



# Transcodificare lo zombie. Performance, gaming e Realtà Aumentata

Mirko Lino

Dipartimento di Scienze Umane  
Università dell'Aquila  
Viale Nizza 14, L'Aquila, Italy

## Abstract

Come hanno dimostrato diversi studi (tra cui, Boni 2016; Barra e Scaglioni 2017) lo zombie si presta a divenire una metafora utile per comprendere alcuni tratti della nostra relazione con i media, in termini di passività e coinvolgimento attivo. Partendo da tale considerazione, nel seguente articolo proverò, pertanto, a considerare alcune strategie di "estrazione" dei motivi diegetici portanti della *zombie fiction* e del suo immaginario, rapportandole alle dinamiche di appropriazione orizzontale e materializzazione verticale. A tal fine, l'analisi che segue si concentrerà su tre tipologie di formati performativi-interattivi che si basano sulla ri-locazione (Casetti 2015) dell'immaginario zombie in altri contesti e attraverso altri canali rispetto a quelli cinematografici e televisivi: le *zombie walk*, le *zombie run* e alcuni recenti contenuti in Realtà Aumentata legati allo storyworld transmediale di *The Walking Dead* transcodificano il mondo finzionale dello zombie fissandolo negli spazi urbani, innescando esperienze collettive che meritano di essere approfondite con un piglio anche provocatorio. L'argomento di questo breve testo è mosso dall'intenzione di portare gli esempi trattati in un contesto più ampio di analisi, provando a creare un dialogo con le riflessioni di Domenico Morreale e Mattia Thibault, fornendo pertanto stimoli e spunti per arricchire il dibattito sui processi di gamification al di fuori dei contesti mainstream, sulla creazione di spazi di socializzazioni autonomi attraverso esperienze collettive, e sulle modalità con cui i giocatori costruiscono esperienze ludiche che "resistono" o altrimenti "soccombono" alle dinamiche dell'intrattenimento industriale.

## Transcoding the Zombie. Performance, Gaming and Augmented Reality

As several studies have demonstrated (including, Boni 2016; Barra and Scaglioni 2017) the zombie lends itself to becoming a useful metaphor for understanding some traits of our relationship with the media, in terms of passivity and active involvement. Starting from this consideration, in the following article I will therefore try to consider some strategies of "extraction" of the diegetic motifs of zombie fiction and its imaginary, relating them to the dynamics of horizontal appropriation and vertical materialization. To this end, the following analysis will focus on three types of performance-interactive formats that are based on the re-location (Casetti 2015) of the zombie imagery in other contexts and through other channels than film and television: *zombies walk*, *zombie run* and some recent Augmented Reality contents transcode the fictional world of the zombie by fixing it in urban spaces, triggering collective experiences that deserve to be explored with a provocative touch. The topic of this short text is motivated by the intention of bringing the examples treated in a broader context of analysis, trying to create a dialogue with the reflections of Domenico Morreale and Mattia Thibault, thus providing stimuli and ideas to enrich the debate on gamification processes outside the mainstream contexts, on the creation of autonomous socialization spaces through collective experiences, and on the ways in which players build playful experiences that "resist" or otherwise "succumb" to the dynamics of industrial entertainment.

Published 2 May 2021

Correspondence should be addressed to Mirko Lino, Dipartimento di Scienze Umane, Università dell'Aquila, viale Nizza 14, 67100 L'Aquila. Email: [mirko.lino@univaq.it](mailto:mirko.lino@univaq.it)

*DigitCult*, *Scientific Journal on Digital Cultures* is an academic journal of international scope, peer-reviewed and open access, aiming to value international research and to present current debate on digital culture, technological innovation and social change. ISSN: 2531-5994. URL: <http://www.digitcult.it>

Copyright rests with the authors. This work is released under a Creative Commons Attribution (IT) Licence, version 3.0. For details please see <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/it/>



