno stage e scrivo articoli ancora oggi, oltre che per il sito *Tech Princess*. Proprio in occasione dell'intervista a Fjona nell'agosto 2016, mi è stato possibile comprendere meglio i meccanismi alle spalle dei due siti, una realtà che desideravo conoscere personalmente, considerando l'interesse personale verso questi temi. In breve tempo, dopo circa un mese mezzo da quell'incontro, la collega di Fjona, Erika, e Sandro Bicci hanno desiderato incontrarmi di persona per conoscermi e valutare la possibilità di entrare a far parte dell'universo tutto rosa delle "principesse" dei videogames. Così, da settembre 2016, ho cominciato a redigere articoli e recensioni di giochi di diverso genere e tipologia: dai titoli AAA come *Kingdom Hearts 2.8* o *The Elder Scrolls V* fino a titoli indie meno noti, come *Candle* e l'italiano *The Wardrobe*. Ogni giorno, sono stati redatti diversi articoli su argomenti e prodotti tecnologici diversi; un'attività che mi ha permesso di approfondire ancora di più le conoscenze pregresse in questo campo.

Far parte del team di *Games Princess* non significa solo stendere articoli: nell'ottobre 2016, ho potuto vivere in prima persona l'esperienza della *Milan Games Week 2016*, un evento molto importante durante il quale è stato possibile incontrare e intervistare diversi team indipendenti italiani, che hanno portato i propri titoli, ancora in fase di pubblicazione o già lanciati, per farsi conoscere anche al grande pubblico. In conclusione, posso affermare con sicurezza che sentirsi parte di questa squadra tutta al femminile è molto stimolante, in quanto c'è la possibilità di confrontarsi con altre ragazze che condividono gli stessi interessi e si ha la certezza di avere a che fare con persone che non mi mettono a disagio per il fatto di discutere di videogiochi e tecnologia, pur essendo una ragazza. Inoltre non si smette mai di imparare dalle esperienze e conoscenze altrui, sempre grazie al confronto con le altre "principesse".

In conclusione, si può affermare che le donne attive nel campo videoludico sono più numerose di quanto si possa pensare, soprattutto possiedono conoscenze e competenze sicuramente non inferiori a quelle dimostrate dai professionisti

uomini che svolgono la loro stessa attività. Queste realtà sono la prova che i pregiudizi secondo cui le donne non sono “compatibili” con tale settore, non hanno un riscontro costante nella realtà.

Come si è visto, *Games Princess* è una delle poche realtà italiane che puntano alla promozione della presenza femminile in campo videoludico, oltre che permettere di entrare a contatto diretto con esperti del settore. Sempre negli ultimi anni, in Italia è aumentato molto l’interesse nei confronti della relazione fra videogiochi da una parte, pubblico femminile e infantile/ adolescente dall’altra. Proprio per affrontare in maniera più approfondita questo tema, sono stati organizzati diversi eventi *ad hoc*, come verrà descritto nel paragrafo successivo.

### 3.3 Gli eventi a tema videoludico

#### 3.3.1 Campus estivo *Ragazze digitali* in collaborazione con EWMD e Università di Modena e Reggio Emilia

In Italia, alcune istituzioni e università stanno diventando sempre più sensibili al tema videoludico in ambito sociale, per meglio comprendere come i videogiochi siano effettivamente influenti sulle persone e come facilitare l’ingresso delle videogiocatrici in questo settore, da un punto di vista professionale. Sono i quesiti che si sono posti diversi professionisti e professori dell’Università di Modena e Reggio Emilia, che uniti ad alcuni rappresentanti di EWMD (European Women’s Management Development International Network) organizzano dal 2014 l’evento *Ragazze Digitali: idee per un futuro smart*, un campus estivo rivolto a ragazze frequentanti il terzo e quarto anno delle scuole superiori di qualsiasi tipologia.

Tutto è iniziato dalla volontà delle donne di EWMD Reggio Emilia di puntare i riflettori sulla scarsa presenza femminile nelle carriere ICT e dal loro incontro con il Professor Michele Colajanni dell’Università di Modena e Reggio. Così la volontà di sensibilizzare il pubblico rispetto al tema *gender divide* si è trasformato

in un vero e proprio progetto, di cui il camp estivo dedicato alle ragazze era l'obiettivo finale.

L'idea originaria era quella di mettere in contatto le studentesse delle scuole superiori che si apprestano a scegliere gli studi universitari con donne che, dopo aver completato gli studi in campi scientifici, si trovassero ai vertici in ambito lavorativo. Tutto questo ha lo scopo di valorizzare e far conoscere modelli femminili già esistenti, ma innovativi, rispetto ai ben noti stereotipi sociali di genere.

Il percorso universitario è una scelta cruciale, che merita di essere attentamente seguita e supportata con argomenti che favoriscano una decisione ponderata e che tenga conto in modo particolare degli sbocchi occupazionali. A tal proposito, il Professor Colajanni e i suoi collaboratori hanno quindi elaborato un articolato programma didattico da offrire a quelle ragazze che, motivate dagli incontri e dall'esempio di quelle figure di eccellenza, avessero voluto darvi un esito concreto.

Questo impegno è motivato dal fatto che il lavoro in questo settore c'è anche per le ragazze, seguendo dunque la strada del digitale, un campo in cui la presenza femminile è scarsa e il *gap* di genere può essere colmato con una formazione mirata e con tanta informazione. L'obiettivo del progetto è superare il divario digitale di genere, promuovendo il ruolo attivo delle donne negli ambiti lavorativi legati alle nuove tecnologie, ai servizi e alle applicazioni informatiche.

Il Summer Camp, primo campus estivo in Italia dedicato alle sole ragazze, dura quattro settimane, occupando sei ore al giorno per cinque giornate ogni settimana, durante le quali si desidera avvicinare gradualmente le giovani studentesse al mondo "smart" e alle metodologie per la creazione di servizi digitali. Tutto questo avviene seguendo tre percorsi di indirizzo: dalla comunicazione web e social, allo sviluppo di app e videogiochi, fino alla consapevolezza dell'utilizzo della rete e alla sicurezza dei propri account e device.

Alle lezioni in laboratorio si sono alternate alcune testimonianze di donne che lavorano già in ambito ICT, provenienti da tutta Italia.

Al termine del campus, le ragazze presentano i giochi che hanno creato, ricevendo un diploma per attestare la frequenza a questi corsi. La risposta affermativa e convincente alla domanda: “alle donne interessa la tecnologia?” sono stati l’entusiasmo, la grinta e lo spirito di corpo che si è creato tra i vari gruppi di lavoro. Nella giornata conclusiva in cui sono stati presentati i lavori, è stato più volte dichiarato da loro stesse quanto avesse contato lavorare in gruppo, rintracciando i talenti individuali e organizzandoli utilmente per creare un prodotto, presentarlo e “venderlo” sul web, mostrando una lucidità e una consapevolezza del concetto di progetto e di prodotto davvero ammirevoli.

Uno dei professionisti che ha tenuto lezione durante le varie edizioni del corso è il ludologo Andrea Ligabue, che ha rilasciato queste dichiarazioni:

“Per quel che mi riguarda, ho partecipato al progetto Ragazze Digitali solo quest'anno (2016, ndr), andando a parlare alle ragazze di Game Design, seguendo consigli e indicazioni della professoressa Bertolo. La risposta è stata estremamente positiva: in generale, nessuna delle ragazze si è sottratta alla sfida di elaborare i temi proposte in chiave videoludica. Ho fatto un po' di teoria, per poi passare alla pratica, facendole giocare con alcuni giochi da tavolo semplici che avevo portato. Diverse di loro sono rimaste in aula a giocare anche a lezione finita, perchè si stavano divertendo un sacco e a un certo punto ho dovuto, con rammarico, togliere loro i giochi per andare a casa.

Ho parlato ancora di teoria, in una lezione successiva, e ho fatto fare loro un piccolo esercizio di Game Design: abbiamo usato i Ror's Story Cube<sup>170</sup> per generare in maniera casuale dei vincoli e loro si sono poi sbizzarrite, lavorando in gruppo, progettando un possibile (video)gioco con l'utilizzo utilizzando quelle suggestioni. Devo dire che, in quanto a creatività, è andata molto bene e sono emerse anche diverse proposte che, a pelle, uno potrebbe giudicare più "maschili" (avventure interattive con mostri, nemici, pericoli). Ho anche testato la loro conoscenza ludica: al di là di qualche piccola eccezione conoscevano poco il mondo del gioco da tavolo e di ruolo e anche in campo videoludico avevano una conoscenza superficiale.”

Per approfondire meglio la questione, è stata svolta anche un'intervista telefonica con il professor Alessandro Grandi, un altro docente del campus, che ha

---

<sup>170</sup> <http://www.boardgamegeek.com/boardgame/20545/rorys-story-cubes>

seguito molto da vicino la realizzazione del progetto. Il professore ha sostenuto che

“l’iniziativa è molto bella, perché permette alle ragazze di avvicinarsi al mondo ICT. Infatti le studentesse tendono a non iscriversi alle facoltà universitarie in ambito informatico, alimentando la disparità di genere in questo settore, da un punto di vista quantitativo. Inoltre, a scuola si parla poco di informatica, se non come di semplice uso del computer, senza entrare in modo specifico nell’argomento. Abbiamo deciso di focalizzarci sulla programmazione di giochi, sia per affrontare le problematiche legate all’attività stessa, sia perché si tratta di un lavoro stimolante ed è divertente per sua natura.”

Sempre a proposito dell’approccio alla materia, la conoscenza che le partecipanti possedevano prima di frequentare il corso era diversa nel corso delle varie edizioni: durante il primo campus, le partecipanti possedevano già delle competenze di programmazione, mentre nell’edizione 2016 solo il 25% di loro aveva già programmato. Il professor Grandi ha sostenuto che in generale, l’esperienza viene gradita da tutte le ragazze, a prescindere dalla loro conoscenza di partenza; in seguito, alcune di loro scoprono di essere portate per questo tipo di attività. Anche i riscontri che hanno avuto dalle ragazze, sia diretti che via email, sono stati molto positivi; alcune hanno scritto in seguito al corso per ringraziare, mantenendo i contatti anche dopo la fine del campus. A dimostrazione dell’importanza che questo progetto sta acquisendo, sono arrivate richieste di partecipazione al progetto anche al di fuori della provincia di Modena e della regione stessa, da diverse regioni, per un totale di circa cinquanta ragazze per edizione

Per comprendere meglio le caratteristiche delle ragazze che hanno frequentato il corso, ecco alcuni dati ufficiali<sup>171</sup>: generalmente, prima di iniziare questo percorso, le ragazze non si sentivano esperte di programmazione. Quasi il 70% di loro non aveva mai provato, o comunque il 77% riteneva di non possedere conoscenze sufficienti su questo tema. Al termine dei corsi, più del 95% delle partecipanti ha apprezzato molto o moltissimo il corso che hanno seguito, in

---

<sup>171</sup> Tutti i dati riportati sono stati forniti per gentile concessione dal professor Alessandro Grandi.

aggiunta al fatto che il 78% ha dichiarato di aver compreso parecchie nozioni di informatica e programmazione. Esaminando le tre edizioni precedenti (dal 2014 al 2016), si nota che i percorsi formativi offerti non variano molto. Presentati in maniera diversa, i contenuti sono quasi sempre gli stessi, concentrandosi prima su una serie di temi generali, come la sicurezza informatica, l'uso di alcuni programmi quali Piriform Ccleaner, Secunia PSI, Comodo backup e altre applicazioni come Dropbox e Google Drive.

Si arriva poi a percorsi più specifici sulla programmazione e sulla creazione di contenuti online, ognuno dei quali affronta temi diversi. Il primo spiega come usare Wordpress, con l'obiettivo di aiutare le ragazze nella gestione di un sito personale, per affermare la propria presenza virtuale in modo professionale e serio. Il secondo percorso affronta lo sviluppo di un videogioco per smartphone, attraverso l'analisi di tutte le fasi del lavoro; si tratta del corso che ha riscosso più successo durante la prima edizione. L'ultimo tema affrontato in modo specifico è quello della sicurezza informatica e del mantenimento e gestione della privacy nei siti e all'interno dei social network, spiegando l'importanza della consapevolezza di rischi e pericoli legati alla diffusione delle proprie informazioni, al fine di sensibilizzare le studentesse su questo argomento e spiegare come ci si può difendere in tal senso.

Come si deduce dall'analisi, sono tutti temi legati al mondo virtuale in senso esteso, per fare sì che le ragazze siano coscienti dell'uso e gestione di vari strumenti tecnici per aumentare la loro competenza in ambito virtuale e soprattutto nell'uso di programmi e linguaggi informatici dediti alla realizzazione di videogiochi. Grazie all'apporto del programma estivo *Ragazze Digitali*, il panorama italiano di eventi e corsi dedicati alle ragazze in modo specifico si amplia sempre di più, affermando ancora una volta l'importanza che la loro presenza sta assumendo.

3.3.2 Il tempo delle donne (Triennale di Milano, 10 – 11 settembre 2016):  
laboratorio Videogiociamo

Come anticipato con l'intervista a Francesca Antonacci<sup>172</sup>, un altro punto su cui si sta focalizzando l'attenzione di ricercatori e professionisti è il rapporto tra videogames e famiglia, in particolare sull'utilizzo che bambini e adolescenti fanno di prodotti videoludici. Trattandosi di consumatori ancora minorenni e in una fase importante e delicata di crescita e sviluppo, è fondamentale che il tempo trascorso davanti a uno schermo sia accompagnato dalle indicazioni dei genitori, al fine di controllare per quanto tempo fanno uso di videogiochi e a quali generi si dedicano.

Infatti, pare che i genitori di oggi siano la prima vera generazione di genitori videogiocatori: il 58 per cento dei genitori con figli dai 6 ai 14 anni è gamer, ovvero gioca ai videogiochi almeno una volta al mese, due genitori gamer su tre videogiocano più volte a settimana. Un dato significativo che spiega anche il livello di consenso più consapevole rispetto all'utilizzo abituale dei videogiochi in famiglia, che godono di una buona reputazione tra i genitori.<sup>173</sup>

Per questi motivi, ho reputato interessante ai fini della ricerca richiedere la possibilità di partecipare ad alcune sedute di laboratori nel fine settimana del 10 e 11 settembre 2016, in occasione dell'evento *Il tempo delle donne*, tenutosi presso la Triennale in Cadorna, organizzato da *La27esima Ora*. Grazie alla professoressa Manuela Cantoia<sup>174</sup>, i laboratori sono stati organizzati, in collaborazione con AESVI, nonché mi è stato possibile prendervi parte. Inoltre, la professoressa era affiancata da alcuni suoi tesisti: Gabriele Barone, Giacomo Garcea e Andrea Znacchi.

Gli incontri hanno visto una divisione in due fasce di età: dai più piccoli, tra i 6 e i 10 anni, e i giovani adolescenti, da 11 a circa 14 anni. L'obiettivo dei

---

<sup>172</sup> Vedi paragrafo 3.2.2.3 della presente analisi di ricerca

<sup>173</sup> <http://player.gioconews.it/videogiochi/75-generale16/35068-aesvi-in-campo-per-far-conoscere-il-mondo-dei-videogiochi-alle-famiglie>

<sup>174</sup> docente presso la facoltà di Psicologia dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano e l'Università E-Campus

laboratori era quello di scoprire quanto i genitori sanno dei gusti e attività videoludiche dei propri figli, dare consigli e indicazioni su come guidare i più giovani per un'esperienza sana e corretta del videogioco, oltre che dare la possibilità di divertirsi e provare giochi su diverse piattaforme.

Nel corso dei laboratori, è stato possibile osservare come i genitori, in particolare le madri, si rapportavano con i figli e con i giochi, notando anche eventuali differenze con i padri, qualora fosse presente la famiglia al completo. Sono state anche svolte brevi interviste con alcune di queste donne, scoprendo profili diversi e altrettante esperienze videoludiche pregresse.

- Analisi dello svolgimento dei laboratori

Durante i laboratori, erano presenti un genitore, se non entrambi, accanto al proprio figlio, talvolta anche più di uno. C'erano anche bambine in fascia 6-10 anni, ma erano presenti in percentuale minore rispetto ai bambini. Le piccole videogioatrici si sono mostrate tanto interessate quanto i bambini, un'evidenza importante ai fini della presente ricerca. Inoltre è stato osservato che le madri accompagnatrici erano in numero inferiore rispetto a quello dei padri, in particolare il loro numero aumentava quando l'età dei figli era bassa (fascia 6-10 anni).

Basandosi sull'analisi di dati<sup>175</sup> raccolti per un'indagine quantitativa sui partecipanti, è stato rilevato che erano presenti 33 coppie genitore-bambino, notando una maggioranza di padri con figli maschi. L'età media dei partecipanti era di 45,85 anni per gli adulti e di 8,82 anni per i loro figli, di cui la quasi totalità gioca ai videogiochi (93,7%), mentre i genitori hanno evidenziato una distinzione piuttosto equilibrata: il 48,5% gioca, mentre il 51,5% no. Un aspetto rilevante è che più dei tre quarti dei partecipanti non conosce il PEGI (77,3%): tendono a

---

<sup>175</sup> I dati riportati di seguito sono stati forniti per gentile concessione della professoressa da Manuela Cantoia e dai suoi studenti.

dichiarare di conoscerlo maggiormente i bambini di 8-10 anni (35,7%) e i genitori in età più matura (50-58 anni: 57,1%).

È stato inoltre osservato che nei casi di coppie madre-figlia, queste godevano di una buona intesa tra loro: interagivano tra loro, mostrando una buona capacità di cooperazione e aiutandosi a vicenda. Le due sembravano quasi amiche, o comunque coetanee, come nel caso di una mamma e figlia in fascia 6-10 anni mentre provavano il gioco *I am bread*, oppure un'altra coppia durante i laboratori 11-14 anni con il gioco de *I Puffi*). Questi comportamenti erano diversi rispetto a quanto succedeva con madri e relativi figli maschi, i quali non interpellavano il genitore, o si comportavano in maniera più brusca nei suoi confronti.

