



Giocare con i media, giocare con i testi. Il gioco tra transtestualità e transmedia

Mattia Thibault

Centro Interdipartimentale di Ricerca sulla Comunicazione – CIRCe
Università degli Studi di Torino
Via Verdi, 8 - 10124 Torino

Abstract

La centralità del videogioco nelle narrazioni transmediali è un fatto comunemente accertato (ne parla già Jenkins in *Cultura convergente* 2006). Oltre ai videogiochi, però, è facile vedere come altre forme di ludicità prendano il posto nelle narrazioni transmediali, e non necessariamente in posizioni “parassitarie” (come il *Monopoly* di *Game of Thrones*). I giocattoli sono probabilmente quelli che hanno ottenuto maggior successo: si pensi ai Lego, linea di giocattoli da costruzione che, all’inizio del nuovo millennio, ha cominciato a inserirsi in ricchi universi transmediali e franchise come *Star Wars* o *Marvel*, e che oggi arriva a creare interi universi transmediali, come quello sorto attorno a *The Lego Movie* e che comprende film, giocattoli e videogiochi, o a inserirsi con efficacia nelle franchise altrui, spesso con un’attitudine ironica: esemplare *The Lego Batman Movie*. Oltre ai giocattoli, poi, si inseriscono nelle narrazioni transmediali giochi da tavolo, giochi di carte, gadget e merchandising, miniature, action figures e molto altro. Se la loro presenza è innegabile e importante, il loro posizionamento rimane difficile da definire. Se, infatti, possiamo definire il videogioco come un medium senza fare troppa violenza al termine, sarebbe problematico fare lo stesso con ogni attività ludica. Da un lato perché la definizione stessa di che cos’è il gioco è tutt’altro che semplice e dall’altro perché si tratta di una serie di attività che posseggono una complessa serie di livelli semiotici, sia linguistici che testuali. Questo paper, allora, si propone di situare il gioco nell’ecosistema mediatico, considerandolo come una pratica semiotica creatrice di senso e fondata sulla creazione di isotopie extra-ludiche e mappando quindi le sue possibili relazioni transtestuali (Genette 1982) e transmediali (Jenkins op. cit., Scolari 2013).

Play with Media, Play with Texts

The centrality of video games in transmedia narratives is a commonly established fact (Jenkins already speaks in *Convergent Culture* 2006). In addition to video games, however, it is easy to see how other forms of playfulness take their place in transmedia narratives, and not necessarily in “parasitic” positions (such as the *Game of Thrones Monopoly*). Toys are probably the most successful ones: think of Lego, a line of construction sets that, at the beginning of the new millennium, began to become part of rich transmedia universes and franchises such as *Star Wars* or *Marvel*, and that today arrives to create entire transmedia universes, such as that built around *The Lego Movie* and which includes films, toys and video games, or to fit smoothly into licensed franchises, often with an ironic attitude: see *The Lego Batman Movie*. In addition to toys, then, table games, card games, gadgets and merchandising, miniatures, action figures and much more are included in transmedia narratives. If their presence is undeniable and important, their positioning remains difficult to define. If, in fact, we can define video games as a medium without doing too much violence to the term, it would be problematic to do the same with every play activity. On the one hand, because the definition of what is the game is anything but simple and on the other because it is a series of activities that possess a complex series of semiotic levels, both linguistic and textual. This paper, then, attempts to situate the game in the media ecosystem, considering it as a semiotic practice of meaning-making and founded on the creation of extra-play isotopies and thus mapping its possible transtextual (Genette 1982) and transmedia relationships (Jenkins op cit., Scolari 2013).

Published 29 June 2018

Correspondence should be addressed to Mattia Thibault, Università degli Studi di Torino, Via Verdi, 8 - 10124 Torino, Italy. Email: mattia.thibault@gmail.com

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: il posto del gioco nell'universo trasmedia

La centralità dei videogiochi nelle narrazioni transmediali è qualcosa di comunemente accettato fin dai primi studi sull'argomento. In Jenkins (2003), quando per la prima volta viene introdotto il termine "narrativa transmedia", l'esempio che viene portato è quello di *Pokémon*, universo narrativo e franchise mediatico nato attorno a un videogame per Gameboy e poi allargatosi in una serie *anime*, in un gioco di carte collezionabili, altri videogiochi e innumerevoli gadget. In *Cultura convergente* (2006) Jenkins cita anche giochi come *Kingdom Hearts* (SquareSoft, 2002), *The Sims* (Maxis, 2000) e *Star Wars Galaxies* (Sony Online Entertainment, 2003), tutti parte – o al centro – di narrative transmediali di grande successo. In effetti è difficile immaginare universi narrativi transmedia che non annoverino diversi titoli videoludici, siano essi giochi di successo, giochi di nicchia o flop commerciali, tra le testualità incaricate di sostenerli e incarnarli.