## Introduzione

In *Dawn of the Dead* (*L'alba dei morti viventi*, 1978), George Romero ha girato una delle scene più iconiche di tutto l'immaginario zombie: quella in cui un'orda di morti viventi assedia l'ingresso di uno *shopping mall*, dove all'interno un gruppo di sopravvissuti ha trovato un rifugio sicuro. Un'idea sicuramente fulminante quella di Romero che ha reso visibile la relazione tra capitalismo e morte, fissando nel centro commerciale una zona di continuità tra l'umano e lo zombie, lasciando così emergere prepotentemente l'allegoria di un'umanità inquadrata in una spaventosa co-azione a ripetere tutta rivolta al consumo. In un suo film successivo, *Diary of the Dead* (*Le cronache dei morti viventi*, 2006) l'apocalisse zombie indica, invece, il collasso del sistema informativo dei vecchi media e, di converso, l'irrompere di un nuovo modo di veicolare le informazioni, retto sulla condivisione delle esperienze, lo scambio orizzontale, l'ubiquità dei mezzi di registrazione e la viralità della Rete: se il vecchio sistema mediale si mostra inadeguato a informare le persone sull'inspiegabile resurrezione dei morti, il nuovo sistema dimostra, invece, una promettente agilità nel testimoniare direttamente e senza filtri tutta la violenta verità dello zombie e il vero volto di un'umanità regredita a livelli di orrore ben peggiori. Romero, dunque, colloca lo zombie su una particolare soglia in cui è possibile riconoscere degli atteggiamenti spettatoriali: una passività veicolata da un vecchio sistema, votato al consumo di contenuti mediali e a una scarsissima interazione, che per quanto "morente" si mantiene ancora in vita negli scenari attuali, e un attivismo che saggia le possibilità comunicative dei media digitali e il loro modo di organizzare i racconti in un modo diverso, integrando l'utente alla costruzione della cronaca, o della rappresentazione.

Lungo il ciclo dei suoi film sul morto vivente, Romero ha reso lo zombie non solo una figura tremendamente *ad hoc* per rivelare il "marcio" nelle pieghe della società tardo-capitalista, ma anche una raffinata "metafora mediale" (Boni 2016; Barra e Scaglioni 2017) con cui comprendere il senso profondo delle nostre relazioni con i media. Partendo da tale considerazione, in questo articolo proverò pertanto a inquadrare alcune strategie di "estrazione" dei motivi diegetici portanti della *zombie fiction* e del suo immaginario, per provare ad analizzare le relazioni che si innescano tra appropriazioni dal basso e materializzazioni verticali. A tal fine, prenderò in considerazione alcuni esempi tratti da performance, eventi ludici e contenuti in Realtà Aumentata tutte rivolte a trascodificare la presenza dello zombie rilocandolo dagli schermi dell'immaginario all'interno degli spazi urbani.

## I Walked With a Zombie

Come dimostra la moltiplicazione delle cosiddette *zombie walk* (almeno nel periodo precedente alla diffusione dei contagi da Coronavirus), la continuità allegorica tra l'umano e lo zombie tracciata da Romero ha trovato un intrigante arricchimento simbolico al di fuori del perimetro dello schermo cinematografico, riversandosi negli spazi urbani. Non a caso, nel 2006, il Monroeville Mall in Pennsylvania, dove Romero ha girato le scene più salienti di *Dawn of the Dead*, è stato il luogo in cui si è registrato il primo record mondiale di partecipazione a una *zombie walk*: circa 900 partecipanti hanno emulato l'irruzione degli zombie tra i negozi, le vetrine e le piazze del centro commerciale, "resuscitando" la famosa scena del film e ricollocandola all'interno del set originario. La *zombie walk* è un fenomeno ormai globale, che coinvolge numerose capitali e città mondiali, e attorno al quale si costruiscono interi eventi (festival, meeting, convention, ecc.). In generale, riguarda una performance collettiva organizzata orizzontalmente da fan, curiosi e appassionati dell'immaginario sul morto vivente, e che consiste nell'emulazione di un'orda zombie che si riversa nelle strade principali dei centri urbani (Lino 2014, Coulombe 2015). Attraverso un intenso quanto divertente lavoro di make-up, dressing, movenze, ecc., i fan traducono in chiave performativa uno dei più solidi motivi visivi del cinema zombie. Una delle specificità delle *zombie walk* riguarda l'utilizzo di risorse e competenze amatoriali, che sottolineano la dimensione DIY (*Do It Yourself*) delle performance, allineandosi così alla cultura del *cosplaying* (pratica che si è sviluppata principalmente in Giappone, nei confronti dei personaggi degli Anime e dei Manga). Appaiono abbastanza evidenti, dunque, i punti di contatto tra i due fenomeni – cultura DIY, travestitismo, esibizione collettiva, palcoscenici precisi – tali da permettere di considerare il gusto per il "mostrarsi zombie" come una categoria specifica del *cosplaying*. In entrambi i casi il corpo del fan si