Per quanto riguarda alcune ragazze in fascia 11-14 anni, queste si sono mostrate molto curiose, così tanto da provare sia giochi di genere diverso (senza disdegnare quelli sportivi come *Fifa*), sia console diverse. Le bambine più piccole invece erano molto attratte da *Just Dance* e altri giochi della console WII, in ogni caso da fare in coppia o con i genitori. Le giocatrici appartenenti a questo gruppo si sono dimostrate più sicure di sé durante i laboratori, un comportamento legato anche all'età superiore rispetto alle bambine più piccole. In ogni caso, nemmeno queste ultime si sono tirate indietro e si sono comportate in maniera naturale, interessate a videogiochi di diverso tipo.

Questi laboratori hanno quindi dimostrato ancora una volta che bambine e ragazze sono interessate ai videogiochi e soprattutto che questa situazione è ben nota ai ricercatori. Per questo motivo, vengono organizzati eventi appositi per affrontare il tema, avvicinare tutta la famiglia al videogioco per farlo concepire come momento di unione di genitori e figli, oltre che dare indicazioni utili agli adulti su quali precauzioni assumere quando i figli giocano. Infatti, la stessa professoressa Cantoia ha affermato così:

“Le console o lo smartphone non sono un parcheggio, né una babysitter. Mai far gestire il videogioco al bambino da solo: non è importante sedersi accanto, ciò che conta è parlarne. I genitori, poi, devono imparare il valore culturale e sociale di un videogioco, senza “snobbismo”. Per capire cosa piace ai figli e come si sentono: quello è il loro mondo. Tutti i prodotti

videoludici si rivolgono a una precisa fascia d'età, che gli adulti possono controllare grazie a una certificazione europea, la PEGI (Pan European Game Information). Basta cercare su YouTube il teaser del prodotto. Se c'è violenza, lo si scopre subito: le scene truculente fanno vendere di più"<sup>176</sup>.

Per comprendere più da vicino l'esperienza e la concezione che i genitori hanno circa i videogiochi, in particolare le madri, sono state svolte alcune interviste brevi in occasione di questi laboratori.

- Interviste alle madri presenti

Alcune genitrici si sono rese disponibili per rispondere ad alcune domande, sia durante i laboratori, sia alcuni giorni dopo, inviando via posta elettronica le loro opinioni e rispondendo a un breve questionario. Le domande vertevano primariamente sull'esperienza personale che le donne hanno avuto con i videogiochi, sia come fruitrici, sia per quanto riguarda la condivisione di questa esperienza con familiari e amici. Inoltre è stato chiesto loro se fossero utenti attive su social network, e se andassero a ricercare in rete alcune informazioni sui diversi giochi.

La seconda categoria di domande verteva invece sul rapporto che hanno con i figli sull'argomento videogiochi, cioè se giocano insieme ai loro piccoli, se accettano che essi dedichino del tempo a questa attività e se si instaura un dialogo e uno scambio di opinioni con loro circa l'uso delle console e di quali generi di titoli fruire.

Per quanto riguarda la prima sezione di domande, le madri intervistate hanno affermato di giocare a diversi tipi di videogiochi, alcune sin dall'infanzia, altre da poco tempo, usando lo smartphone e device mobili. Complessivamente, usano e/o hanno usato diverse piattaforme di gioco: device mobili, PC, Wii e in passato anche Commodore 64. Per quanto riguarda la condivisione di discorsi su questi argomenti con amiche e coetanei, le donne hanno dichiarato di parlarne poco, ma

---

<sup>176</sup> <http://iltempodelledonne.corriere.it/2016/notizie/videogiochi-genitori-figli-confronto-alla-console-6990b51e-7101-11e6-82b3-437d6c137c18.shtml>

il tema è molto più caldo all'interno del nucleo familiare. Qui infatti discutono spesso dell'argomento con marito e figli, per trovare il giusto compromesso in questa attività e far capire ai giovani giocatori che è corretto fare pause mentre si gioca, così come alcune tipologie di titoli non sono (ancora) adatti per la loro età.

Dal canto loro, alcune sono state giocatrici anche in passato, trasmettendo la loro passione di generazione in generazione e rimanendo aggiornate sul panorama videoludico contemporaneo soprattutto grazie ai figli. Con loro però condividono difficilmente l'attività di gioco, per diversi motivi, soprattutto per mancanza di tempo e scarsità di interesse nei confronti dei generi da loro prediletti. Una madre infine parla delle discussioni in famiglia sui videogiochi:

“Le indicazioni riguardano orari e tipologia di giochi, ma ogni videogame che usano passa a priori il nostro filtro di genitori perché non hanno fondi per acquistarli autonomamente. Altro discorso è quando vanno a giocare dagli amici perché lì non ho un controllo diretto su regole e abitudini delle altre case. È capitato che tornassero da casa di amici dicendo che avevano visto videogame “da grandi” usati dai fratelli maggiori. Ne parliamo spesso, è un argomento che li entusiasma e io e mio marito cerchiamo di condividere il loro interesse. Non sempre è interessante per me ascoltarli ma certamente lo faccio volentieri soprattutto se il tema è quello di gestire tempi e tipologie di giochi.”

In conclusione, si può affermare che le donne sono complessivamente interessate al mondo videoludico, a diversi livelli e gradi: dall'attività professionale, al rapporto diretto con essi come semplici videogioatrici, o indiretto, nel caso di madri con figli giocatori.

In questo capitolo è stato dimostrato che nel settore videoludico è presente una notevole quantità di donne, in continua crescita, con competenze non indifferenti, tantomeno inferiori a quelle possedute dai loro colleghi uomini. Dunque, nel prossimo e ultimo capitolo della presente ricerca, ci si collegherà a questo ultimo evento analizzato e si affronterà nello specifico la figura della donna giocatrice, che non svolge attività professionali nel mondo dei videogiochi, ma che lo considera come un passatempo, talvolta anche come un'attività “seria”.

## CAPITOLO 4

### Donne e videogames: il videogioco come hobby. Ricerca empirica e analisi sul campo in Italia e all'estero

Questo ultimo capitolo della presente ricerca si ricollega al tema affrontato al termine della terza parte, ossia il rapporto tra videogiochi e giocatrici di qualsiasi età, con un'analisi rivolta in maniera esclusiva anche al rapporto tra madri e videogames. Prima di continuare nell'analisi del panorama di produzione e consumo videoludico da parte delle donne, è bene definire in maniera più precisa la categoria sociale e di consumo di cui si parlerà a breve.

#### 4.1 Gamer girl o giocatrice ? Lo stigma e la differenza di terminologia

Si usa il termine di *giocatrice*, e in particolare di *videogiocatrice*, per parlare di una persona di sesso femminile, di qualsiasi età, che gioca ai videogiochi. Ma non è solo una consumatrice che usa le console domestiche: l'uso del termine si estende anche a coloro che scaricano app per mobile e giocano in metropolitana, da smartphone e tablet ecc, rientrando nella categoria di *casual gamer*.

Proseguendo l'analisi da un punto di vista puramente linguistico e terminologico di questo ambito, il termine più corretto e neutro proposto dai cultori della materia per riferirsi ai giocatori in lingua inglese è *player*. A differenza di *gamer*, questa parola sembra racchiudere in maniera esaustiva gli aspetti che connotano coloro che si dedicano all'attività del videogiocare: non è coinvolto solo il semplice aspetto ludico, ma anche una partecipazione a una messinscena<sup>177</sup>.

---

<sup>177</sup> Bittanti M., 2002, *Per una cultura dei videogames. Teorie e prassi del videogiocare*, Edizioni Unicopli, Milano.

Inoltre si è molto più propensi a credere che il termine *gamer girl* sia più utile nella lingua inglese per comprendere la distinzione tra il giocatore maschile e la giocatrice, non avendo nell'uso corrente della lingua un termine che distingua nettamente i due sessi. Questo termine è stato adottato in altre lingue, come l'italiano o il francese, dove però ha assunto connotazioni e valori differenti: in alcuni idiomi l'espressione viene usata per rivendicare una propria posizione e ruolo nella comunità di giocatori, quasi come se fosse una "casta", una "classe sociale" a se stante.

Il fenomeno indicato da questa espressione si riscontra in particolar modo nella determinazione di alcuni nomi di gruppi sui social network, in particolare su Facebook. Qui si possono ritrovare diversi gruppi di utenti che portano la denominazione di *gamer girl* in diversi modi: effettuando una ricerca nella piattaforma inserendo questa espressione come parola chiave, si possono ritrovare gruppi come *Gamer Girl\* Club*, *Gamer Girls!*, *Girl Gamer Italia (GirlsOnly)*. Quest'ultimo testimonia il fatto che l'espressione inglese si sia diffusa anche in altre culture e lingue per identificare questo genere di utenza dei social network, e in generale questa categoria di giocatrici.

Questa tipologia di denominazione si estende anche ad altri ruoli sociali, ad esempio *Gamer Momz*, uno spazio virtuale dedicato alle madri videogioatrici. Ciò significa che non si è indifferenti a questa fetta di giocatrici e alla loro presenza, così come al loro bisogno di riunirsi virtualmente in un unico gruppo. Tutte le denominazioni sopracitate hanno assunto in breve tempo un portato di significato socio-culturale non indifferente e tale per cui le *gamer girls* vengano spesso viste come "false giocatrici", in ogni caso non professioniste.

Il tema è stato già affrontato per sommi capi nel primo e nel terzo capitolo, durante alcune interviste con le professioniste incontrate per esplorare più da vicino il mondo delle donne che esercitano una professione in ambito lavorativo. Anche in quel caso, coloro che hanno espresso un'opinione sulla terminologia in questione, hanno sottolineato che se ne fa spesso un uso dalle connotazioni decisamente dispregiative. Infatti le ragazze che vengono fatte rientrare in questa

categoria, non godono di buon occhio da parte della comunità di giocatori: sono considerate tendenzialmente stupide e incapaci di giocare davvero ai videogiochi, oltre che essere ancora una volta oggetto del desiderio sessuale maschile.

È indubbio che una parte di queste ragazze si comportino in maniera tale da attirare su di sé l'attenzione dello sguardo maschile in modo esplicito, proprio per il loro abbigliamento e comportamento durante le sessioni di gioco in diretta streaming. Ciò non significa che si debbano riscontrare tutte queste caratteristiche generalizzandole a tutte le videogiocatrici, soprattutto per quanto riguarda la loro conoscenza videoludica dal punto di vista di titoli di giochi e di generi, come vedremo nel paragrafo successivo.

## 4.2 Analisi quantitativa e qualitativa sulle videogiocatrici

### 4.2.1 Videogiocatrici: il panorama italiano

Finora si è parlato di professioniste e studentesse in ambito videoludico, analizzando in parte anche le loro esperienze di giocatrici di videogames. Queste persone rappresentano solo uno spaccato dei fruitori contemporanei di videogiochi, in Italia e all'estero. Dunque, per conoscere la situazione attuale delle videogiocatrici in modo più approfondito, sono stati somministrati dei questionari su internet, in diversi periodi dell'anno e diffusi tramite Facebook.

Si è scelto di diffondere questi sondaggi in diversi periodi perseguendo diversi scopi: la prima somministrazione è stata svolta a scopo esplorativo, al fine di comprendere se ci fosse un effettivo terreno di ricerca da sondare; per questo motivo, le domande erano piuttosto generiche e numericamente inferiori rispetto al secondo e terzo periodo, di carattere più analitico rispetto al primo. Infatti il secondo sondaggio, effettuato a circa venti giorni di distanza dal termine del primo periodo di analisi, ha visto domande più mirate sia in ambito di pratiche di gaming, sia di opinioni circa la percezione che i rispondenti hanno dell'ambiente sociale contemporaneo (in particolare per quanto riguarda gli aspetti di stereotipia

nei confronti delle videogiocatrici e di come i giocatori si rapportano con le giocatrici).

Anche il terzo e ultimo periodo di analisi, svolto a otto mesi di distanza dai primi due, ha visto un'analisi accurata e con domande molto simili a quelle poste nel secondo periodo di analisi, allo scopo di osservare eventuali differenze nelle risposte ottenute, a seguito di alcuni cambiamenti in ambito prettamente tecnologico e diversi eventi legati ai videogames. Questi potrebbero infatti aver condotto a una maggiore accettazione e diminuzione dell'importanza dello stigma nei confronti delle videogiocatrici, considerando la loro presenza più "naturale" nell'ambiente.

I questionari sono stati pubblicati in diversi tipi di gruppi: da quelli più generici, che raccolgono un'utenza non (solo) appartenente al settore videoludico, fino a quelli più specifici, per riuscire a intercettare coloro che se ne intendono maggiormente di videogiochi e che si possano considerare consumatori e parte del pubblico di giocatori, o almeno così si presume.

Cominciando con l'analisi del pubblico italiano, ecco un elenco dei gruppi in cui è stato somministrato il primo questionario, nel periodo intercorso tra il 29 giugno 2016 e il 6 luglio 2016, seguito da un altro breve periodo di analisi tra il 21 e il 25 luglio 2016:

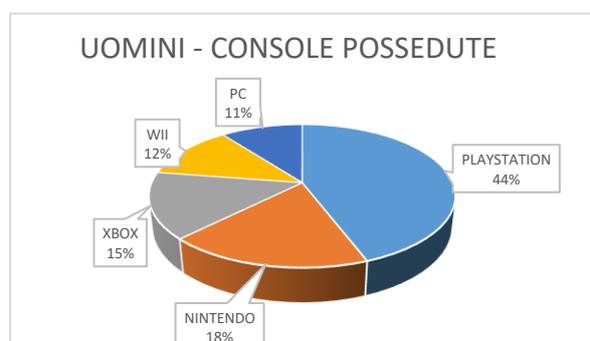
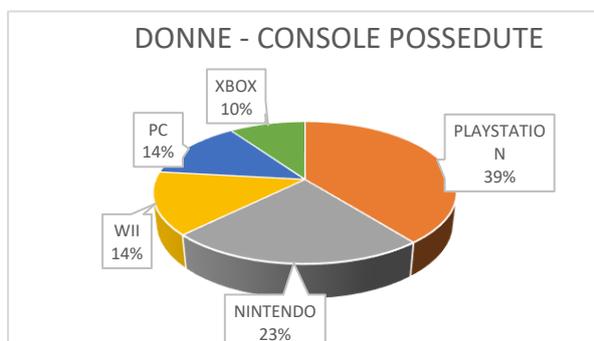
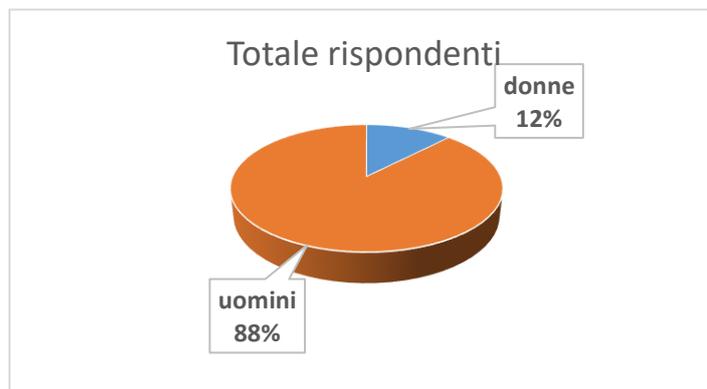
- Game Studies Italia
- Ps4 Italia
- PS4 ITALIA
- ☆ps4 -Italia☆
- Commodore zone
- Videogiochi... che passione, ma non solo!!!!
- Le mamme di Bologna/ Modena/ Imola
- Le mamme di Bologna
- Mamme e papà di Monza e Brianza
- Ps4 Fan Club

- R.O.N Ragazze Orgogliosamente Nerd
- Xbox One Italia

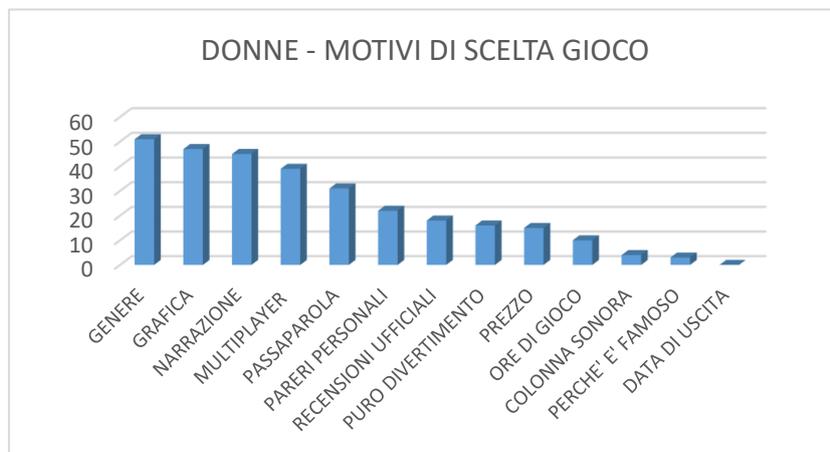
Come si evince dalle denominazioni dei gruppi, sono stati scelti in modo apposito quei luoghi virtuali dove si riteneva fosse più facile trovare il tipo di pubblico che si desidera analizzare: in questo modo ci si è rivolti in particolare a videogiocatori di PS4, genitori e a gruppi dichiaratamente creati per ragazze. Ancora in quest'ultimo caso, i nomi stessi dei gruppi denunciano un certo orgoglio e volontà di etichettarsi in maniera chiara e precisa come nerd o videogiocatrici.

