

Cybercultura, quando il virtuale è "più reale del reale"

Intervista a Matteo Bittanti di Annalisa Veraldi

A soli 32 anni può già vantare un palmarès d'eccezione. Ricercatore alle Università di Stanford e Berkeley, dottore in Nuove tecnologie della comunicazione allo Iulm di Milano, docente al Master in Comunicazione di massa a San Josè, scrittore, curatore di collane dedicate ai videogames e illustre inviato dagli States per tutte le riviste che non possono mancare l'appuntamento con le tecnologie del futuro. Se c'è una persona in grado di rispondere alle domande difficili sull'etica e l'estetica dell'intrattenimento videoludico, questo è Matteo Bittanti. E pensare che qualcuno dice che i videogiochi limitano le capacità intellettive...



Matteo, una domanda preliminare. Sappiamo che il tuo principale campo di indagine riguarda i videogames e l'influenza che hanno sulle pratiche sociali e sulla cultura. Quali sono gli elementi che distinguono e quali quelli che accomunano Second Life ai videogames? Ritieni che gli utenti, che hanno un'età media di 32 anni, siano in fondo le stesse persone che venti anni fa hanno sperimentato i primi video giochi?

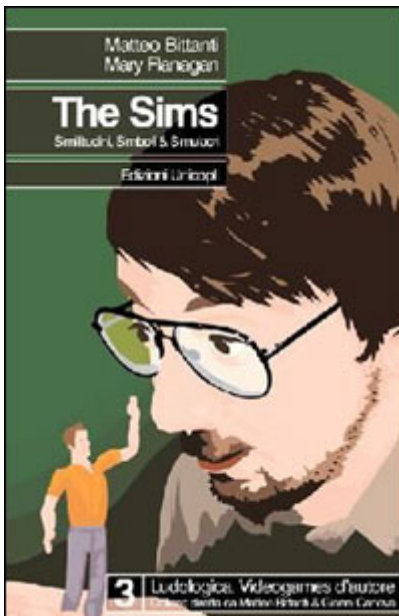
Videogames e mondi virtuali sono accomunati da alcune affinità superficiali, ma al tempo stesso non bisognerebbe dimenticare le profonde divergenze che li separano. Esiste inoltre una categoria di videogame – gli MMOG, acronimo di massively multiplayer online games, videogiochi fruibili collettivamente in rete – che presentano caratteristiche simili a quelle dei mondi virtuali alla Second Life, per quanto anche in questo caso, le differenze sono più pregnanti delle somiglianze.

Partiamo dalle affinità: al pari degli MMOG, tutti i mondi virtuali in circolazione sono fruibili essenzialmente attraverso il personal computer. In secondo luogo, sono entrambi caratterizzati da un'estetica simile – interamente tridimensionale – anche se MMOG come World of Warcraft, Guild Wars e Lineage presentano una cosmesi più definita e dettagliata. In terzo luogo, l'interfaccia è simile – in entrambi i casi la fruizione con gli spazi virtuali è mutuata da avatar altamente personalizzabili e da comandi effettuabili attraverso tastiera. Banalizzando, si potrebbe affermare che i videogame si distinguono in due categorie fondamentali: quelli che enfatizzano la costruzione di oggetti, spazi e relazioni (poiesi digitale) e quelli che invece incoraggiano la distruzione (nichilismo digitale). In alcuni generi, come negli sparattutto in soggettiva, l'aspetto nichilistico è dominante. In altri, come in The Sims, è la prima categoria a prevalere. Nel caso degli RTS (Command & Conquer, Supreme Commander, Age of Empires etc.) le due pulsioni – costruzione/distruzione – sono perfettamente amalgamate.

Ora, nei mondi virtuali alla Second Life la dimensione costruttiva prevale nettamente. Ma a differenza di The Sims – videogame sui generis (non a caso, il suo creatore lo definisce "software toy", simulazione ludica) – e di alti prodotti ludici qui non esistono obiettivi prefissati, dinamiche di levelling tradizionalmente intese, stutturazione dell'esperienza interattiva sulla base di milestones (livelli, boss fights, mondi etc). Ne consegue che

nonostante le apparenti affinità, la fruizione di un videogame, di un MMOG e di un mondo virtuale presentano aspetti qualitativamente differenti. Gli MMOG stanno ai mondi virtuali come lo yin allo yang: se gli MMOG sono videogiochi caratterizzati da frangenti di interazione sociale, i mondi virtuali sono spazi di interazione sociali punteggiati da frangenti ludici.