riconfigura come un testo dove si materializza l'incontro tra realtà e immaginario; ma se nel caso del *cosplaying* il corpo si metamorfizza in entità spesso sovranaturali, nel mimetismo zombie, il fan esibisce, invece sì la continuità corporea, ma altresì il ribaltamento dell'intrinseca sub-umanità del morto vivente.

La *zombie walk* delinea una delle modalità con cui il fan si appropria di un immaginario mediale di lunga durata (Lino 2014), trasferendo dunque il sistema di esperienze e sensazioni accumulate da numerose sceneggiature del *survival horror* – tutte rette sulla conferma di alcune costanti e il gusto per alcune varianti – in un altro sistema di codice, allestendo così una messa in scena del collasso tra immaginario e reale, ri-locando gli elementi finzionali nella realtà di spazi e luoghi urbani.

La messa in scena della compenetrazione tra immaginario e reale è stata oggetto di diverse declinazioni, tali da allargare la portata metaforica cucita tradizionalmente allo zombie, rendendolo una figura caratterizzata da una forte ambivalenza concettuale. Soprattutto a partire dalla crisi finanziaria del 2008, lo zombie ha fornito una sostanza figurale a una serie di irrisolti sociali (Giuliani 2016; Fojas 2017), divenendo l'allegoria della vittima ideale delle politiche di austerità e delle nuove tipologie di schiavitù della net economy. Il forte impatto visivo della *zombie walk* si presta, allora, a manifestare istanze di un malessere sociale, a indicare le disuguaglianze perpetuate dai poteri centrali in ambito economico, nelle politiche di welfare e nella marginalizzazione delle diversità. Un esempio, in tal senso, è stata la performance inscenata durante il G20 di Amburgo del 2017 dal collettivo 1000 Gestalten: una marcia per le strade della città tedesca, dove un gruppo di persone con abiti grigi e anonimi ha sfilato lentamente, con passo monotono; una volta nei pressi dei luoghi del G20, il grigio degli abiti si è trasformato in una varietà di colori accesi, e la marcia ha ceduto il passo a coreografie di danza. In questo caso, il ricorso alla *zombie walk* ha dismesso l'originario assetto ludico-performativo per illustrare invece il risveglio della vita nella morte, divenendo il mezzo di un preciso messaggio sociale.

Le forme e le diverse declinazioni di un *attivismo-zombie* sono state analizzate sotto molteplici prospettive; ad esempio, per comprendere le relazioni tra rappresentazione generazionale e capitalismo digitale. In questa direzione, Mario Tirino (2018, 83) ha riscontrato una portata sovversiva tutta giocata sul rovesciamento del perturbante intreccio tra la vita e la morte: «le *zombie walk* possono essere lette in quanto atti performativi di riappropriazione generazionale del potenziale sovversivo dello zombie, finalizzati a reinscriverne il portato scandaloso e ribelle nel tessuto materiale dei corpi di quegli stessi cosplayer Millennials, zombificati dal sistema socioeconomico tecnocapitalista».

In un altro ambito, quello della *posthuman theory*, la *zombie walk* è stata concettualizzata in una radicale ambivalenza: «Is this zombie evolution or zombie revolution?» (Lauro, 2011, 208). Per Sarah Juliet Lauro le *walk* e i *flash mob* a tema zombie si inseriscono all'interno delle dinamiche capitalistiche dell'intrattenimento, come forma di mantenimento e controllo di un certo gusto, ma alludono, di converso, a una consensuale colonizzazione delle città reali da parte di entità finzionali.