Passiamo ora alla presentazione dei risultati, illustrati da alcuni grafici, per poi analizzarli in maniera critica e oggettiva:

#### DATI RACCOLTI 29 GIUGNO – 6 LUGLIO 2016

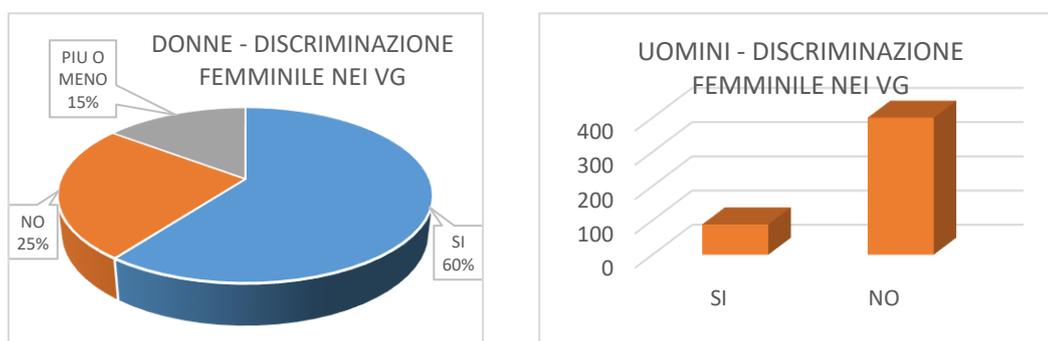


A partire da questi primi dati, si nota che non ci sono particolari discrepanze tra i generi di console e piattaforme preferite tra uomini e donne. I due gruppi possiedono quasi in egual misura i diversi dispositivi di gioco, senza evidenziare particolari squilibri. Successivamente, sono state chieste le motivazioni che spingono i consumatori all'acquisto di un gioco. Ecco le motivazioni fornite come risposta:



Anche le risposte a questa seconda domanda non lasciano trapelare particolari differenze: le tre motivazioni principali, in entrambi i casi, vedono una predominanza di genere, narrazione e grafica sugli altri. In particolare, si può osservare che la motivazione primaria di scelta da parte degli uomini è proprio la narrazione della storia, un tratto che anche gli studi condotti in passato hanno ritenuto più vicino ai gusti e sensibilità femminili.

Non di meno si nota una parità assoluta nelle motivazioni che meno influiscono sulla scelta di un gioco, ossia la colonna sonora, la fama del titolo e la data di rilascio. Finora i dati non dimostrano particolari differenze nell'approccio di uomini e donne ai videogiochi. Un'altra domanda fondamentale riguarda l'opinione dei rispondenti circa l'influenza sulla rappresentazione delle donne nei videogiochi, in maniera stereotipata e connotata da pregiudizi negativi. In questo caso, è emersa la diversa sensibilità dei rispondenti, come si evince dai risultati:



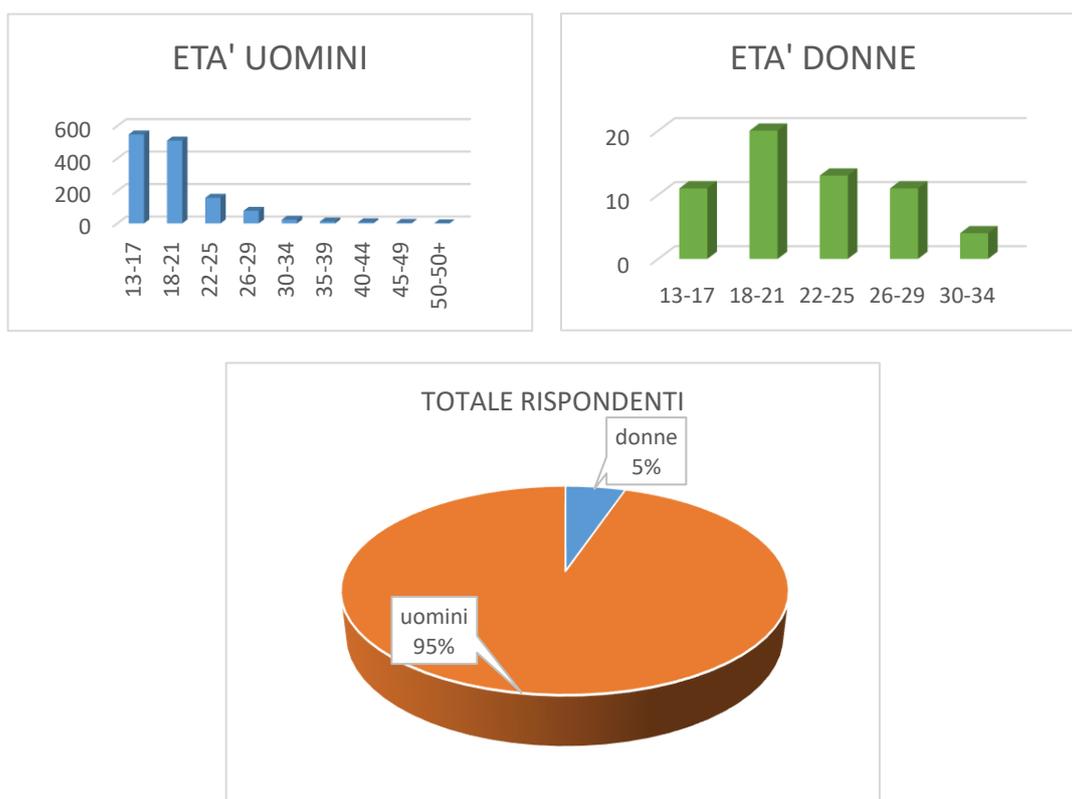
È evidente che, cambiando genere di domanda, da quella più legata ai videogiochi a una di carattere sociologico, si denota una maggiore differenza nelle risposte, non solo da un punto di vista quantitativo (più "sì" che "no" tra le donne e viceversa negli uomini), ma anche secondo un criterio qualitativo. Infatti, le rispondenti hanno dato risposte anche *borderline*, non hanno semplicemente espresso una posizione netta nei confronti di questo argomento; una tesi sostenuta dalla presenza di risposte "più o meno" che non sono state date dai rispondenti maschili.

In conclusione di questo primo segmento di analisi, si può dire che dal punto di vista puramente videoludico sono state rilevate notevoli somiglianze in fatto di gusti e opinioni, mentre le differenze si notano in maniera più netta da un punto di vista di sensibilità nei confronti delle percezioni a livello sociale e di rappresentazione del femminile nei videogames.

## DATI RACCOLTI 21 – 25 LUGLIO 2016

Questa analisi presenta dati più approfonditi, raccolti in un secondo tempo. Queste stesse domande sono state poste anche all'utenza straniera di Facebook, tra persone anglofone e francofone. Inoltre, a partire da questa fase e nelle successive, sono state poste alcune domande relative anche alle abitudini di consumo dei figli di padri e madri videogiocatori, oltre che aver analizzato il rapporto che le madri hanno con i propri figli per quanto riguarda l'uso dei videogiochi.

Osserviamo ora le evidenze relative ai dati anagrafici del cluster italiano analizzato, in particolare la parte che ha dichiarato di non avere figli. Si contano 60 persone di sesso femminile e 1286 persone di sesso maschile, suddivise anagraficamente come illustrato nei grafici sottostanti:

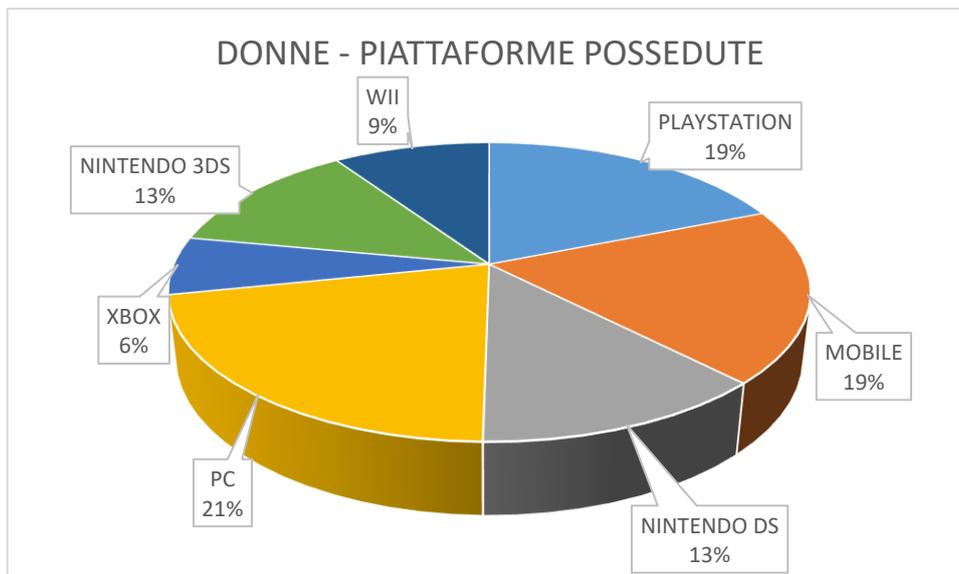
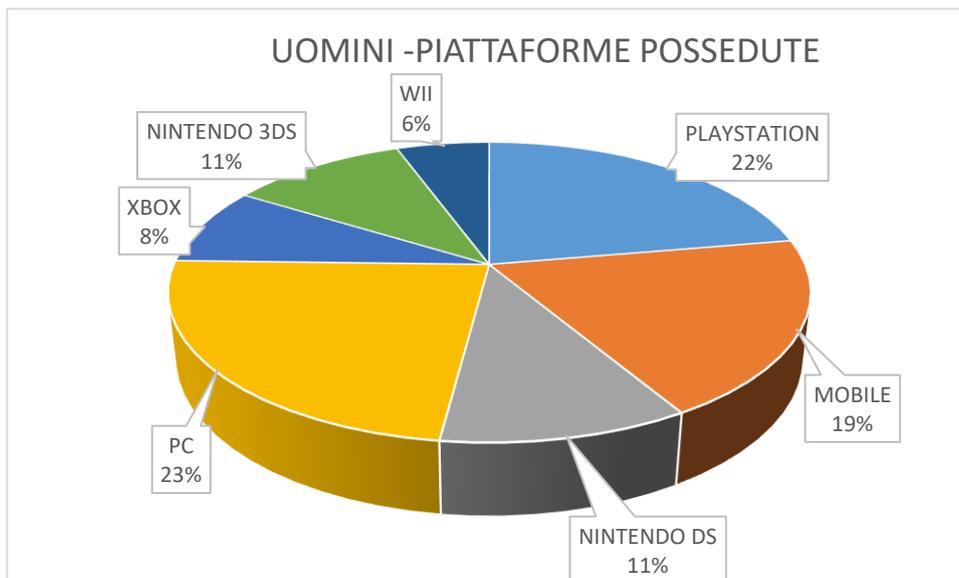


Ancora una volta, dal punto di vista anagrafico e quantitativo tra uomini e donne, la disparità è notevole: non solo le donne rispondenti sono una parte

davvero minima, ma raggiungono un massimo di 35 anni di età, mentre gli uomini coprono età anche maggiori, fino a 50 anni.

Al fine di proporre un'analisi ancora più accurata e oggettiva, è stato scelto di mettere a confronto le risposte date dai partecipanti compresi in una stessa fascia di età, dai 13 ai 34 anni. Ecco i risultati ottenuti:

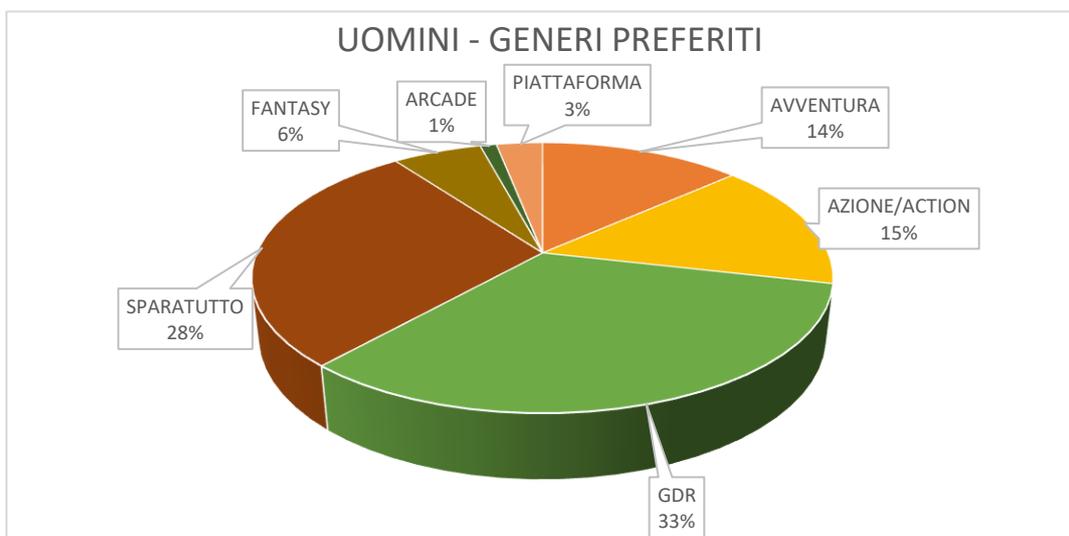
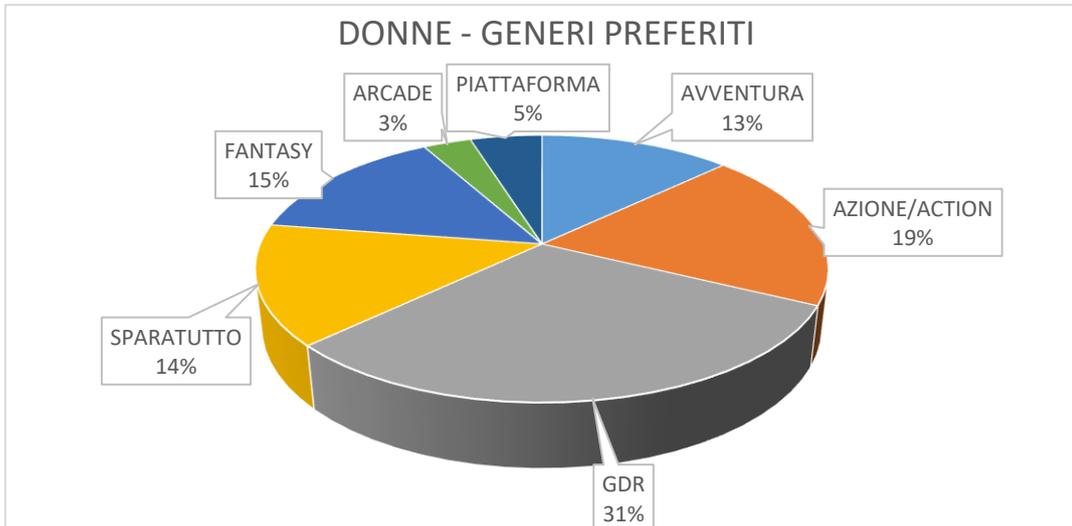
### 1. PIATTAFORME



Anche in questa prima parte di analisi, si nota che le percentuali indicano un forte equilibrio nella scelta di possedere determinate console. Non si denotano

particolari distinzioni tra generi nemmeno nella domanda successiva relativa ai generi e titoli preferiti:

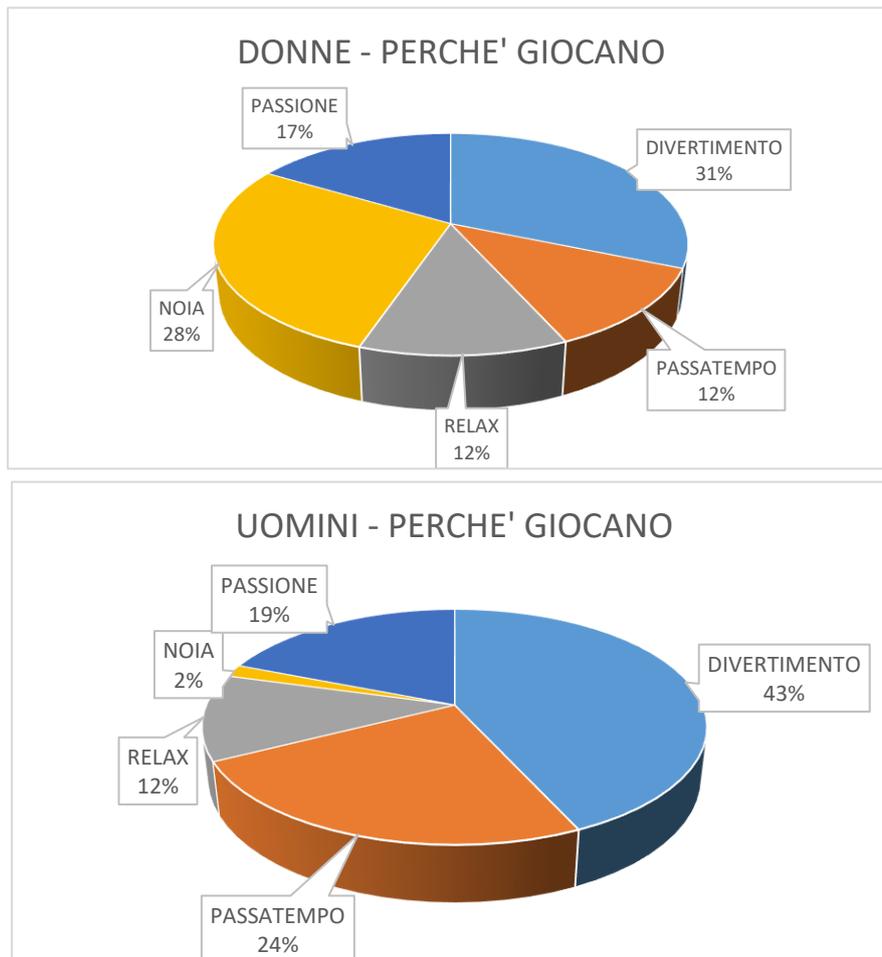
## 2. GENERI DI GIOCO



Si evince da questi risultati che i generi di videogiochi presentano nella maggior parte dei casi le stesse preferenze da parte dei giocatori: sono i GDR i più apprezzati da entrambi i generi. Solo nel caso degli sparatutto si denota una maggiore inclinazione da parte degli uomini, il doppio rispetto alle donne

nell'utilizzo di questo tipo di titoli. Gli altri generi mostrano percentuali quasi uguali fra loro, proponendo una graduatoria praticamente identica nelle preferenze di giochi.