Per rispondere alla tua domanda, Second Life non è frequentato massicciamente da gamers, "rifugiati politici" degli sparattutto o dei mondi fantasy. Si tratta di un'utenza peculiare che, in molti casi, non ha mai frequentato gli spazi videoludici. Non a caso, in Second Life "abitano" numerosi artisti digitali, utenti tecnologicamente smaliziati che si collocano al crocevia tra sperimentazione estetica e riflessione sui new media, poco interessati alla natura apparentemente infantile dei videogame. Non vanno poi dimenticate le aziende che non hanno ben capito cosa fare in Second Life se non che è "importante esserci, perché non si sa mai", il che spiega il proliferare di inutili atelier, boutique e altre iniziative similari che tentano di replicare una filosofia analogica in spazi digitali.



L'enfasi da parte dei ricercatori sugli aspetti demiurgici di Second Life, sulla possibilità di costruire il mondo circostante e di contribuire al suo progressivo miglioramento, non ti pare possa nascondere una retorica utopistica utile solo a distrarci dagli aspetti economici e di marketing che pure occupano uno spazio rilevante in SL?

Second Life è un ibrido curioso che miscela filosofie per certi versi antitetiche, come attestano le nature peculiari dei suoi principali ispiratori. Per risolvere l'enigma, può essere utile tentare di decostruire succintamente le caratteristiche del team di SL – i cosiddetti puppet master.

Partiamo dall'attuale CEO, Philip Rosedale. Nato a San Diego – suo padre era un pilota dell'esercito americano – Rosedale ha speso la sua infanzia tra varie basi militari. Rosedale è cresciuto in una famiglia molto religiosa – in un'intervista al critico culturale Andrew Keen (http://andrewkeen.typepad.com/aftertv/2006/07/interview_with_.html) ha confessato di aver sviluppato egli stesso un profondo fervore religioso – fervore che traspare chiaramente nella natura messianica ed utopistica di Second Life. Non a caso, l'evangelista Rosedale presenta i virtual worlds come una sorta di "nuovo mondo", paradiso terrestre digitale in cui le differenze sociali, etniche e di classe vengono magicamente annullate grazie alla tecnologia – qui reificata e idolatrata.

La medesima retorica ritorna nelle parole di Cory Ondrejka, Chief Technology Officer di Second Life, de facto direttore tecnico e creativo del mondo virtuale, nonché principale ispiratore. Andrebbe ricordato, en passant, che Ondrejka si è laureato alla Navy Nuclear Power School e alla United States Naval Academy, ha lavorato per la NSA (National Security Agency) e il suo nome ritorna tra gli sviluppatori di un programma di guerra elettronica per il Dipartimento della Difesa americana attraverso Lockheed Sanders. In altre parole, Ondrejka è espressione della natura profondamente imbricata con il mondo militare del medium videoludico e digitale. Del resto, il cosiddetto complesso tecnologico-militare-ludico informa l'evoluzione dell'intrattenimento statunitense – si veda, a questo proposito, *Gli Strumenti del videogiocare. Estetiche, Logiche e (v)ideologie* (Costa & Nolan, 2005) oppure l'eccellente *From Sun Tzu to Xbox: War and Videogames* di Ed Halter

(Thunder's Mouth Press, 2006) .

Altre figure chiave di Second Life, come Robin Harper, vice presidente del reparto Community Development and Support, provengono dal mondo videoludico (Harper è stata presidente del marketing per Maxis Studios, il team responsabile della serie The Sims e SimCity), mentre Joe Miller, vice presidente del Reparto Sviluppo Tecnologico e di Piattaforma, proviene dal mondo videoludico (Atari, Sega, Epyx), ma anche da quello dell'apprendimento tecnologicamente mediato.

Queste differenti caratteristiche – ludiche, didattiche, commerciali, religiosi e belliche – confluiscono in quel calderone che è Second Life. Per comprendere adeguatamente questo oggetto misterioso può essere utile leggere *From Counterculture to Cyberculture* (University of Chicago Press, 2006), lo splendido volume di Fred Turner, docente di comunicazioni presso la Stanford University. Turner illustra in modo convincente il processo di evoluzione della controcultura in cyberculture nella Bay Area e nella Silicon Valley.