## Catch Me If You Can

Possiamo provare a inquadrare le declinazioni della *zombie walk* all'interno di una progressiva cross-medializzazione dello zombie (Lino 2020b). Con questa definizione mi riferisco ai transiti dei mitologemi zombie lungo numerose tipologie di testualità mediali, alla sua proliferazione in diversi generi narrativi e performance; in altre parole, alla dimensione dell'ubiquità e alle declinazioni nelle forme dell'intrattenimento, che hanno portato lo zombie a divenire una figura plurale. Se da un lato la *zombie walk* si trasforma in un format performativo per manifestare i disequilibri nella dimensione sociale e politica, la tensione tra margine e centro, tra capitalismo e culture digitali, dall'altro, viene attraversata da una spiccata "gamificazione" che si concentra su coreografie e simulazioni da esperire dal vivo.

Accanto alle *walk* si sono diffuse le *zombie run*, una declinazione degli *storyworld* survivalisti in chiave RPG (Role-Playing Game), organizzata sullo scontro di due gruppi di giocatori suddivisi in zombie e sopravvissuti. Si tratta di giochi "live action" che si sono diffusi in maniera spontanea, similmente a dei flash-mob nelle strade dei centri urbani, o nei quartieri, o invece appartenenti a programmi più vasti di fiere, eventi e convention. A seconda dei casi si passa da forme più "rudimentali" dello scontro tra zombie e umano, come quello di *Humans vs Zombies*, ideato da due studenti del college di Goucher nel 2005, e rilasciato con licenza

creative commons, in modo da poter essere potenziato e migliorato a seconda degli utilizzi, a quelli, invece, prossimi a simulazioni tattico-militari, come *Zombie Apocalypse Live*, organizzata all'interno di spazi allestiti sul modello delle scenografie dei film a tema, dove l'obiettivo è quello di eliminare più zombie, o contagiare più umani.

Rispetto alle *walk*, le *zombie run* si articolano lungo numerose regole, trasformando delle piacevoli corse campestri in lotte per la sopravvivenza, come nel caso di *Zombie Italian Run*, in cui il runner per vincere deve arrivare al traguardo dopo aver superato degli ostacoli naturali e aver schivato gli zombie.

La separazione netta tra l'umano e lo zombie innesca una maggiore adesione del gioco agli immaginari di riferimento (che in questo caso non appare tanto quello cinematografico quanto quello videoludico), offrendo un sicuro *divertissement* partecipativo, tutto retto sulla traduzione non tanto dei corpi quanto dei ruoli, ponendo al centro una ripetizione meccanica dei copioni degli *zombie game*. Come hanno sottolineato Backe e Aarseth (2013), però, la ludificazione dello zombie tende a essere analizzata principalmente in relazione alle proprietà funzionali mutate dall'immaginario mediale e dall'impianto narrativo del *survival horror*. In altre parole, si assiste a una replica di un meccanismo narrativo e soprattutto interattivo ("scappa-uccidi") mutuato dal mondo dei videogame, e non a un ampliamento e arricchimento della complessità semantica e allegorica dello zombie.

## A Streetcar Named Zombie

Sia nel caso della *zombie walk*, che traduce l'esperienza dell'immaginario filmico in atto performativo, sia in quello della *zombie run*, che ne inscena in chiave ludica i motivi narrativi, e replica dal vivo i meccanismi videoludici, siamo davanti ai modi di una transcodificazione dei linguaggi e degli immaginari mediali in performance e schemi interattivi. Le logiche della performance e della ludificazione, sviluppate per lo più in prospettive orizzontali, sono state ben assorbite e rilanciate dai franchise dell'intrattenimento per rodare delle strategie di fidelizzazione del fan, trasformando quest'ultimo in un modello di "consumatore-interattivo". Come ha osservato provocatoriamente Landi Raubenheimer (2013), le promesse dell'interattività e gli spazi della partecipazione vengono assorbite dalle logiche in seno al capitalismo digitale, e riprogrammate come modelli di attrazione; in altre parole, potremmo addurre, si prestano alla riproduzione di quelle forme di potere "zombificanti" criticate dall'*attivismo-zombie*. È questo il caso di alcune campagne promozionali del franchise *The Walking Dead* che hanno visto un uso massiccio della Realtà Aumentata per ri-locare negli spazi urbani le esperienze dell'immaginario zombie solidamente tradizionale che il serial televisivo ha contribuito a prolungare nell'intrattenimento contemporaneo.