### 3. MOTIVAZIONI

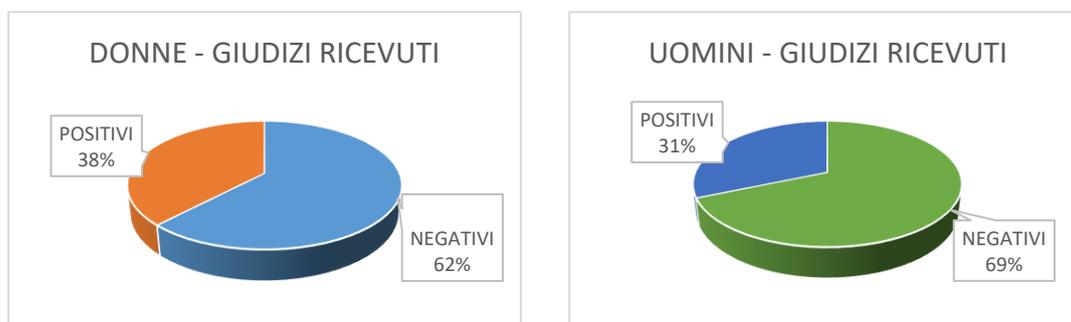


I motivi che spingono i giocatori ad avvicinarsi ai videogiochi sono diverse, e nonostante il divertimento sia al primo posto nella lista, si possono notare alcune interessanti divergenze nelle risposte date a questa domanda. Prima di tutto, la noia è un motivo scatenante nel pubblico femminile, posizionandosi come secondo fattore di fruizione di giochi, mentre la stessa ragione di fruizione videoludica risulta essere l'ultima della lista per gli uomini. Questi ultimi dichiarano invece che per loro, i videogiochi sono un passatempo più che per le donne (per queste

ultime, “passatempo” e “relax” si classificano entrambi in ultima posizione con il 12% a testa).

Questa non è stata la sola domanda che ha esplorato un aspetto più vicino alla dimensione sociale dei giocatori. È stata indagata anche la problematica relativa alla discriminazione nei confronti dei giocatori e come hanno eventualmente reagito.

#### 4. GIUDIZI ESPRESSI CIRCA LO STATUS DI GIOCATORE/GIOCATRICE



In entrambi i casi, si ha un'evidente maggioranza di giudizi negativi in merito al fatto di videogiocare. Le motivazioni espresse, sia per quanto riguarda i commenti positivi, che negativi, sono diverse a seconda del genere. Partendo dai giudizi ricevuti dalle donne rispondenti al questionario, vi è una notevole quantità di osservazioni quali:

“Ho ricevuto commenti negativi tantissime volte, anche per il fatto di essere una ragazza. Da piccola ci stavo male e mi sentivo "diversa", con il tempo ho imparato a farmi scivolare addosso certe affermazioni”

“Talvolta ho ricevuto commenti negativi da persone totalmente estranee all'ambito videoludico, mi ha rattristato il fatto che troppo spesso i videogiochi sono criticati da chi non ha conoscenza.”

“La maggior parte delle volte la gente rimane sconvolta dal fatto che sono donna, oppure le mie amiche se ne vengono fuori con frasi come: "Ma come fai a giocare?" " Ma quante ore giochi?" " ma non ti annoi?" mi fa sentire non apprezzata perché non capisco cosa ci sia di strano nel essere ragazza e amare i videogiochi.

“Di solito negativi, accompagnati dalla frase "le femmine non giocano alla Playstation" o "Nerd, non esci perché vuoi stare davanti la play (PlayStation, ndr)".

“Mi hanno detto "ma a 30 anni giochi ancora coi videogiochi?! Non è ora di crescere?" Ho scelto di ignorarli. Io conosco il mio percorso di vita e soprattutto dove sono adesso e so consapevole che essere un gamer non fa di certo di me una fallita.”

“Di questa mia passione non ne parlo, come fosse un problema personale da curare perché so che è così che viene visto dalla maggior parte dei miei familiari e da chi conosco... una volta provai a fare un discorso razionale con i miei, ma è stato come “parlare al muro”. Me ne son fatta una ragione. E ci convivo.”

Queste sono solo quattro delle numerose testimonianze ricevute nei questionari, ma significative per comprendere come il pubblico femminile vive ancora oggi la questione legata alla passione per i videogiochi, o più generalmente al fatto di videogiocare. In effetti, i giudizi positivi sono stati molto pochi da un punto di vista quantitativo, mentre un altro aspetto di rilievo riguarda i diversi commenti come questi:

“(Ho ricevuto) parecchi (commenti). La maggior parte delle volte sempre ignorati o risposto con sarcasmo.”

“Sì, negativi e positivi. Mi sono indifferenti”

“Le prime volte un po' offesa ma ora sono in pace con me stessa e me ne frego”

Non solo le ragazze e le donne non si sentono sempre offese dai commenti negativi che ricevono, ma hanno anche la forza di ribattere a questi o di non darvi importanza.

La situazione in cui si trova il pubblico maschile è diversa, ma solo in parte; come si nota dal grafico sopra riportato, anche uomini e ragazzi ricevono commenti in larga parte negativi, ma per motivi diversi e non legati a una questione di genere. Nel loro caso, si tratta infatti di giudizi dovuti allo stigma relativo alla fruizione dei videogiochi in sé, considerati come un passatempo dannoso:

“Non ho dei genitori che amano molto i videogame, quindi sono molto severi su quest'argomento”

“Solo negativi da parte dei parenti più "antichi". Mi sono sentito frustrato perché non sentono ragioni”.

“Mi sono stati rivolti commenti come: "Meglio i libri", ma questo non mi ha importato molto”

I risultati dimostrano quindi che, se i giudizi negativi rivolti alle donne riguardano proprio il fatto di essere tali, e dunque “inadatte” a dedicarsi ai videogames, quelli rivolti ai ragazzi rivelano più uno stigma culturale nei confronti del medium, che nei confronti del genere della persona a cui ci si sta rivolgendo.

Proseguendo con un'altra domanda posta a uomini e donne circa la discriminazione delle videogioatrici, si è desiderato analizzare se gli uomini rispondenti ritengono che le donne vivano effettivamente una condizione del genere o meno, e se tale risposta fosse aderente alla percezione che le videogioatrici hanno di sé e di come vengono socialmente considerate:



Dalla ricerca, risulta che le percezioni siano esattamente opposte: mentre il 61% degli uomini ritiene che le donne videogioatrici non subiscano discriminazione in alcun modo, il 64% di queste ultime si ritiene invece giudicata in maniera negativa per questa loro condizione. Per comprendere meglio le motivazioni a giustificazione di queste risposte, è stato chiesto agli uomini perché

secondo loro le donne vengano discriminate. Ecco alcune delle risposte più significative:

“Vengono insultate e ritenute indegne nel giocare.”

“Le ragazze che videogiocono vengono chiamate maschiacci, mi sembra anche abbastanza stupido visto che non c'è distinzione tra uomo e donna nel videogiocone, siamo tutti dei gamer.”

“Essendo donne vengono credute scarse”

“Secondo me sono discriminate dal fatto appunto di essere donne: la società impone un modello di ragazza/donna che se non viene rispettato risulta diversa ed isolata.”

“Per antonomasia la donna è "impedita" nel mondo tecnologico/videoludico al 90%, quindi notando che esistono un po' di ragazze che giocano ai videogiochi, lo si vede come un'attività svolta senza veri "scopi", non proprio come vere giocatrici, mentre a volte sono anche più forti di molti maschi.”

Nelle risposte appena illustrate, risalta nuovamente il problema sociale esistente da decenni nei confronti del rapporto che intercorre fra donne e videogiochi, constatando che i giudizi negativi nei loro confronti nascono spesso da pre-giudizi, idee che nascono prima ancora di aver verificato che le fruitrici di videogiochi siano effettivamente dotate di scarse abilità come si pensa. Per un quadro completo su questa situazione, è stato chiesto anche alle donne perché ritengono di essere vittime di discriminazione:

“Noto discriminazione rispetto alle figure femminili nei videogames (stereotipate, spesso mezze nude). I videogames spesso non sono pensati anche per donne”

“Le ragazze vengono discriminate perché lo fanno per moda (videogiocare, ndr) o sono più scarse dei ragazzi. Dipende dal fatto che i videogiochi in genere sono percepiti come un divertimento da maschi.”

“Le donne vengono considerate incapaci nel campo della tecnologia. Quando mi chiedono di moddare<sup>178</sup> a pagamento offrono cifre basse perché sono una donna. Inoltre capita che in una partita online devo fingermi maschio se no in chat iniziano a fare allusioni sessuali.”

“Spesso i personaggi principali dei giochi sono uomini, quando non lo sono presentano modelli estetici influenzati da una visione maschile, pesantemente

---

<sup>178</sup> Creare una **MOD**, significa andare a modificare il codice di un videogioco per andare a creare del contenuto nuovo, modificare contenuto esistente, o fare qualcosa di interamente diverso

stereotipate specialmente nell'aspetto fisico e nell'abbigliamento, sempre provocante o allusivo: di conseguenza è estremamente difficile immedesimarsi o trovare una personalizzazione adatta alla propria idea. Questa visione "maschiocentrica" spesso riguarda anche le trame che presentano opzioni scarse/inadatte ad un personaggio femminile (anche se trovo sia una tendenza in lenta diminuzione), o che inquadrano le donne come oggetti d'uso e consumo.”

“Il gaming é stato per generazioni quasi solo ambito maschile ma ora anche le donne si stanno facendo rivalutare. Bisogna saper distinguere tra chi lo fa per passione e chi per fare vedere. Unire entrambe nel termine donne gamer porta ad un fraintendimento enorme ed alla considerazione inferiore delle donne anche in questo campo.”

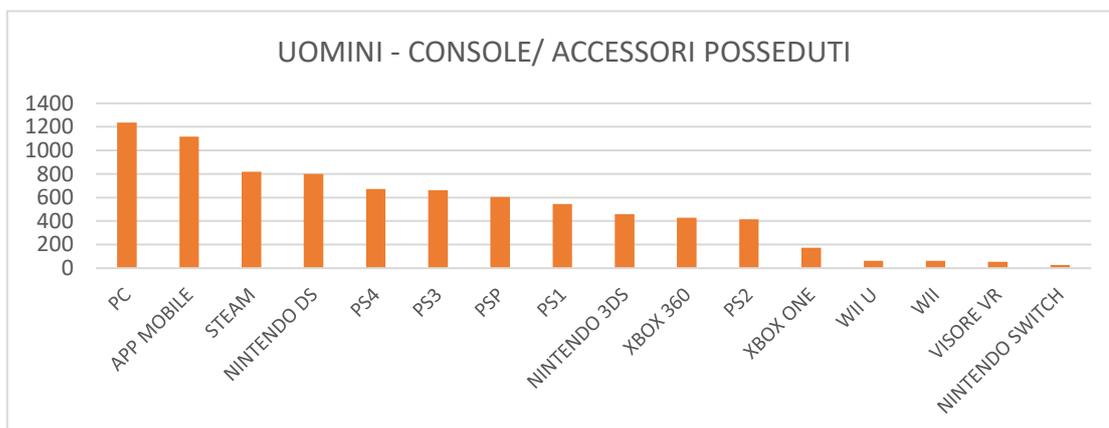
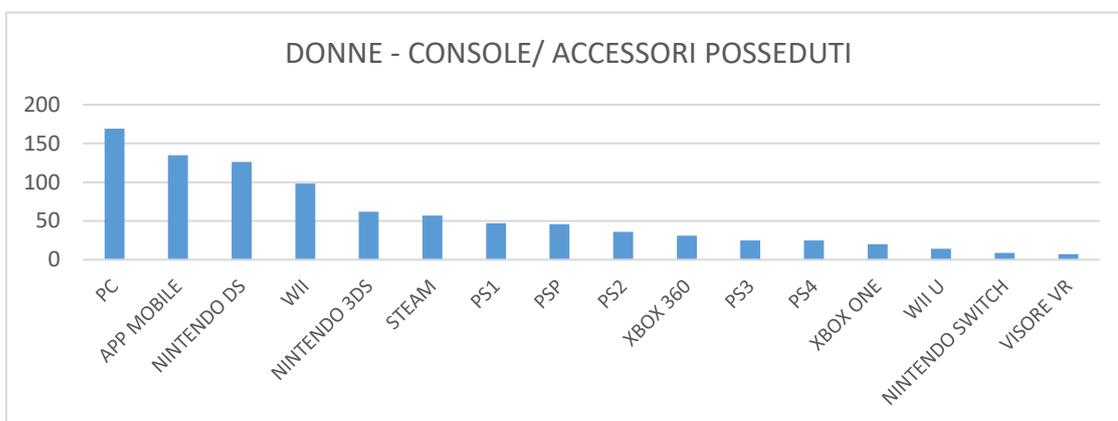
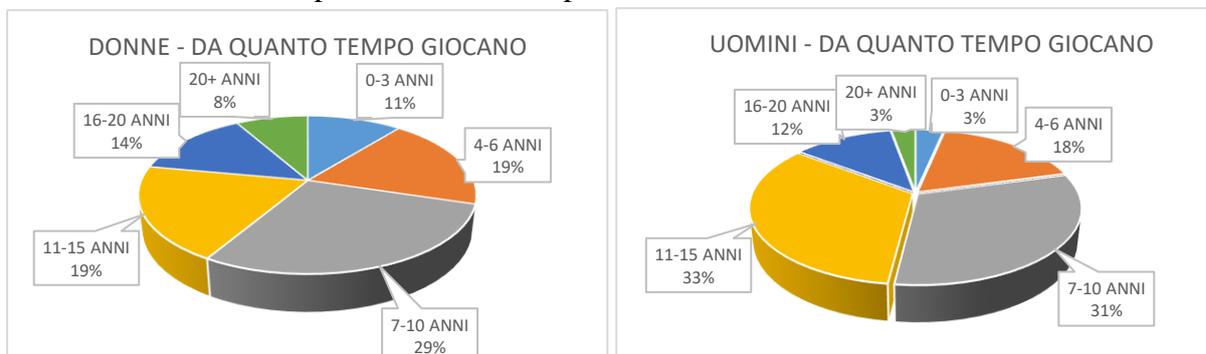
Queste due ultime affermazioni racchiudono tutte le affermazioni sostenute finora in questa analisi di ricerca, discutendo non solo del fatto che il mondo videoludico sia stato generalmente considerato per anni di dominio maschile indiscusso, ma anche delle differenze tra le varie ragazze e donne che si avvicinano ai videogiochi con intenti diversi, così come le problematiche di significato del linguaggio relative al termine *gamer*.

Per fornire una situazione più completa, dopo circa nove mesi dai primi questionari, è stato somministrato un questionario che presentava lo stesso genere di domande e condiviso sempre e unicamente su Facebook, negli stessi gruppi sopraccitati. Questa seconda somministrazione del questionario è stata svolta per verificare se e come le situazioni finora descritte abbiano subito delle variazioni.

#### DATI RACCOLTI 3 – 9 MARZO 2017

Anche in questa parte di analisi dei risultati ottenuti, si è deciso di sondare le risposte fornite dagli utenti che hanno dichiarato di non avere figli. Di questo cluster fanno parte 204 donne e 1526 uomini; le prime sono in età compresa fra 14 e 37 anni, i secondi fra 10 e 49 anni. Come per la parte di analisi precedente, è stato deciso di comprendere solo la fetta di rispondenti maschili della stessa età delle rispondenti femminili.

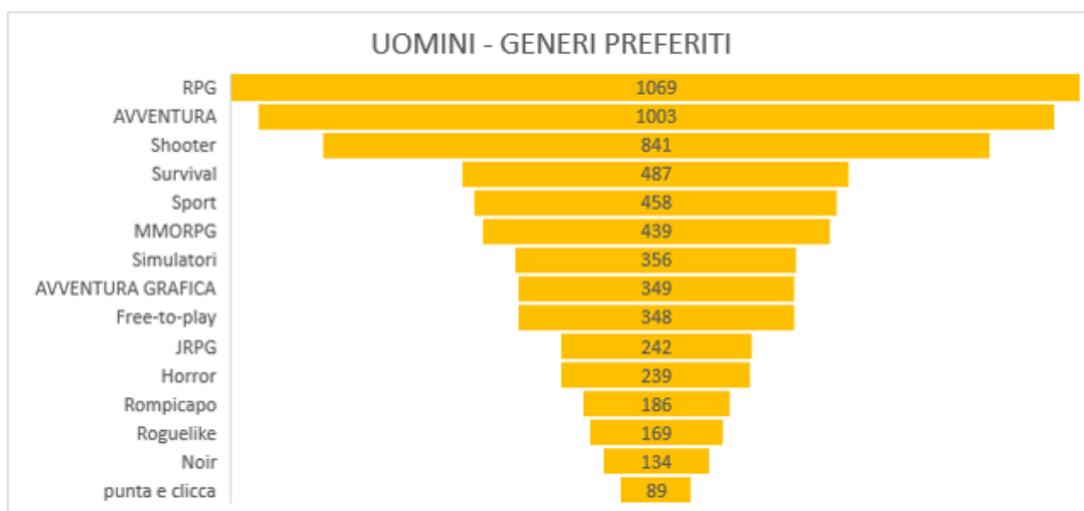
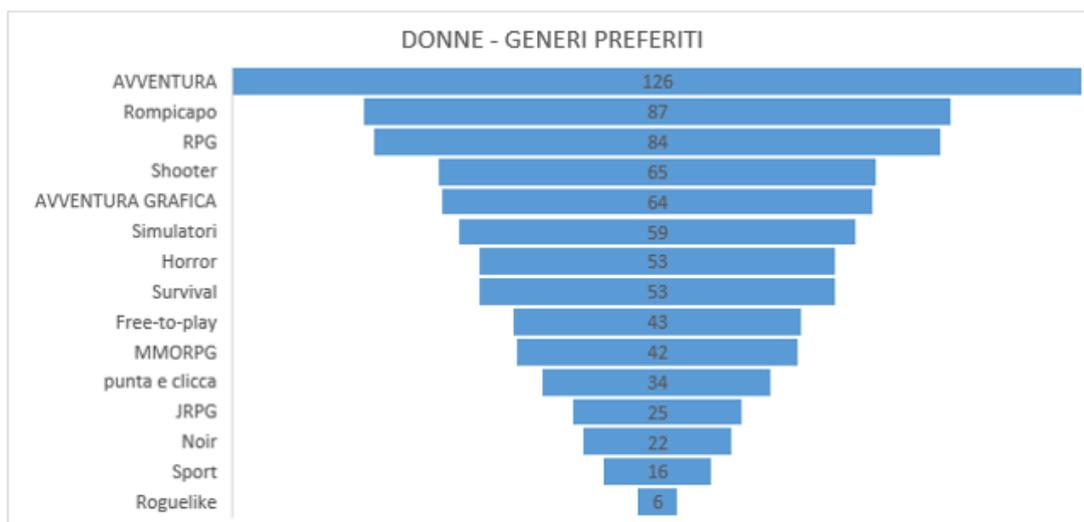
L'analisi ha visto tra le prime questioni quelle relative a preferenze di generi e console; ecco le risposte fornite dai rispondenti:



Per quanto riguarda invece le nuove tecnologie e console di recente lancio, si nota una preferenza per Nintendo Switch tra le donne, apparentemente più propense all'acquisto e fruizione di giochi su device portatili, mentre gli uomini

sono al momento in numero maggiore a fare uso di giochi pensati per Realtà Virtuale, essendo più numerosi ad aver acquistato un visore VR.