Non bisogna infatti dimenticare che Second Life nasce e si sviluppa a San Francisco, culla del Rinascimento digitale in corso. E non poteva essere altrimenti: l'ethos profondamente contaddittorio ma al tempo stesso unico di uno spazio che è mentale prima ancora che geografico costituisce l'humus ideale dei mondi virtuali. Second Life non poteva nascere a Milano, ma nemmeno a Londra o New York. Second Life si colloca al crocevia tra controcultura e cyberculture. Sul piano ideologico ma anche spaziale

In questi ultimi tempi abbiamo appreso dai media che si sono interessati del fenomeno SL, dell'esistenza della nostra Prima vita, quella analogica, e della nostra Seconda vita, quella digitale, ma pare che se ne stia profilando anche una terza. Di cosa si tratta? Del cyborg, di un nuovo genere, di nuove identità?

La tradizionale distinzione tra "reale" e "virtuale" è priva di senso. Le azioni simboliche realizzate nei mondi virtuali presentano uno spessore ontologico che spesso manca alle interazioni proprie dei mondi primi, tangibili, attuali ergo per coerenza dovrebbero essere più "reali del reale".

Il paradosso viene agilmente superato con una semplice riflessione: viviamo in un'era di profonda imbricazione tecnologica – ci muoviamo in ambienti altamente tecnologici, in scenari costellati da telefoni cellulari, PDA, lettori digitali, piattaforme ludiche portatili, laptop. Siamo profondamente cyborg, ma non necessariamente postumani, perché la natura propria dell'uomo è inerentemente tecnologica (si veda a questo proposito l'ottimo volume di Giuseppe O. Longo, edito da Meltemi, *Homo Technologicus*). Come suggerisce Kubrick, la storia dell'umanità comincia con la scoperta degli utensili – delle ossa lanciate in aria – dunque con la scoperta della tecnologia – in questo caso, una tecnologia distruttiva.

Tornando con i piedi per terra, le tecnologie digitali accelerano la natura intrinsecamente fluida e malleabile dell'identità, consentendoci di fluttuare tra differenti piani di realtà in modo naturale. Tra le vite prime e seconde esiste forte permeabilità, non contrapposizione: ergo, la terza vita fa da filtro o, forse, da fulcro. Per alcuni, le vite seconde presentano una rilevanza maggiore delle prime.

Personalmente, non ci trovo nulla di preoccupante. Milioni di persone vivono la vita "reale" con la convinzione che si tratti di una mera illusione e che la vita "vera" si realizzerà in un non ben identificato "aldilà". Non vedo per quale motivo questa forma di fabulazione esistenziale debba essere considerata più valida di quella che postula la rilevanza culturale, sociale ed epistemologica dei mondi virtuali.

Pare che la costruzione di oggetti, dai gadget alle architetture, sia la principale attività dei residenti in SL, ed anche la loro principale fonte di reddito, visto che la proprietà intellettuale di ciò che viene creato appartiene all'utente. Si potrebbe pensare alla coincidenza tra produttore e consumatore di arte, alla realizzazione del progetto avanguardistico e alle nuove forme di consumo partecipativo, ma siamo sicuri che gli oggetti prodotti in SL possano dirsi culturali?

Se consideriamo la performance tecnologicamente mediata una forma di produzione culturale e l'arte concettuale un'espressione artistica a tutti gli effetti, la risposta alla tua domanda non può che essere affermativa.

Per finire, cosa ne pensi dell'attenzione mediatica nei confronti del metaverso SL? È dovuta alle caratteristiche intrinseche del fenomeno, visto come risposta ad esigenze naturali dell'uomo, oppure ti sembra una tendenza passeggera destinata a scemare col tempo? Quali sono le tue aspettative per il futuro dei mondi virtuali?

L'attenzione massmediatica per Second Life mi ricorda per certi versi l'isteria collettiva legata all'avvento – autenticamente virtuale – della Realtà Virtuale nei primi anni novanta, che si è tradotta in una corposa produzione di analisi accademiche, articoli, conferenze, speciali, reportage, convegni, dibattiti nonché testi della popular culture (pellicole cinematografiche, fumetti e, paradossalmente, videogame). Non male per un fenomeno che ha fatto registrare scarsi riscontri a livello sociale e commerciale.