Tra queste campagne promozionali merita di essere menzionata *Scary Shelter*. Su alcuni schermi installati presso le fermate del tram a Vienna sono apparse delle scene cruente di divoramenti e assalti, collegabili a un qualsiasi zombie movie. Grazie alla collaborazione tra tecniche filmiche (ricco make-up degli attori, scene girate in set con il green screen, ecc.) e quelle della Realtà Aumentata le immagini che apparivano all'astante in attesa del suo tram creavano l'illusione di avvenire a pochi passi. Le tecniche della Realtà Aumentata hanno permesso alle immagini digitali sugli schermi di sovrascriversi al contesto reale, di incollarsi agli spazi circostanti alla fermata del tram (Lino 2020a). L'installazione è stata organizzata in occasione della premiere della quinta stagione (2014) di *The Walking Dead* con l'obiettivo di aumentare gli ascolti del serial, ed è stata accompagnata da un video divenuto virale, dove vengono esibite le reazioni spaventate e poi divertite degli astanti colti alla sprovvista, un po' come avveniva con il format della candid camera. Gran parte della strategia promozionale di *The Walking Dead* poggia sulla logica dell'"estrazione" di porzioni dello *storyworld* negli spazi fisici, che come è noto viene considerata da Jenkins una delle strategie portanti dei transmedia storytelling (Jenkins 2009) e sempre più applicata nei *site specific mobile storytelling* (Bertetti 2019), materializzando, grazie a un'estetica dell'apparizione e dell'iscrizione, un immaginario che, come quello dell'apocalisse zombie, ha sempre affascinato per la sua stretta relazione allegorica con la società reale.

Un ulteriore rilancio della logica dell'estrazione e della ri-locazione dello *storyworld* su altri canali mediali è quello che riguarda l'app-game in Realtà Aumentata *The Walking Dead-Our World* (Lino 2020a, 2020b, 2020c), con cui l'universo zombie concorre a una sorta di traduzione ontologica. Si tratta di un gioco chiaramente ispirato al famoso *Pokémon Go* che permette di visualizzare negli spazi reali ripresi con lo smartphone degli zombie da eliminare, collaborando

con altri utenti collegati e con i personaggi del serial in computer graphic. Il gioco pone al centro dell'esperienza la relazione tra schermo nomade dello smartphone e lo spazio circostante, permettendo al primo di mediare lo *shifting* tra l'immaginario del serial e lo spazio, e al secondo di mostrarsi come testo riscrivibile a partire dalle relazioni tra le azioni compiute dal giocatore, che nello spazio urbano vi proietta la propria soggettività (Thibault 2016), e la costruzione dell'esperienza spaziale determinata dall'iscrizione del medium digitale nella realtà (Bertetti 2019).

Tuttavia, la transcodificazione del virtuale nel reale e la fibrillazione ontologica che attraversa questo uso della Realtà Aumentata ricadono in precise strategie di interazione allestite dal franchise. In questi esempi la tecnologia configura degli spazi non cartografabili, sospesi tra spazio fisico e cyberspazio (Montani 2014), e questa intercapedine viene, però, colonizzata e "brandizzata" dal franchise. L'utente stesso, allora, mentre esplora la dimensione ibrida di questo spazio, mentre è alla caccia degli zombie da stanare, diviene a sua volta trasformato in una preda, facilmente "contagiabile" non dagli zombie di *The Walking Dead*, ma da quelle stesse strutture verticali che, transcodificando l'immaginario e lo *storyworld* del serial nello spazio reale, in qualche maniera lo rendono, appunto, controllabile, geolocalizzabile e forse anche un po' "zombificato".