Le altre domande poste nella prima parte di questionario riguardavano ancora una volta i generi maggiormente apprezzati dai giocatori, con i risultati seguenti:



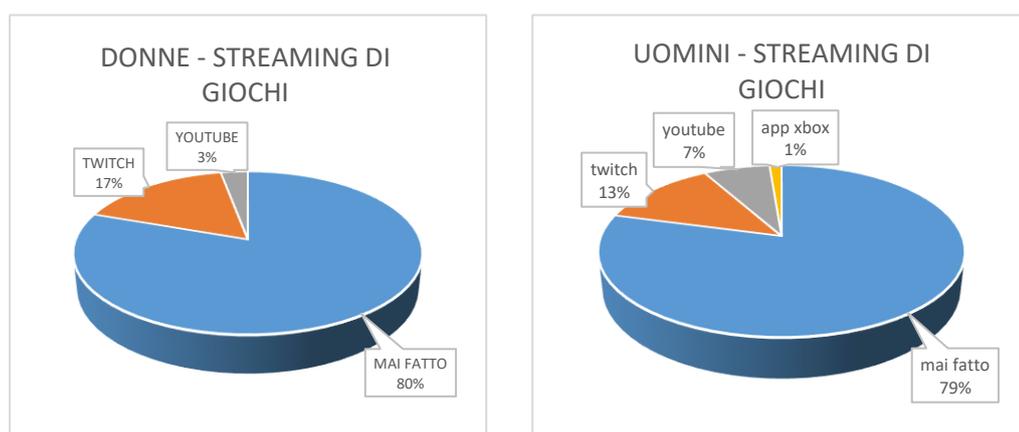
L'analisi di questi dati evidenzia invece alcuni importanti risultati: prima di tutto, i generi principalmente preferiti dai due sessi sono molto simili. Inoltre, alcune categorie che potrebbero essere più facilmente associate ai giocatori, come il genere horror, risulta più in una posizione più alta nella classifica delle

giocatrici: il genere in questione è al settimo posto nella classifica femminile, mentre si posiziona all'undicesimo in quella maschile.

Curiosamente, anche gli shooter si posizionano al terzo posto nelle preferenze femminili, a dimostrazione del fatto che anche le giocatrici amano i giochi dove predomina l'uso delle armi e l'azione prevalente è l'attacco con armi da fuoco, con conseguente presenza potenziale di sangue, cadaveri e scene "splatter". Anche in questo caso, si attribuiva l'interesse di questi generi in maniera prevalente ai giocatori di sesso maschile, proprio perché lo stereotipo associa l'uomo alle azioni violente di tale genere.

Al contrario, a sostegno delle tesi espresse sempre nel primo capitolo, sono le donne che amano di più i giochi dove è richiesto l'uso della logica, come i rompicapo: in questo caso infatti, tali giochi si posizionano al secondo posto nella loro classifica, mentre li ritroviamo al dodicesimo posto nella graduatoria dei giocatori.

Gli ultimi quesiti posti nel questionario riguardavano alcune questioni già discusse in precedenza nel corso della presente ricerca, in particolare il tema dello streaming e le conseguenti problematiche legate alle *gamer girls*:



Anche in questo caso, si spezza una lancia a favore delle donne: le intervistate hanno sostenuto all'80% di non aver mai fatto streaming live, a dimostrazione del fatto che non è un'abitudine tra le giocatrici. Risulta anzi che siano i giocatori

maschili a fare maggiore uso di applicazioni e di canali per streaming: questi ultimi infatti usano anche la app di Xbox, assente fra le pratiche di streaming delle giocatrici.

Infine è interessante notare quante persone fra queste appartengano al mondo videoludico anche dal punto di vista professionale: tra gli uomini, sono 110 i professionisti e 25 professioniste, rispettivamente il 7,3% degli uomini e l'11,3% delle donne rispondenti. Tra di loro, è stato notato che gli uomini giocano mediamente da 11-15 anni ai videogames, il 60% circa ha provato i visori VR, dimostrando di essere davvero informati sulle novità tecnologiche del mondo videoludico, e manifestano interesse per diverse tipologie di giochi: quasi il 70% è attratto da titoli AAA, rimanendo dunque affascinati dalla produzione commerciale, dimostrando che la categoria indipendente soffre ancora un po' dal punto di vista di visibilità e interesse anche da parte di persone inserite professionalmente nel videoludico.

Allo stesso tempo, analizzando le risposte fornite dalle donne professioniste, i risultati non si discostano da quanto osservato per gli uomini: più del 30% gioca da quasi 20 anni ai videogiochi, il 54% ha provato visori VR e apprezza questa nuova tecnologia.

Inoltre, se gran parte degli uomini professionisti aveva espresso interesse e apprezzamento solo per i titoli AAA, le risposte singole delle professioniste hanno evidenziato non solo interesse per questa tipologia, ma anche per gli *indie*, amati da quasi il 50% di loro.

Infine, analizzando l'aspetto sociologico delle discriminazioni nei confronti delle giocatrici, ben il 70% di loro ha ricevuto commenti negativi per il fatto di dedicarsi ai videogiochi. Questo significa che nemmeno le professioniste sono esenti dallo stigma sociale vigente: i commenti più comuni sono:

“Dal "ma sei donna cosa ne vuoi capire" al "ah ma sei donna, ti piacciono proprio tutti i giochi?"”

“Sei una donna, non sai giocare”

“Molto positiva da punto di vista nella bravura (sebbene fossi una donna) e negativi nel senso che una donna non dovrebbe giocare a giochi di guerra”

“Essendo una ragazza, mi hanno spesso insultata perché considerata "più scarsa" a prescindere o una che vuole solamente mettersi in mostra.”

Come abbiamo notato sinora, le caratteristiche di giocatori e giocatrici non sono così differenti tra di loro, a dimostrazione che, almeno in epoca contemporanea, le giocatrici sono molto simili al loro corrispettivo maschile. Permangono però alcune questioni a livello sociale legate a stereotipi che stentano a scomparire dalla cultura popolare.

Osserviamo ora come e se cambiano le condizioni in altri paesi del mondo. Dunque, a completamento del quadro generale delle esperienze di donne e madri videogioatrici, gli stessi questionari sono stati divulgati anche in gruppi Facebook frequentati da utenti stranieri, appartenenti a realtà anglofone e francofone.

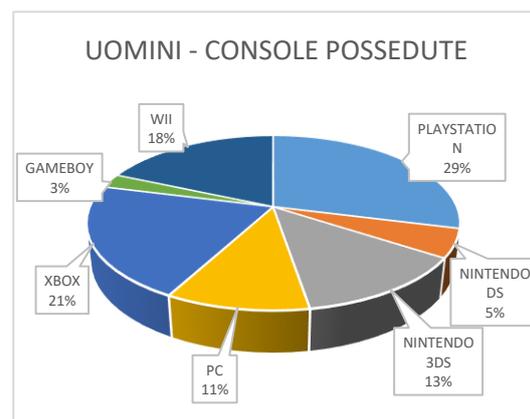
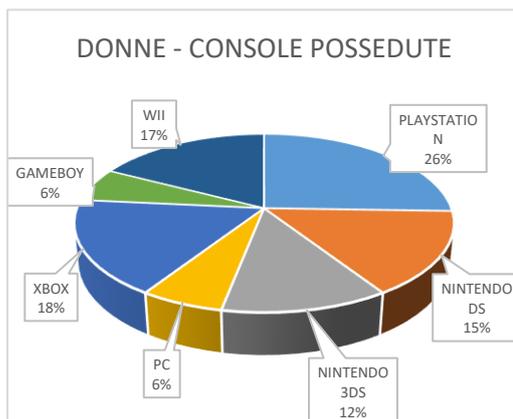
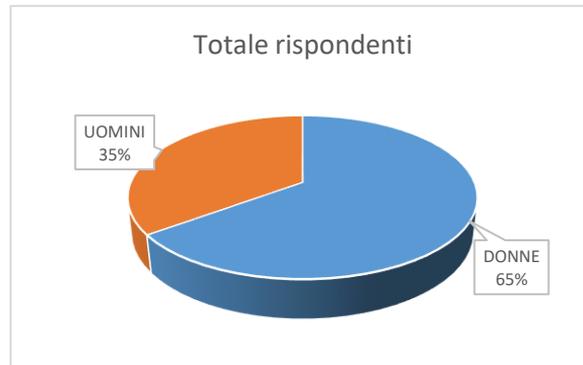
#### 4.2.2 Videogioatrici: il panorama estero

Come anticipato nell'introduzione a questo paragrafo, il sondaggio di analisi e confronto tra videogioatrici e videogioicatori è stato esteso anche al di là dei confini nazionali, per comprendere se la situazione estera fosse diversa, soprattutto in virtù di possibili influenze e situazioni socio-culturali diverse. È stato anche chiesto ai rispondenti di indicare città e stato di provenienza, anche per ritrovare eventuali tratti simili tra cittadini di una stessa nazione e capire meglio le caratteristiche delle varie culture di origine.

#### DATI LUGLIO 2016

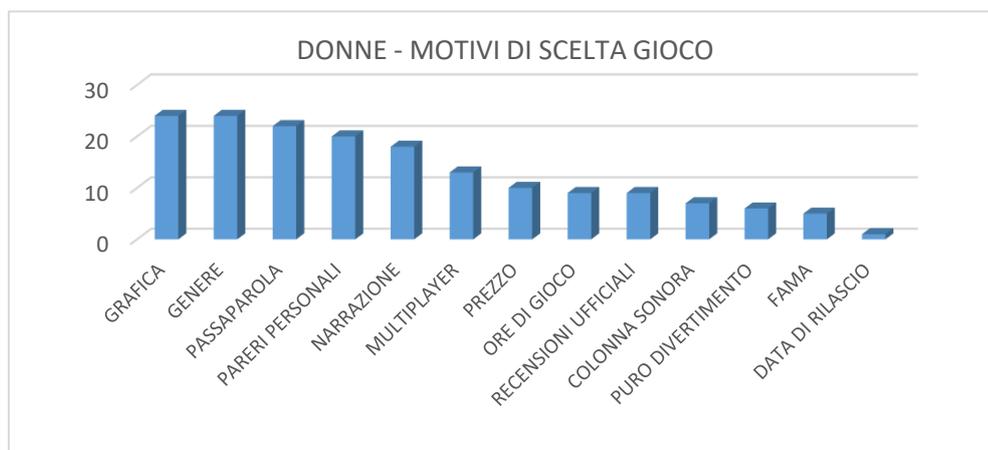
Nel caso di questo primo gruppo di rispondenti, la loro provenienza è in gran parte dagli USA, Canada e Germania per gli uomini, mentre le donne provengono soprattutto da Norvegia, USA e Inghilterra.

I grafici sottostanti riportano dunque i risultati derivanti dalle stesse domande poste nella versione italiana del questionario:



Ancora una volta, le differenze tra uomini e donne non sono affatto nette, eccetto la percentuale di fruitori della console portatile Nintendo DS. Come si nota dai grafici, per entrambi i sessi le console preferite sono PlayStation e Xbox nelle loro diverse versioni, seguite da Wii e PC. Se questa classifica varia parzialmente da quella evidenziata dai dati italiani, risulta invece omogenea all'interno del cluster di pubblico estero.

Passando agli aspetti che interessano a questa fetta di pubblico nella scelta di un videogioco, gli utenti Facebook hanno risposto così:

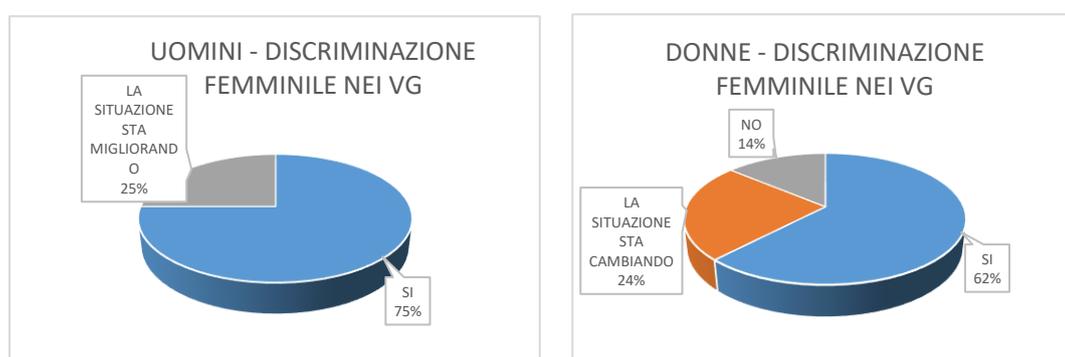


In questo caso, le motivazioni principali che spingono gli utenti ad avvicinarsi a un titolo sono fra loro abbastanza simili, ma è importante notare che gli uomini sono più interessati delle donne all'aspetto narrativo, a differenza di quanto i primi studi eseguiti tra gli anni Settanta e Novanta avessero dimostrato<sup>179</sup>. Inoltre, è stato dimostrato da questi primi dati raccolti che le donne siano poco più influenzate dal passaparola che dalle proprie opinioni, oltre che apprezzare un po' più degli

<sup>179</sup> Vedere capitolo 1 della presente tesi.

uomini l'aspetto grafico e la modalità multiplayer. Infine gli aspetti meno rilevanti sono molto simili fra i due sessi, che si dichiarano poco interessati alla fama del titolo scelto, alla sua data di rilascio e alla lunghezza del gameplay in termini di ore di gioco.

Passando ora a un altro aspetto osservato in Italia nell'ambito dello stesso sondaggio, possiamo notare quanto riportato dai dati raccolti circa la questione della percezione dei rispondenti sulla discriminazione della donna videogiocatrice:



Alcuni utenti hanno anche fornito delle risposte più complesse a questa domanda; un uomo ha scritto così:

“absolutely, when some female gamers appear in a video game, some male gamers start to hit on them and treating them deferentially or trying to take their attention hoping for a date, and also there are some females who want that. So they start professing that they're female and stuff, personally I don't really care about all of this, male or female or even a dog or an alien, I'm just trying to play”.

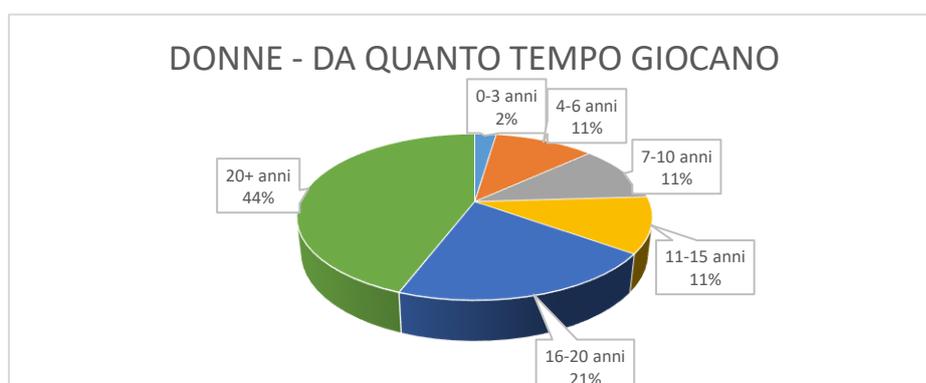
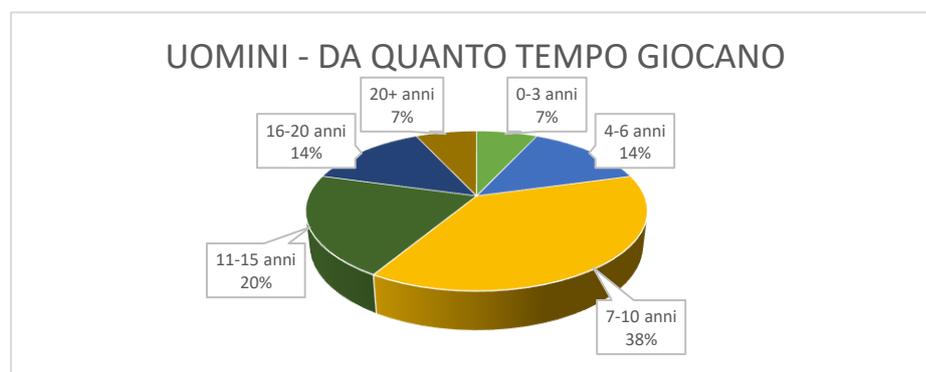
Inoltre una donna ha sostenuto:

“I think the industry still sees men/boys as the main target for games, but, in my opinion, it's evolving well in this matter, because there's a bigger awareness that there are a lot of girls who also love videogames. I think this is a cultural thing, because who doesn't like games? Enjoying games has nothing to do with being a boy or a girl. Human brains like to be stimulated and games are great for that!” Al contrario di quanto è risultato dal sondaggio rivolto al pubblico italiano, all'estero sono le donne a rappresentare una minoranza nel sostenere che la loro figura venga

discriminata nei videogiochi. Gli uomini invece sostengono in gran parte questa tesi, mentre una minoranza di loro pensa che la situazione stia migliorando, ma che ci sia ancora molta strada da percorrere in questa direzione. Questo dimostra che all'estero si è maggiormente sensibili alla questione, così come è interessante notare che siano più gli uomini che le donne ad ammettere che una situazione del genere esista effettivamente.