Nell'ultimo anno, il mondo virtuale di Linden Lab ha raggiunto il "tipping point", per dirla con Malcom Gladwell – tra l'ottobre 2006 e il marzo 2007 il numero di utenti registrato è passato infatti da un milione a cinque. Questa rapida evoluzione è stata accompagnata da una consistente produzione critica – si pensi a volumi come:

Creating Your World: The Official Guide to Advanced Content Creation for Second Life di Catherine Winters and Alyssa LaRoche (Sybex, agosto 2007),

Second Life: The Official Guide di Michael Rymaszewski, Wagner James Au, Mark Wallace, Catherine Winters, Cory Ondrejka, Benjamin Batstone-Cunningham (Author), Philip Rosedale. (Sybex, dicembre 2006),

Designing Your Second Life di Rebecca Tapley (maggio 2007, New Riders Press),

The Unofficial Tourists' Guide to Second Life di Paul Carr and Graham Pond (aprile 2007, St. Martin's Griffin),

Second Lives: A Journey Through Virtual Worlds di Tim Guest (aprile 2007, Hutchinson),

The Second Life Herald The Virtual Tabloid that Witnessed the Dawn of the Metaverse di Peter Ludlow e Mark Wallace (ottobre 2007, MIT Press)

[Second Life di Mario Gerosa](#) (marzo 2007, Meltemi).

Il coverage dei mass media è stato analogamente consistente, grazie anche all'eccezionale lavoro del reparto marketing e comunicazione di Linden Lab, ma anche degli utenti stessi.

Il discorso critico attorno a SL è sorprendente se si considera la natura marginale, di nicchia, dei mondi virtuali. Un aspetto poco discusso è che al di là delle cifre roboanti citate da Linden Lab e dai mass media, i fruitori di Second Life sono largamente inferiori ai cinque milioni di utenti dichiarati (dato del marzo 2007).

Dato che la registrazione a Second Life è del tutto gratuita, il numero di curiosi che si collegano per provare il mondo virtuale, magari dietro alle suggestioni iperboliche di un

articolo pubblicato su un settimanale, supera di gran lunga il numero di residenti "attivi". La verità è che questi milioni di curiosi interrompono la fruizione dopo essersi imbattuti nella prima difficoltà – es. l'interfaccia è orribile, i requisiti tecnici sono elevati, i problemi tecnici sono numerosi, la natura 'aperta' della simulazione intimidisce i più pigri etc. Per converso, gli otto milioni di abbonati a World of Warcraft, l'MMOG di Blizzards, sono "utenti reali" che pagano un abbonamento mensile e spendono ore e ore ogni settimana a combattere mostri e a socializzare in mondi fantasy.

Detto questo, non ho dubbi che con il passare del tempo, i mondi virtuali diventeranno sempre più diffusi, accessibili e accattivanti. Non a caso, Sony sta co-optando il modello di Second Life con PlayStation Home, un servizio pensato per PlayStation 3 che miscela alcune delle idee dei mondi virtuali con le funzionalità dei servizi di social network come MySpace e FaceBook (stando alle dichiarazioni di Sony, tuttavia, la dimensione commerciale e promozionale di Home prevarrà nettamente su quella creativa e relativamente anarchica di Second Life). Per alcuni osservatori, internet stesso diventerà un colossale mondo virtuale – caratterizzato da una interfaccia interamente tridimensionale (si veda il progetto del Metaverse Roadmap che indica per il 2016 la data possibile della trasformazione).

I mondi virtuali sono espressione della cultura della partecipazione – incoraggiata e favorita dalla natura digitale dei media – e si collocano all'antitesi della cultura del consumo passivo incarnata da media quali la televisione, che non a caso stanno vivendo un momento di profonda crisi e trasformazione. Infine, SL è parte integrante di quello che è stato definito "Web 2.0" – la dimensione contestuale è fondamentale per comprendere il suo ruolo e la sua importanza. Per concludere, al di là della retorica promozionale, questo mondo virtuale resta uno spazio di sperimentazione tecnologica, sociale e culturale di grande interesse.

Annalisa Veraldi (2 maggio 2007) "Cybercultura, quando il virtuale è "più reale del reale".
intervista a Matteo Bittanti in *WUZ Cultura e spettacolo*, consultato il 2 aprile 2008
<http://www.wuz.it/Articolo/tabid/77/id/1045/Default.aspx>