## References

- Backe Hans-Joachim, and Aarseth Espen. "Ludic Zombies: An Examination of Zombieism in Games." *Proceedings of DiGRA 2013* (2013): 1–16.
- Barra, Luca, and Massimo Scaglioni. "Zombie televisivi: politiche della rappresentazione e sistema dei media." *Rivista di Politica* 2, (2017): 191-202.
- Bertetti, Paolo. "Tra reale e digitale: nuove forme di narrazione nello spazio." *LIS. Letra. Imagen. Sonido. Ciudad mediatizada* 11.20 (2019): 93-105
- Boni, Federico. *The Watching Dead. I media dei morti venti*. Milano-Udine: Mimesis, 2016.
- Casetti, Francesco. *La galassia Lumière. Sette parole chiave per il cinema che viene*. Milano: Bompiani, 2015.
- Coulombe, Maxime. *Piccola filosofia dello zombie. O come riflettere attraverso l'orrore*. Milano-Udine: Mimesis 2015.
- Darby, Kris. "Our Encore: Running from the Zombie 2.0." *Studies in Theatre and Performance* 3 (2014), "Zombies & Performance": 229–235.
- Fojas, Camilla. *Zombies, Migrants, and Queers: Race and Crisis Capitalism in Pop Culture*. Champaign: Illinois University Press, 2017.
- Geroimenko, Vladimir (editor). *Augmented Reality Art. From an Emerging Technology to a Novel Creative Medium*, 2nd ed. Cham: Springer, 2018.
- Giuliani, Gaia. *Zombie, alieni e mutanti: le paure dall'11 settembre a oggi*. Milano: Mondadori, 2016.
- Kirkland, Ewan. "Storytelling in Survival Horror Video Games." In *Horror Video Games. Essays on the Fusion of Fear and Play*, edited by Perron Brendan, 62–78. Jefferson: McFarland, 2009.
- Jenkins, Henry. "The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling." *Confessions of an Aca-Fan*, 2009 (<http://henryjenkins.org>).

- Lauro, Sarah J. "Playing Dead: Zombies Invade Performance Art...and Your Neighborhood". In *Better Off Dead the Evolution of the Zombie as Post-Human*, edited by Christie Dana and Lauro Sarah Juliet, 205–230. New York: Fordham University Press, 2011.
- Lino, Mirko. *L'apocalisse postmoderna tra letteratura e cinema. Catastrofi, oggetti, metropoli, corpi*. Firenze: Le Lettere, 2014.
- Lino, Mirko. "The Augmented Dead. Videogame in Realtà Aumentata, riconoscimento facciale e immaginari zombie." In *Meaning-Making in Virtual Reality. Senso e virtualità*, edited by Biggio Federico, Dos Santos Victoria, and Thierry Giuliana Gianmarco, 281-305. Roma: Aracne, 2020a.
- Lino, Mirko. "The 'Ontological Fibrillation' of Transmedia Storyworlds. Paratexts, Cyberworlds and Augmented Reality." *Between 10.20* (2020b): 89-115.
- Lino, Mirko. "Lo *storyworld* di *The Walking Dead*. Adattamento, transcodifiche digitali ed espansioni transmediali." In *Oltre l'adattamento? Narrazioni espanse: intermedialità, transmedialità, virtualità*, edited by Fusillo Massimo, Lino Mirko, et al.. 43-62. Bologna: Il Mulino, 2020c.
- Montani, Pietro. *Tecnologie della sensibilità. Estetica e immaginazione interattiva*. Milano: Raffaele Cortina, 2014.
- Morreale, Domenico. "Questo non è un gioco: Alternate Reality Game e spazi di negoziazione sociale." *DigitCult. Scientific Journal on Digital Cultures* 5.2 (2020): 7-12.
- Raubenheimer, Landi. "Spectatorship of Screen Media; Land of the Zombies?" *Image & Text* 22 (2013): 27-44.
- Thibault, Mattia. *Gamification urbana: letture e riscritture ludiche degli spazi cittadini*. Roma: Aracne, 2016.
- Thibault, Mattia. "Punk gamification e partecipazione ludica critica." *DigitCult Scientific Journal on Digital Cultures* 5.2 (2020).
- Tirino, Mario. "La generazione morente. Cosplay zombie come atto di rivendicazione politica." *Funes. Journal of Narratives and Social Sciences* 2 (2018): 72–88.