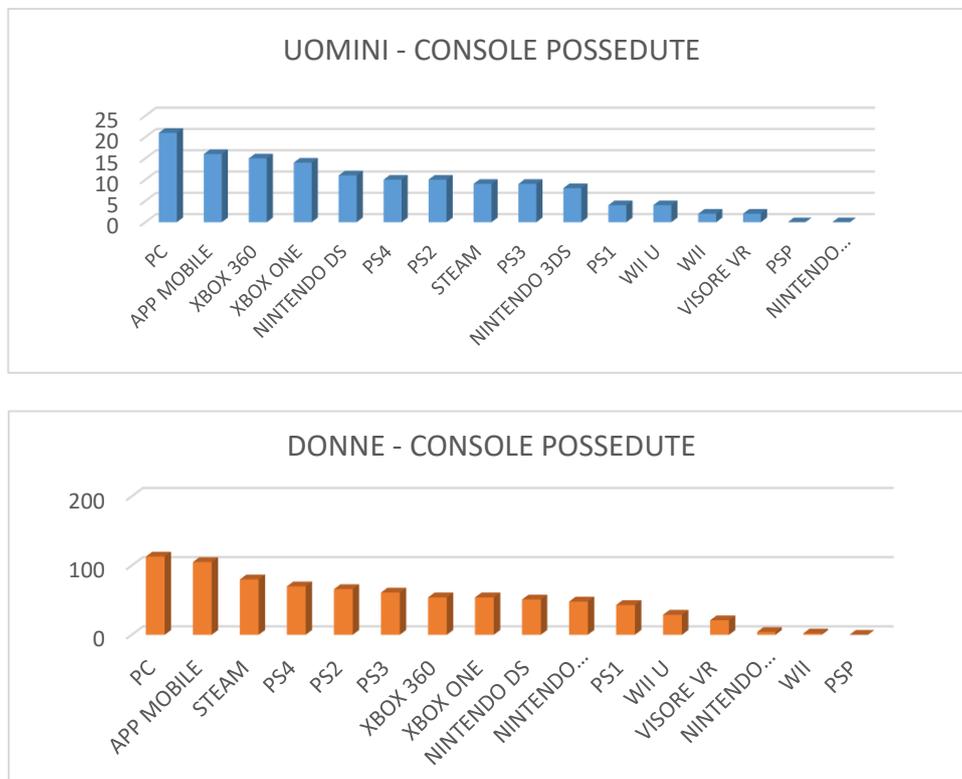
Questi primi dati raccolti nel 2016 possono essere messi a paragone con quelli studiati più di recente, nel mese di marzo 2017. Si è deciso di sondare nuovamente la situazione poiché negli ultimi anni si sta parlando sempre di più di diverse questioni socio-culturali legati ai videogiochi e ai loro fruitori, non solo durante eventi come l'E3 o la Milan Games Week, ma anche grazie a diversi incontri e corsi pensati per i giovani studenti, alcuni dei quali sono stati illustrati nel corso del terzo capitolo della presente ricerca di tesi.

I dati ottenuti nel 2017 dimostrano che i rispondenti sono decisamente più donne che uomini, una maggioranza “in rosa” che tocca l'82%, per un'età compresa fra i 10 e i 44 anni, senza distinzione di genere.



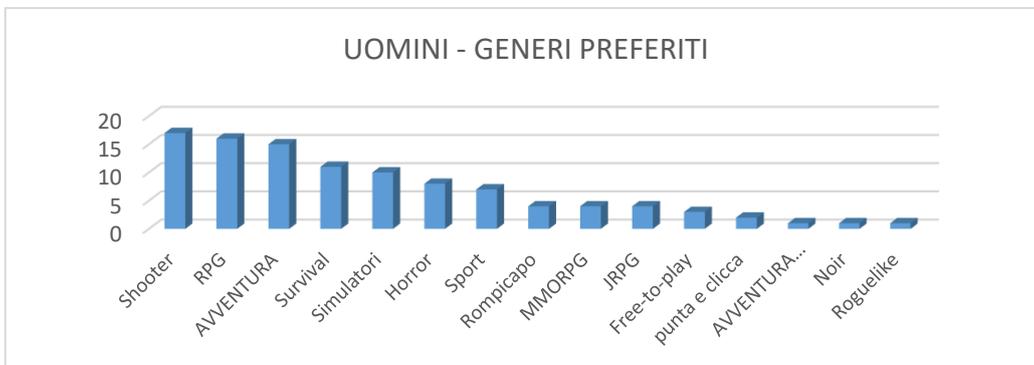
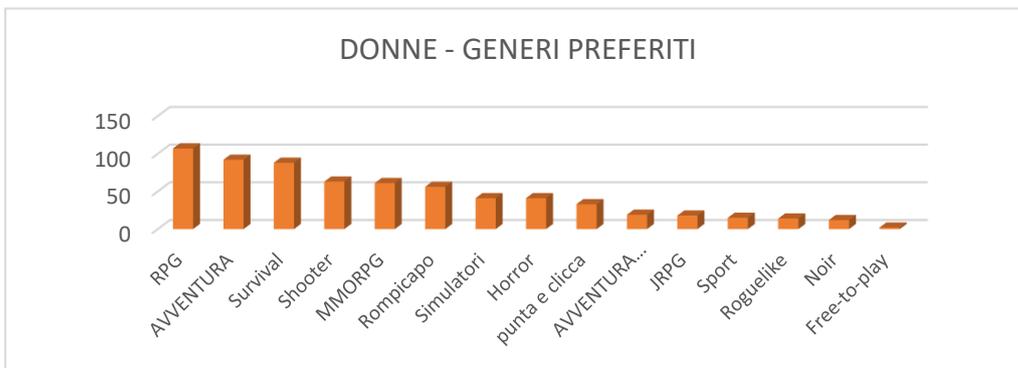
Come evidenziato, i dati degli utenti esteri sono leggermente diversi da quelli raccolti in Italia, in questo caso a favore delle donne: sono coloro che giocano da più tempo rispetto agli uomini, con un 44% femminile impegnato in attività videoludiche da più di venti anni, contro uno scarso 7% di uomini. In generale, risulta che siano le donne a giocare da più anni rispetto agli uomini, un dato meno equilibrato rispetto a quanto è stato riportato dagli utenti italiani.

Le sorprese non si limitano a questa prima rilevazione; per quanto riguarda le console di gioco possedute, i grafici sottostanti riportano le differenze tra i due generi:



Anche in questo caso, le concordanze tra console maggiormente usate e meno apprezzate sono poche, o comunque minori rispetto all'equilibrio tra utenti italiani. Se PC e le app mobile rimangono in testa in entrambe le classifiche, rispetto alle videogiocatrici italiane, ad esempio, quelle straniere preferiscono console fisse e non portatili. Esse infatti possiedono soprattutto computer,

piattaforme per giocarvi (Steam), oltre che prediligere le varie versioni di PlayStation. Al contrario, gli uomini preferiscono console come Xbox e quella portatile Nintendo DS, a differenza dei videogiocatori italiani. Per quanto si differenzino i brand, rimane la prevalenza di utilizzo di console fisse all'estero, mentre in Italia si nota una preferenza per quelle portatili soprattutto da parte delle videogioiatrici. Un altro paragone è possibile con i generi di gioco preferiti, dove possiamo notare somiglianze e differenze interessanti:

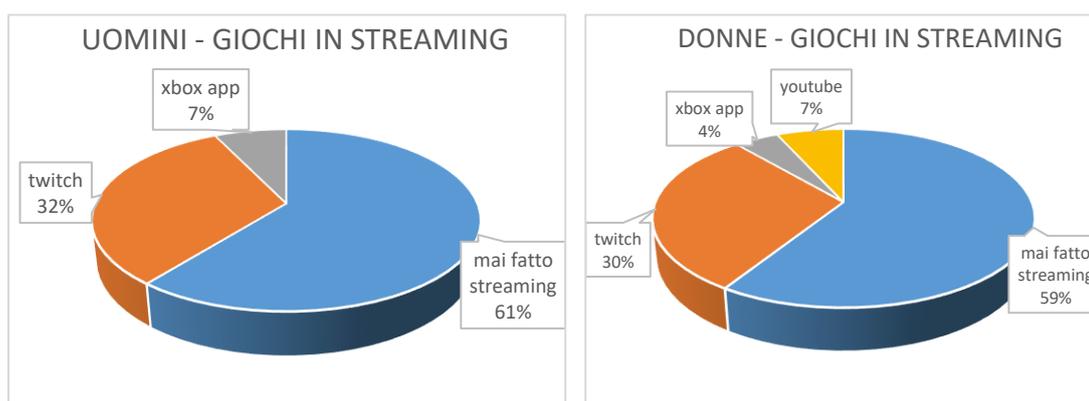


In questo caso, a differenza di quanto notato finora, vediamo un equilibrio maggiore tra le risposte date da videogiocatori esteri e italiani, così come tra le giocatrici. Da osservare come gli shooter abbiano particolare rilevanza all'estero, a differenza dell'Italia, soprattutto fra gli uomini. Le donne straniere invece non prediligono il genere rompicapo come accade in Italia: all'estero, si posiziona al quinto posto, mentre è addirittura secondo in Italia.

Inoltre, ci sono alcuni tipi di giochi, come l'avventura grafica, che ha avuto un discreto successo in Italia, soprattutto negli ultimi dodici mesi, grazie a titoli quali *Virginia*, gli episodi di *The Walking Dead* e altri ancora; una tendenza che non si riscontra invece all'estero, dove questo genere risulta fra quelli meno gettonati dai giocatori.

Per quanto riguarda le abitudini circa pratiche di gioco e motivazioni che spingono a dedicarsi a questa attività, entrambi i sessi hanno affermato di aver provato raramente i visori VR, e di averli apprezzati. Gli interessati a questa tecnologia però sono pochi, circa il 20% tra uomini e donne ha provato questo nuovo accessorio. Inoltre, la metà delle donne preferisce giochi AAA, un risultato importante se si considera che il restante 50% apprezza i titoli indie. Questo significa che la sensibilità a tale tipologia di giochi è maggiore all'estero rispetto all'Italia, dove solo il 41% di loro ha dichiarato di preferirli. Anche gli uomini ribadiscono il trend italiano, poiché solo al 30% apprezzano i giochi indie, esprimendo invece una maggiore predilezione per i titoli AAA, giocati dal 60% di loro.

Ecco invece i risultati ottenuti alla domanda "Hai mai giocato in streaming? Quali app/programmi usati?":



Le donne fanno uso anche di YouTube per giocare in streaming, a differenza dei videogiocatori stranieri, ma il 59% di loro non è interessato a questa attività, una percentuale vicinissima al 61% degli uomini. Se osserviamo anche le

percentuali relative alle stesse piattaforme usate dai due sessi, notiamo che il numero di utenti è pari oppure sono le donne a farne un uso inferiore. Questo riprova quanto già riportato dai dati italiani: le donne che giocano in streaming non sono così tante come si può pensare, sempre riferendosi al discorso già citato circa le *gamer girls*.

L'ultima domanda riguarda la percezione che i rispondenti hanno circa la discriminazione della figura femminile nel mondo videoludico: circa il 70% delle ragazze ha ricevuto commenti discriminatori, quali *“People assume that you are socially inept”*, *“Girls shouldn't play games”*, *“I am weird, boring but it is what men do, so I shouldn't play”*. *“From men of my age I've been accused of only enjoying video games to attract a boyfriend. From older generations I've been told that I'm just wasting my time.”*

Al contrario, i videogiocatori si sono espressi in questo senso affermando solo al 6,6% che le donne giocano peggio degli uomini; la restante parte di loro non ha voluto sbilanciarsi.

In conclusione, possiamo affermare che anche all'estero, come in Italia, le videogiocatrici vivono in una condizione sociale non ancora favorevole a loro: le idee che circolano intorno alle giocatrici sono sempre inerenti ai compiti casalinghi che si presuppone debbano svolgere, così come al fatto che l'età di un giocatore assume più importanza se si tratta di una donna, invece che di un uomo.

Per avere un quadro completo della situazione delle giocatrici, è stato somministrato lo stesso questionario anche in gruppi Facebook stranieri, al fine di osservare le caratteristiche socio-culturali all'estero.

## 4.3 Madri giocatrici in Italia e all'estero – sondaggi e interviste

### 4.3.1 Analisi madri italiane

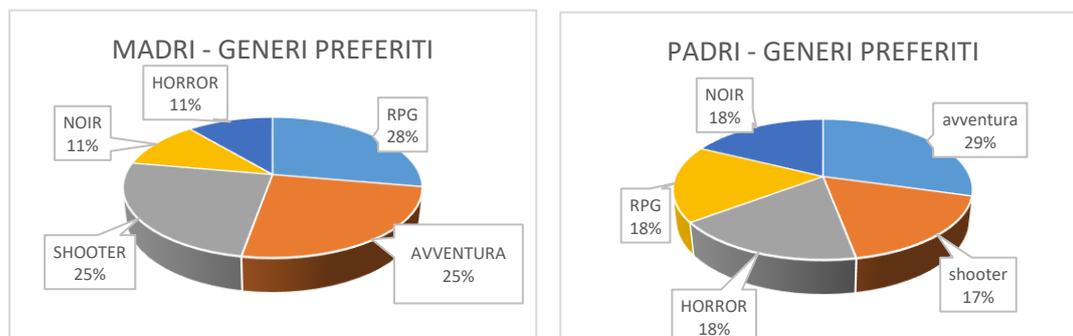
Nella raccolta di dati, è stata pensata una sequenza di domande specifiche per coloro che sostenessero di avere figli. L'obiettivo è quello di comprendere più

da vicino come si comportano i genitori di oggi, che sono e/o sono stati videogiocatori, nei confronti del rapporto figli – videogiochi. I risultati emersi sono quantitativamente pochi, rispetto al totale delle risposte ottenute, ma significativi.

Partendo da una considerazione generale sul totale dei genitori italiani rispondenti, si tratta di 21 persone, di cui solo 8 sono madri. In generale, risulta che il 50% dei genitori in questione si dedichi ai videogames da più di 20 anni, possiedono una quantità e varietà di console notevole, oltre che apprezzare una moltitudine di generi altrettanto importante. Le console maggiormente utilizzate sono PlayStation 3 e 4, Xbox One e 360, mentre fra le console portatili preferiscono Nintendo DS, mentre sono i generi RPG, shooter e le avventure classiche ad essere maggiormente apprezzati.

Analizzando il pubblico in questione da un punto di vista sociologico invece sorgono alcuni aspetti importanti: i padri hanno dichiarato al 50% che le videogioatrici non abbiano le loro stesse capacità nei videogames, e solo il 30% ha affermato che le femmine riescano a essere più brave dei maschi. Se invece osserviamo i dati rilasciati dalle madri, queste ultime hanno dichiarato di dedicarsi ai videogiochi da circa vent'anni, in media; un periodo di tempo piuttosto lungo, considerando che la loro età è compresa fra i 25 e i 35 anni. Inoltre anch'esse possiedono una consistente varietà di console e apprezzano in particolare giochi di avventura, RPG e shooter.

I due grafici sottostanti confermano le somiglianze nelle preferenze tra madri e padri:



Ultimando l'osservazione dei dati raccolti sulle madri, il 40% di loro ha sostenuto di essere stata oggetto di giudizi e commenti negativi legati alla loro dedizione ai videogiochi. Di questa fetta di rispondenti, i commenti che sono stati fatti nei loro confronti erano riferiti ancora una volta a stereotipi quali "la donna dovrebbe dedicarsi ai lavori domestici", "non si dovrebbe giocare ai videogiochi in età adulta", oltre che indirizzare insulti ad alcune di loro in seguito alla vittoria di una partita da parte delle madri in questione.

Infine la metà delle madri intervistate ha dichiarato di avere figli che giocano ai videogames e, per comprendere meglio il modo in cui le genitrici si relazionano ai figli in questo ambito, sono state svolte alcune brevi interviste in forma scritta, sempre tramite Facebook.

La maggior parte di loro ha accettato di essere intervistata dopo aver risposto a un post appositamente pubblicato nei gruppi sopra menzionati, per raccogliere interviste da parte di coloro che erano interessate all'argomento. Inoltre è stato interessante comunicare direttamente e in modo più "naturale" con questi utenti, per avere un riscontro immediato circa la loro esperienza.

Innanzitutto, quasi tutte le madri che sono state intervistate, hanno dichiarato di giocare per divertirsi e per passare un po' di tempo "staccando la spina". Molte di loro inoltre hanno dovuto "limitarsi" a giochi per smartphone e tablet, essendo molto più semplici e richiedendo meno impegno, sia mentale che di tempo. Inoltre i device mobili consentono loro di poter giocare ovunque, anche mentre vanno al lavoro sui mezzi pubblici, quando possono dedicarsi ai loro interessi.

Questa scelta è stata dettata proprio per motivi legati alla nascita dei figli, dunque le madri hanno deciso di non abbandonare il mondo videoludico, pur ridimensionando e modificando in parte generi e tipologie di giochi e di device utilizzati.

Tra i quesiti posti alle madri, è stato chiesto se discutono con altre persone della loro passione videoludica, per comprendere se sono davvero giocatrici interessate e appassionate del settore e quindi valorizzare ancora di più le loro

risposte. Molte hanno sostenuto non solo di discuterne spesso con coetanei, ma anche di subire discriminazioni da altre donne. Questo accade perché, a detta delle intervistate, le altre donne che non giocano, ritengono questa attività inutile, in quanto toglie tempo prezioso da dedicare alla famiglia e ad altre attività casalinghe, o ad altri hobby. Le intervistate sostengono che siano stati rivolti loro alcuni commenti come questi:

“La discriminazione nei confronti delle videogiocatrici arriva da parte delle altre donne che non giocano. I ragazzi apprezzano di solito. Veniamo considerate poco femminili o perditempo, dipende anche dall'immagine di donna che i media diffondono, andando ad alimentare i pregiudizi nei confronti delle videogiocatrici”.

“(videogiocare, ndr) viene considerato un'attività infantile e una perdita di tempo; credo che dipenda dal fatto che per opinione comune i videogiochi sono più per ragazzini e che i uomini siano visti come più "immaturi" rispetto alle donne... Quindi più propensi a fare cose da ragazzini”

Alle madri è stata posta anche la domanda “se hai figlie femmine che videogiocano, le controlli come controlleresti un figlio maschio o in maniera diversa?”. Tale quesito è stato posto proprio per esplorare la questione degli stereotipi e degli stigmi nei confronti delle giocatrici e per comprendere se e come le madri sono sensibili a questo tema. Alcune madri hanno risposto sostenendo che non fanno differenze e controllano i figli di entrambi i sessi allo stesso modo, mentre altre si sono poste questo problema e hanno affermato: “*Farei lo stesso (per un figlio maschio, ndr). Ma ammetto che, pensando ai prossimi anni, pongo un'attenzione particolare al suo futuro. La metto in guardia verso i rischi che potrebbe correre*”.

Prima di riportare un'intervista a una professoressa e madre, per comprendere meglio il rapporto tra genitori, figli e videogiochi, è importante ai fini della ricerca analizzare i dati ottenuti dalle rispondenti estere.

#### 4.3.2 Analisi madri all'estero

Nel caso dei questionari diffusi in gruppi Facebook stranieri e/o internazionali, solo il 21% delle rispondenti sono anche madri, di cui il 75% di loro ha figli che si dedicano ad attività videoludiche. Questi bambini spaziano moltissimi generi diversi, stando a quanto riportato dalle testimonianze raccolte: si va dai MMORPG a puzzle e simulatori, giochi per tablet e mobile oltre che giochi di corsa. Alcuni titoli citati sono *Minecraft*, *Pokémon*, *Battlefield* e *Minecraft*, giochi a cui i bambini si dedicano per una media di tre ore al giorno, quasi sempre controllati da adulti.

Al fine di comprendere meglio cosa significhino i videogiochi per una madre, alcune di loro sono state intervistate, chiedendo di raccontare l'importanza svolta da questi prodotti mediali nella loro vita. Una testimonianza importante arriva da una donna britannica, L.A. Bishop, che ha desiderato parlare della sua vita e del ruolo che i videogames hanno avuto in questa.

“Basically, why do you play?”

“For me, it's like reading a book, it's an escape and a way to cope with life. I have High Functioning autism, and real life, with my sensory issues especially, can be quite frightening. With games I can escape from stress, i can forget, just for a while that I can't do this, or don't have that in my life, or struggle with this. For a while I am almost normal. Added to that, they're simply fun. Nothing else lets you fly to other worlds, take on adventures, go exploring in far off countries, meeting aliens, humans in the way games do. I'm quite creative, have a writer's mind and the prospect of adventure, travelling to far, flung worlds is exciting, even if it isn't real. Games are...freedom. Real, true freedom. I could never do any of this in real life, games strip off my mental health, they strip off health problems, they let you experience things as you but the free-est you.”

Da questa prima parte dell'intervista, è chiaro che i videogiochi talvolta devono essere considerati come una risorsa importante, soprattutto per alcune persone che soffrono di problemi di salute, come nel caso della donna in questione. Il fatto di poter vagare per mondi alternativi al nostro e conoscere diverse storie ha permesso alla Bishop di dimenticare per quel lasso di tempo la realtà “nuda e cruda”, più difficile da sopportare.

“Have you ever received positive or negative comments about the fact that you play those games? Do you react? How?”

“Yes, my mother is a totally opposite person to me and not only does she not understand my need to game, and why I enjoy it so much, she actually actively disapproves of it. [...] It's a major frustration point to me. I wish she could just accept it, that it's something I love. But she's super critical of it, which is why I now live in my own place. I used to react and argue, and get upset that she was being so nasty but now I just ignore her.”

“How do you feel in those moments?”

“Upset, frustrated. Hurt that she's so critical, and almost cruel sometimes. She takes something I love, that brings me happiness and makes it seem bad. It's not illegal, i'm hurting no one [...] So I don't understand why she hates it so much. I suspect she would hate whatever though, her anger is because i'm simply not the girl she wanted. She wanted a girly girl, you know, had this idea of me, and i'm not that.”

Dopo aver compreso il suo background esistenziale, le è stato chiesto il suo pensiero sulla discriminazione delle donne in ambito videoludico e sono state indagate le dinamiche del rapporto che sua figlia ha con i videogiochi:

“In your opinion, are female gamers discriminated?”

“I do feel that the gaming industry is still very male orientated. Some developers like Bioware and Bethesda are catering to women making games like *Mass Effect*, *Skyrim* and *Fallout* where you can play a female, with all the style customisations that we love. But 90% are still making games with male main characters, and making game for the male players. [...] Take the *Call of Duty's* for instance. In this modern age we have female soldiers in our army in most countries, so why the *Call of Duty* franchise hasn't given the option to make your character either male or female is ridiculous. It's the assumption that women don't want to play games like that, and it's wrong.

“In your opinion, are there any concrete examples of discrimination? Have you had any personal experience?”

“Yeah, I've had players in game realise I'm female and make comments like '*girls can't play this game, girls suck at games*' and stuff like that. Usually i find that attitude in the Division. Groups don't want a girl on their team, thinking they'll be a weak link, but if i encounter that attitude i usually kill them all and steal their stuff and make a point”

Come si evince da queste ultime battute, non solo la donna è ben cosciente della realtà contemporanea e di come questa venga riportata nei videogiochi, ma ha anche apportato degli esempi direttamente dalla sua esperienza di videogiocatrice. Ancora una volta, i casi personali descritti riflettono gli stereotipi sociali condivisi da diverse culture nazionali, non solo presenti in Italia dunque, ma anche in altri stati.

Al termine di questa esplorazione del suo vissuto personale, la Bishop ha condiviso anche l'esperienza di sua figlia con i videogames:

“I have one child. A girl, Eva. And she'll be thirteen this year. She is autistic and also has Aspergers.

“Does she play any sort of videogames? Which ones?”

“She does, she's a big gamer like me, loves the xbox. She plays *Minecraft*, the *Lego* games, and *Sims Freeplay* on her Ipad. Oh, and she plays the *Disney Infinity* games too.”

“Do you check her or warn her in any way while she is doing this activity, or do you let her free? Why?”

“My mother is really controlling with her and refuses to let her play anything with violence, even games where it's just dragons or things like that. She doesn't like me talking about games with her either, says i'm encouraging her to be like me. Personally, I don't care what my daughter is into, whatever is I would try and keep her safe, while taking an interest in it. [...] I do like that we have that in common, we can talk for ages together about games and gaming, and it's something we enjoy doing together”

“Do you think you check her more than you would do with a boy?”

“No, I don't ever really treat her differently, because of her gender, I'd be the same if i had a son. The only reason i'm a little more cautious is because of her autism.”

L'intervista si è conclusa con un'ultima, breve digressione sui modi in cui lei si prende cura della figlia: la donna ha ammesso di controllarla solo in virtù dei suoi problemi di salute e di cercare di proteggerla da quegli elementi che possono

essere presenti in un gioco, come alcuni tipi di contenuti e linguaggi che la possono urtare e a cui è particolarmente sensibile.

Questa testimonianza è molto utile per comprendere il ruolo che i videogiochi possono avere sotto diversi aspetti: prima di tutto nel singolo rapporto con il giocatore, per le diverse esperienze che essi permettono di fargli vivere. In un secondo momento, è importante sottolineare come si possano creare discorsi e rafforzamenti di relazione tra madre e figlia proprio grazie all'utilizzo dei videogames e al loro effetto benefico che hanno su queste persone.

Come è stato analizzato, la cultura e passione videoludica non solo va a delineare caratteristiche comuni all'interno di società appartenenti a una stessa nazione, ma rappresenta importanti aspetti di relazione tra genitori e figli. In particolare è stato possibile osservare come una madre si approccia al mondo gaming nonostante sia di età anagrafica superiore rispetto ad altre giocatrici, sia la percezione che essa ha della relazione fra figli e uso di videogames.

## CONCLUSIONI

Gli studi e le analisi condotte al fine di trovare dimostrazioni e supporti alla tesi proposta all'inizio di questa ricerca sono state lunghe e di diverse tipologie. Non ci si è basati solo su libri, ricerche scientifiche e universitarie e dati ufficiali di associazioni ed enti pubblici nazionali e internazionali, ma anche su testimonianze di persone comuni e professionisti del settore videoludico.

Nel primo caso, si desiderava constatare se le ricerche condotte decine di anni fa fossero ancora valide, anche per comprendere quali fossero i presupposti di base stabiliti dagli studi in questo ambito.

Dopo aver riportato alcuni risultati tratti dai *game studies*, ritenuti di interesse per questa ricerca e giungendo fino a quelli più recenti, si è passati ad alcuni *case studies* di videogiochi che presentano figure femminili come personaggi primari o secondari, al fine di analizzare come in circa quindici anni di produzione videoludica siano cambiate le tendenze di ideazione di protagoniste femminili. In particolare, è stato interessante notare come anche personaggi dall'età anagrafica abbastanza bassa, come nel caso di Clementine in *The Walking Dead: Chapter Two*, abbiano un carattere molto più maturo per la loro età, si trovino ad affrontare situazioni difficili e a prendere decisioni cruciali, per sé e per gli altri. Inoltre, nei casi analizzati, è stato fatto notare come non solo siano cambiate alcune dinamiche di rappresentazione fisica delle figure femminili, ma anche circa il ruolo che ricoprono nella storia.

Riprendiamo il caso di Lightning Farron, protagonista della miniserie di tre episodi di *Final Fantasy XIII*: si tratta di una ragazza giovane, indossa abiti che ricordano in parte quelli di un cavaliere medievale, ma con l'aggiunta di un tocco di femminilità. Questi aspetti vengono accostati a tratti tipici della concezione dei personaggi dell'Estremo Oriente: capelli rosa, occhi dal taglio a mandorla e abilità fisiche eccezionali, come alcuni salti che permettono di raggiungere altezze

spropositate. Oltre a questa unione di caratteristiche provenienti da diverse culture, si uniscono alcune importanti novità: Lightning non è solo a capo di una squadra di personaggi; non solo combatte come un vero soldato, ma è anche la prima donna della serie *Final Fantasy* a essere scelta come protagonista di ben tre titoli a lei dedicati.

Andando oltre, i personaggi prodotti dalle case videoludiche non sono più solo donne dall'aspetto formoso e considerate come meri oggetti ideati per soddisfare il piacere *voyeuristico* del pubblico maschile: le *software house* sono sempre più coscienti del fatto che la fetta di giocatrici è sempre più ampia, dunque bisogna anche tener presente i bisogni, le necessità e le aspettative di questa tipologia di pubblico. Gli esempi riportati nel secondo capitolo della presente ricerca di tesi hanno dunque dimostrato che l'attenzione circa la concezione di personaggi femminili è diventata più rispettosa e complessa rispetto a molti altri titoli.

In seguito, proprio a sostegno della tesi secondo cui le donne videogioatrici sono in numero sempre crescente e non solo come "semplici" giocatrici, sono state svolte diverse interviste a ragazze e donne, coinvolte a diversi livelli in ambiti riguardanti il mondo videoludico: studentesse, ricercatrici, professoresse, giornaliste. Il fatto in sé di avere avuto la possibilità di parlare e confrontarsi con così tante persone è un segno molto importante: significa che non solo l'interesse femminile per i videogiochi è sempre più manifesto, ma che esse possono anche trasformare la loro passione in studio e lavoro.

In questo modo, la presenza femminile può aumentare in modo significativo in un settore mediatico che fino a pochi anni fa era di dominio maschile quasi assoluto. Inoltre, in seguito alle interviste, è stato rivelato che le ragazze e donne che hanno risposto alle varie domande, hanno dimostrato di possedere conoscenze di diverse tipologie, in base alle loro attività professionali e accademiche. In ogni caso, hanno però in comune la passione e una profonda competenza dell'ambito in cui

sono inserite, oltre che amare i videogiochi da anni e anni. In alcuni casi, sono riuscite addirittura a far nascere nuove realtà dedicate proprio al mondo (video)ludico, come il sito *Games Princess*, l'associazione *PlayRes* e il gruppo di studio accademico *Lusory Warp*.

Un ultimo aspetto, ma non meno importante, è rappresentato dall'analisi finale dei risultati ottenuti dai sondaggi esposti nel quarto capitolo, dove sono state poste ad un pubblico di persone comuni alcune domande circa tematiche relative al tipo di console e generi di giochi preferiti, oltre che aver posto domande su alcune realtà sociali importanti e cruciali per questa ricerca, ossia la percezione che i rispondenti hanno circa la discriminazione e i pregiudizi negativi rivolti alle videogiocatrici.

Le questioni legate alla situazione contemporanea sociale e di fruizione dei contenuti videoludici ha sottolineato due caratteristiche divergenti: se dal lato del consumo di prodotti dell'industria dei videogiochi si denota un forte equilibrio tra le due classi di giocatori, sono gli aspetti sociali e culturali a indicare notevoli differenze.

Ancora oggi infatti le donne videogiocatrici subiscono il peso dello stigma sociale solo per il fatto che l'industria del *gaming* viene associata al pubblico maschile. Al contrario, quello femminile interessato ai videogiochi, lo farebbe solo per apparire agli occhi degli uomini. Inoltre, sempre secondo la società, sono molto meno abili rispetto ai maschi.

Infine, per quanto riguarda il focus sul pubblico di madri, è stato osservato che queste ultime hanno spesso una lunga esperienza in fatto di giochi, amano provare diversi tipi di console e hanno diversificato le loro abitudini di gioco per conciliare vita familiare e questa passione. Inoltre sono madri consapevoli dei rischi che i loro figli possono correre per quanto riguarda il loro rapporto con i videogiochi, tanto da controllarli durante questa attività, ma senza negare loro un passatempo di questo genere.

Queste sono le conclusioni che si possono trarre alla luce dei risultati ottenuti, i quali dimostrano che le donne non sono affatto scevre di conoscenze in materia videoludica, così come le frasi e i commenti negativi rivolti a loro sono privi di fondamento. Come spesso accade infatti, si ha la tendenza a estendere un giudizio negativo che riguarda un gruppo minore di persone, facenti parte di una certa categoria (come nel caso della questione delle *gamer girls*, ampiamente trattata in questa ricerca) all'intera categoria. Dunque lo stereotipo della donna incapace di dedicarsi con passione e abilità ai videogiochi viene attribuita genericamente a qualsiasi donna o quasi, mentre i risultati dei sondaggi e delle interviste qui riportati sembra sostenere il contrario.

Si può ultimamente affermare che quanto è stato dimostrato con la presente ricerca spezza numerose lance a favore delle videogiocatrici, non solo perché è stato dimostrato in diversi modi che non ci sono (solo) ragazze che desiderano attirare l'attenzione e lo sguardo maschile al di là di uno schermo durante una sessione di gioco in streaming.

Esiste dunque un universo nascosto, per paura dei giudizi spesso espressi ingiustamente, costituito da tante ragazze e donne mature che si dedicano al videogioco attraverso tanti tipi diversi di approccio: dal puro divertimento e hobby fino all'esperienza di gioco come se fosse una panacea contro i mali della realtà. Questa vasta galassia videoludica, costituita da tanti piccoli pianeti, ossia i singoli titoli, non sarebbe tale se non esistessero anche le professioniste, le ricercatrici, le studentesse e la grande moltitudine di giocatrici che lo costellano.

Si tratta di bambine, ragazze e donne che amano i videogiochi tanto quanto la loro controparte maschile. Usano le stesse console, possiedono identiche abilità ed eventuali difficoltà nell'affrontare una missione o nel raggiungere un obiettivo. I generi che apprezzano sono spesso gli stessi o comunque simili e talvolta, giochi che tendenzialmente vengono associati ai giocatori sono invece preferiti di più dalle ragazze. Per non parlare delle madri, che riescono a dedicarsi ad attività

videoludiche senza togliere tempo utile alla famiglia e alla cura dei figli. Anzi, proprio nei confronti di questi ultimi, si nota un'attenzione particolare all'utilizzo che fanno dei videogiochi, non solo limitandone l'uso con ragionevolezza, ma anche alimentando discorsi attorno a questa attività e rafforzando la relazione genitori – figli.

È forse giunto il momento di riconoscere pienamente la diffusione sempre maggiore di persone di questo tipo e introdurre, accanto all' *homo ludens* ampiamente discusso negli ultimi anni, anche la categoria di *mulier ludens* e *mater ludens*.

*Questa piccola, grande realtà non sarebbe stata possibile senza l'aiuto e il costante supporto della relatrice professoressa Nicoletta Vittadini e della correlatrice professoressa Anna Sfardini, di tutti coloro che hanno dedicato una parte del loro tempo per raccontarsi e contribuire all'avanzamento delle ricerche. Soprattutto non sarebbe diventato carta e inchiostro se un giorno di quasi venti anni fa, una bambina non si fosse emozionata incontrando Sir Daniel Fortesque prima, Squall Leonhart poi.*

*Dedicato a chi ha davvero creduto in tutto questo, e a quella parte di me che ancora non crede di avercela fatta.*

*Milano, Luglio 2017*

## BIBLIOGRAFIA - SITOGRAFIA

Bandura (1986), in Behm-Morawitz E., Mastro D. (2009). *The effects of the sexualization of Female Video Game Characters on Gender Stereotyping and Female Self-Concept*, Department of Communication, University of Missouri – Columbia.

Borzykowski, B. (2015). *The Next M Silicon sister interactive*:

<http://www.thenextmillion.com/silicon-sister-interactive/>

Gabbiadini, A., Riva, P., Andrighetto, L., Volpato, C., Bushman, B. J. (2016). *Acting like a Tough Guy: Violent-Sexist Video Games, Identification with Game Characters, Masculine Beliefs, & Empathy for Female Violence Victims*:

<http://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0152121>

Lidbury O. (12 gennaio 2016). *'I am proud to be chosen': Final Fantasy character Lightning on being welcomed into the Louis Vuitton 'family'*, Telegraph.co.uk:

<http://www.telegraph.co.uk/fashion/people/final-fantasy-character-lightning-on-starring-in-louis-vuitton-c/>

Frasca G. (1999). *LUDOLOGY MEETS NARRATOLOGY: Similitude and differences between (video)games and narrative*, Helsinki:

<http://www.ludology.org/articles/ludology.htm>

Schleiner A-M.(2001). *Does Lara Croft Wear Fake Polygons? Gender and Gender-Role Subversion in Computer Adventure Games*, Leonardo, Vol. 34, No. 3 pp. 221-226, The MIT Press

Il Post.it, 29 dicembre 2015, *La nuova testimonial di Louis Vuitton è Lightning di Final Fantasy*:

<http://www.ilpost.it/2015/12/29/final-fantasy-louis-vuitton/>

Adams E. 19/05/2000, *Death (and Planescape: Torment)*,

[http://www.gamasutra.com/view/feature/131574/death\\_and\\_planescape\\_torment.php](http://www.gamasutra.com/view/feature/131574/death_and_planescape_torment.php)

- Alinovi F., 2011, *Game Start! Strumenti per comprendere i videogiochi*, Springer Verlag, Italia
- Allen Williams Jr J.. – Vernon J. - C. Williams, M. - Malecha, K., (1987) *Sex role socialization in picture books: an update*, DigitalCommons@University of Nebraska, Department of Sociology.
- Antonicelli S., 2015, *Una lista di videogiochi belli per tutte le finte nerd*:  
<http://www.softrevolutionzine.org/2015/videogiochi-protagoniste-femminili/>  
 Associazione Editori Sviluppatori Videogiochi Italiani
- Avino F., 06-09-2016, *La violenza sessuale non è un (video)gioco*, Letteradonna.it:  
<http://letteradonna.it/257831/giappone-videogioco-violenza-sessuale/>
- Barbara Lanza (p.173) in Herz J.C., 1997, *Il popolo del joystick. Come i videogiochi hanno mangiato le nostre vite*, Feltrinelli, Milano
- Behm-Morawitz E., Mastro D., 2009, *The effects of the sexualization of Female Video Game Characters on Gender Stereotyping and Female Self-Concept*, Department of Communication, University of Missouri – Columbia.
- Behm-Morawitz E., Mastro D., 2009, *The effects of the sexualization of Female Video Game Characters on Gender Stereotyping and Female Self-Concept*, Department of Communication, University of Missouri – Columbia.
- Bittanti M., 2002, *Per una cultura dei videogames. Teorie e prassi del videogiocare*, Edizioni Unicopli, Milano
- Broverman et al., 1972 ; Williams, Best 1990; Born, 1992
- Bruno Fraschini, *Videogiochi & new media*, in Matteo Bittanti (edited by), op. cit., 110-117
- Bryan Borzykowski,  
<http://www.thenextmillion.com/silicon-sister-interactive/>
- Bryan Borzykowski,  
<http://www.thenextmillion.com/silicon-sister-interactive/>
- Burgess, Stermer, & Burgess, 2007; Dill & Thill, 2007

Cakalli F., 22/06/2014, *Donne e videogiochi: una skin non basta – editoriale. Ma qualcuno ha chiesto alle donne che ne pensino davvero:*

<http://www.eurogamer.it/articles/2014-06-22-donne-e-videogiochi-una-skin-non-basta-editoriale>

Calamosca, F., 2003, *Final Fantasy. Vivere tra gli indigeni del cyberspace*, Edizioni Unicopli, Milano.

Calamosca, F., 2003, *Final Fantasy. Vivere tra gli indigeni del cyberspace*, Edizioni Unicopli, Milano.

Capecchi S., 2006, *Identità di genere e media*, Carocci editore, Roma.

Capecchi S., 2006, *Identità e genere di media*, Carocci editore, Roma.

Carrol R., 14/06/2004, *Indie innovation*, Gametunnel.com:

<https://web.archive.org/web/20090615003836/http://www.gametunnel.com/indie-innovation-article.php>

Cassel J., Jenkins H., 1998, *From Barbie to Mortal Kombat*, The MIT Press – Cambridge, Massachusetts – London, England.

Cassel J., Jenkins H., 1998, *From Barbie to Mortal Kombat*, The MIT Press – Cambridge, Massachusetts – London, England.

Chalk A., 22 agosto 2011, *The Escapist*:

<http://www.escapistmagazine.com/news/view/112508-Silicon-Sisters-Say-Game-Industry-Still-Doesnt-Understand-Women>

Chirchiano E., Tuselli A., 2016, *Che genere di videogame? Le rappresentazioni di genere nell'universo videoludico*, H-ermes journal of communication:

<http://siba-ese.unisalento.it/index.php/h-ermes/article/view/15990>

Dati AESVI *I videogiochi in Italia nel 2015. Dati sul mercato e sui consumatori*, 2015

Dati ESA, 2016, *Essential facts about the computer and video game industry*

Dati ESAC, 2015, *Essential facts about the Canadian video game industry*

De Jong Joey, 21/06/2013, *Indie Issues: The Meaning of 'Indie' Games, and Their Incorporation into the 'Mainstream' Game Industry*, master thesis, Supervisor: Niels van Doorn New Media & Digital Culture Faculty of Humanities Universiteit van Amsterdam.

De Jong, Joey, 21/06/2013, *Indie Issues : the meaning of 'Indie' Games, and their incorporation into the 'Mainstream' game industry*

Dill K. E., Brown B. P., Collins M. A. (2008), *Effects of exposure to sex-stereotyped video game characters on tolerance of sexual harassment*, in *Journal of Experimental Social Psychology*, n° 44 .

E. Ruspini, *Le identità di genere*, cap. 4.5 La violenza, Carocci Editore, 2003

E. Ruspini, *Le identità di genere*, op.cit. p.4

Farey B., *Guida agli outfit*, Rinoa's Diary:

[http://www.rinoadiary.it/soluzione/lightning\\_returns\\_final\\_fantasy\\_xiii/?page=te sto outfit](http://www.rinoadiary.it/soluzione/lightning_returns_final_fantasy_xiii/?page=te sto_outfit)

Francesco Alinovi, *Game Start! Strumenti per comprendere i videogiochi*, Milano, Springer, 2011, pp. 240-241.

Gee J.P., 2003, *What Video Games Have to Teach Us About Learning and Literacy*

Heron, M.J., Belford P., Goker, A., 2014, *Sexism in the circuitry: female participation in male-dominated popular computer culture*, in *Newsletter ACM SIGCAS Computers and Society - Special Issue on Women in Computing Homepage archive*, Volume 44 Issue 4, New York.

Herz J.C., 1997, *Il popolo del joystick. Come i videogiochi hanno mangiato le nostre vite*, Feltrinelli, Milano

Autori vari, forum Everyeye.it, 7 settembre 2016:

<http://forum.everyeye.it/invision/index.php/topic/770786-videogiocatrici-femmine/>

Autori vari, forum IGTA5.IT, 5 aprile 2014:

<http://forum.igta5.it/t-GUIDA-A-TUTTE-LE-RAGAZZE-DEL-VANILLA-UNICORN>

Mensch L., 14 Aprile 2016, Heatstreet:

<http://heatst.com/culture-wars/last-ship-star-adam-baldwin-on-gamergate-twitter-censorship-and-hollywood/>

Rovelli M., 5 Settembre 2016, Corriere.it:

<http://iltempodelledonne.corriere.it/2016/notizie/videogiochi-genitori-figli-confronto-alla-console-6990b51e-7101-11e6-82b3-437d6c137c18.shtml>

Sito internet ufficiale *Choice: Texas*:

<http://playchoicetexas.com/index.php>

Redazione, 9 settembre 2016, Gioconewsplayer.it:

<http://player.gioconews.it/videogiochi/75-generale16/35068-aesvi-in-campo-per-far-conoscere-il-mondo-dei-videogiochi-alle-famiglie>

Redazione, 2012, Boardgamegeek:

<http://www.boardgamegeek.com/boardgame/20545/rorys-story-cubes>

Sito ufficiale *Crash Override*:

<http://www.crashoverridenetwork.com/about.html>

Sito ufficiale *My Brother*:

<http://www.demoela.com/my-brother/>

Redazione, 20 luglio 2010, Giantbomb.com:

<http://www.giantbomb.com/silicon-sisters-interactive/3010-7220/>

ISTAT, 5 giugno 2015:

[http://www.istat.it/it/files/2015/06/Violenze\\_contro\\_le\\_donne.pdf?title=Violenza+contro+le+donne+-+05%2Fgiu%2F2015+-+Testo+integrale.pdf](http://www.istat.it/it/files/2015/06/Violenze_contro_le_donne.pdf?title=Violenza+contro+le+donne+-+05%2Fgiu%2F2015+-+Testo+integrale.pdf)

Vanetti M., 10 febbraio 2016, Maurovanetti.info:

<http://www.maurovanetti.info/?q=node/1061>

Sito ufficiale Play Modena:

<http://www.play-modena.it/#>

Sito ufficiale Playres:

<http://www.playres.it/>

Campbell C., 27 Agosto 2014, *Sarkeesian driven out of home by online abuse and death threats*, Polygon:

<http://www.polygon.com/2014/8/27/6075679/sarkeesian-driven-out-of-home-by-online-abuse-and-death-threats>

Lien T., 2 dicembre 2013, *No girls allowed*, Polygon:

<http://www.polygon.com/features/2013/12/2/5143856/no-girls-allowed>

Fonti tratte da Twitter :

[https://pbs.twimg.com/media/BwEefh5IcAAG\\_ob.jpg:large](https://pbs.twimg.com/media/BwEefh5IcAAG_ob.jpg:large)

Fonti tratte da Twitter:

<https://twitter.com/femfreq/media>

Pagina prodotto *School 26 : Summer Secrets*,

Amazon:

[https://www.amazon.com/School-26-Summer-of-Secrets/dp/B00C6M95DI/ref=sr\\_1\\_3?s=mobile-apps&ie=UTF8&qid=1475617747&sr=1-3](https://www.amazon.com/School-26-Summer-of-Secrets/dp/B00C6M95DI/ref=sr_1_3?s=mobile-apps&ie=UTF8&qid=1475617747&sr=1-3)

Kocurek C., 2014, Indiegogo:

<https://www.indiegogo.com/projects/choice-texas-a-very-serious-game#/>

Indagine Multiscopo Istat, *Come cambia la vita delle donne (2004-2014)* in Dara V., 11 gennaio 2016, *Differenze di genere? Non nel digitale: le donne guidano la crescita italiana*:

<http://www.insidemarketing.it/differenze-genere-non-nel-digitale-le-donne-guidano-la-crescita-italiana/>

Kafai, Heeter, Denner, Sun, 2008, *Beyond Barbie and Mortal Kombat*, MIT Press, Cambridge, Massachusetts – London, England.

Lipkin, Nadav, 2012, *Examining Indie's Independence: The Meaning of "Indie" Games, the Politics of Production, and Mainstream Co-optation*, Loading... The Journal of the Canadian Game Studies Association, Vol 7(11).

Lipkin, Nadav. "Examining Indie's Independence: The Meaning of "Indie" Games, the Politics of Production, and Mainstream Co-optation." Loading... 7.11 (2012).

Maietti M., 2004, *Semiotica dei videogiochi*, Edizioni Unicopli, Milano.

Makuch E., 24/06/2014, Percentage of Female Developers Has More Than Doubled Since 2009, Gamespot:

<http://www.gamespot.com/articles/percentage-of-female-developers-has-more-than-doubled-since-2009/1100-6420680/>

Redazione, 10 aprile 2015, Data Manager Online:

<http://www.datamanager.it/2015/04/link-campus-university-e-vigamus-academy-boom-per-laurea-in-comunicazione-digitale-con-indirizzo-videogiochi/>

McVeigh K., 30 marzo 2008, *Parents upset over online Miss Bimbo game for children*, Taipei Times,:

<http://www.taipetimes.com/News/bizfocus/archives/2008/03/30/2003407697>

McVeigh K., 30 marzo 2008, *Parents upset over online Miss Bimbo game for children*, Taipei Times,:

<http://www.taipetimes.com/News/bizfocus/archives/2008/03/30/2003407697>

McVeigh K., 30 marzo 2008, *Parents upset over online Miss Bimbo game for children* op.cit. p.8

Mewes, T., 18 ottobre 2014, *OPINION: Joystick: Gamergate an excuse to target winner*, TCA Regional News, Chicago.

Meyrowitz J., 1985, *Oltre il senso del luogo. Come i media elettronici influenzano il comportamento sociale*, Baskerville, Bologna in Quadrio, Maragliano, Melai, 2003, *Joystick. Pedagogia e videogame*, The Walt Disney Company Italia S.p.A, Milano.

Meyrowitz J., 1985, *Oltre il senso del luogo. L'impatto dei media elettronici sul comportamento sociale*, Baskerville, Bologna.

Morris C., 2013, *New 'Grand Theft Auto' finds new ways to outrage critics*, CNBC:

<http://www.cnb.com/2013/09/19/new-grand-theft-auto-finds-new-ways-to-outrage-critics.html>

Netscape, 19 settembre 2016, *Interview with Allen Harris on #GamerGate*:

<https://www.youtube.com/watch?v=oGZLnbS1bDQ>

Online Etymology Dictionary, articolo "bimbo":

[http://www.etymonline.com/index.php?term=bimbo&allowed\\_in\\_frame=0](http://www.etymonline.com/index.php?term=bimbo&allowed_in_frame=0)

Pesce Adele, 2005, *Le pagine gialle delle nuove professioni per le ragazze (e anche per i ragazzi)*, ENAIP, Bologna in Capecchi S., 2006, *Identità di genere e media*, Carocci, Roma.

Pitts R., Leone M., 2013, Unraveling the story behind the stereotype of video games being for boys, Polygon:

Provenzo E., 1991 in Cassel J., Jenkins H., 1998, *From Barbie to Mortal Kombat*, The MIT Press – Cambridge, Massachusetts – London, England.

Redazione ANSA, 3 agosto 2016, *Femminicidi: da Sara a Vania, le donne bruciate*:

[http://www.ansa.it/sito/notizie/cronaca/2016/08/02/femminicidi-da-sara-a-vania-le-donne-bruciate\\_92fc284e-b5ed-40f9-8461-e8b5c15744b8.html](http://www.ansa.it/sito/notizie/cronaca/2016/08/02/femminicidi-da-sara-a-vania-le-donne-bruciate_92fc284e-b5ed-40f9-8461-e8b5c15744b8.html)

Rickard, M.A. – Vannucchi F., 2013, *Il videogioco – Mercato, giochi e giocatori*, Mondadori università, Milano.

Riley on Marketing:

<https://www.youtube.com/watch?v=-CU040Hqbas>

Rouner J., 13 settembre 2016, *How to feel about gaming after Gamergate*, Houston Press:

<http://www.houstonpress.com/arts/how-to-feel-about-gaming-after-gamergate-8762235>

Sarkeesian A., 2013, *Damsel in Distress: Part 2 - Tropes vs Women in Video Games*:

[https://www.youtube.com/watch?v=toa\\_vH6xGqs](https://www.youtube.com/watch?v=toa_vH6xGqs)

Sarkeesian A., 2016, *Body Language & The Male Gaze - Tropes vs Women in Video Games*:

<https://www.youtube.com/watch?v=QP0la9SEdXQ>

[https://it.wikipedia.org/wiki/Obiettivi\\_di\\_Sviluppo\\_Sostenibile](https://it.wikipedia.org/wiki/Obiettivi_di_Sviluppo_Sostenibile)

Steinberg, S., 5 ottobre 2011, *PlayStation Nation – “Long Live Play” Celebrates YOU*, PlayStation.Blog:

<http://blog.us.playstation.com/2011/10/05/playstation-nation-long-live-play-celebrates-you/>

Tagliaferri S., 2014, *#gamergate: è scoppiata la guerra tra i videogiocatori*, Multiplayer:

[http://multiplayer.it/articoli/139234-gamergate-e-scoppiata-la-guerra-tra-i-videogiocatori.html#paragraph\\_heading\\_302741](http://multiplayer.it/articoli/139234-gamergate-e-scoppiata-la-guerra-tra-i-videogiocatori.html#paragraph_heading_302741)

The Fine Young Capitalists

Tolman D., Higgins T. , (1996), *How Being a Good Girl Can Be Bad for Women*, in Maglin N. B., Perry D., New Brunswick, N.J, (1996), *"Bad girls"/"good girls": women, sex, and power in the nineties.*, Rutgers University Press, New Jersey.

Tratto da Ruspini E., (2003), *Le identità di genere*, Carocci editore, Roma: dati del rapporto Multiscopo ISTAT, (1998) *La vita quotidiana di bambini e ragazzi*.

Utente Genocide, 8 settembre 2016:

<http://forum.everyeye.it/invision/index.php/topic/770786-videogiocatrici-femmine/page-2>

Utente Gwenelan, 2013, *Le donne nei Videogiochi. Il parere di una videogiocatrice*, Old Games Italia:

<http://www.oldgamesitalia.net/articoli/le-donne-nei-videogiochi>

Utente Loxaerion, 9 settembre 2016, *Videogiocatrici femmine*:

<http://forum.everyeye.it/invision/index.php/topic/770786-videogiocatrici-femmine/page-3>

Utente Sibilla82, 9 settembre 2016, *Videogiocatrici femmine*:

<http://forum.everyeye.it/invision/index.php/topic/770786-videogiocatrici-femmine/page-4>

video *Damsel in Distress – Part* , YouTube:

[https://www.youtube.com/watch?v=X6p5AZp7r\\_Q](https://www.youtube.com/watch?v=X6p5AZp7r_Q)

Vincent James, 29 dicembre 2015, *Louis Vuitton gains +10 charisma by enlisting Final Fantasy's Lightning*, The Verge

<http://www.theverge.com/2015/12/29/10682670/final-fantasy-lightning-louis-vuitton-model>