L'interattività tipica del medium fa dei videogiochi uno dei pilastri portanti del trasmedia. Se una serie di narrazioni di contorno fanno da supporto e offrono approfondimenti sul *mondo possibile* (Eco 1979) costruito dalle narrazioni portanti, il videogioco permette ai suoi utenti di "muoversi" all'interno di questo mondo, di esercitare un'agentività su di esso, di interessare relazioni con i suoi abitanti, di diventare *parte* di quel mondo.

Per questo motivo, forse, il medium videoludico sembra ottenere maggior successo quando si presenta come espansione di un fenomeno transmedia costruito su altri testi, piuttosto che come base di universi transmediali. Le narrazioni transmediali costruite a partire da videogiochi, infatti, appaiono generalmente piuttosto fragili. Qualche successo è stato ottenuto da *Resident Evil* (cfr Scolari 2013), le cui trasposizioni cinematografiche hanno ottenuto un discreto successo, soprattutto se confrontate a esperimenti molto meno fortunati benché basati su giochi di enorme successo – basti pensare a *World of Warcraft* o *Assassin's Creed*. Le fallimentari trasposizioni cinematografiche in sé non implicano la mancata capacità di costruire dei franchise di successo – dopotutto sia *World of Warcraft* che *Assassin's Creed* hanno al loro attivo romanzi, fumetti, fanart ecc. – ma segnano l'incapacità di allargare la narrazione a un pubblico più ampio di quello dei testi su cui è fondato, il fallimento nell'allargare l'audience *tramite* l'allargamento transmediale della narrazione.

Più che fornire mondi in cui ambientare narrazioni transmediali, allora, i videogiochi sembrano offrire, soprattutto, la possibilità di esplorare i mondi prodotti da altri media, permettendo di scoprirne dettagli minuti, ma anche di attraversarne le potenzialità narrative¹. Lo statuto mediale del videogioco, dopotutto, li rende perfettamente consoni a questo tipo di operazione: capaci di ricreare in maniera coinvolgente scenari ripresi da ogni sorta di narrazioni e di costruire, al loro interno, percorsi narrativi interattivi stimolanti.

I videogiochi, però, non sono certo l'unico elemento ludico presente all'interno delle narrazioni transmediali, che, anzi, comprendono molto spesso giocattoli (talvolta ri-etichettati "action figures" per non incorrere nello stigma che tuttora circonda l'uso del giocattolo da parte di adulti), giochi di carte, giochi da tavolo, cosplay, parodie, meme e molto altro.

I giocattoli, in particolare, sono fra i primi elementi inglobati in strategie di merchandising e di creazione di franchise attorno a narrative di successo. Da questo punto di vista il laboratorio più importante è stato sicuramente quello realizzato con la creazione del merchandising di *Star Wars*² prima serie cinematografica a dare vita a una linea di giocattoli, i "mitici" (in senso barthesiano) pupazzetti della Kenner nel lontano 1976 (cfr Thibault 2016). *Star Wars* fu anche il primo franchise a essere rappresentato in un set di costruzioni Lego: nel 1999, in occasione del lancio di *Episodio I: La minaccia fantasma* per la prima volta sono stati rilasciati dei set Lego dedicati a una franchise non di proprietà del marchio – inaugurando un trend che oggi porta un grandissimo numero di franchise a cercare un proprio corrispettivo nella lingua del mattoncino, come vedremo meglio più avanti.

Negli ultimi anni si è assistito a un moltiplicarsi della presenza di giochi da tavolo e di carte nelle narrazioni transmediali. Se diversi giochi fanno delle semplici operazioni cosmetiche per parassitare parte del successo di queste narrative (prodotti come il *Monopoly* di *Game of*

¹ Questo nonostante il fatto che diversi videogiochi offrano mondi possibili estremamente sofisticati e ben strutturati.

² Come dimenticare l'affilata e spassosa parodia fattagli da Mal Brooks in *Balle Spaziali* (1987)?

Thrones o il *Risiko!* di *Star Wars*), molti altri invece propongono delle ricostruzioni dinamiche e approfondite dei meccanismi narrativi dietro il franchise e ottengono un successo che va oltre la semplice luce riflessa e si basa su di una buona concordanza tra strategie narrative impiegate nelle narrazioni originarie e strategie di gioco messe a punto dai prodotti ludici (ad esempio *Game of Thrones: The Card Game*).

Vi sono poi tutta una serie di pratiche ludiche e semi-ludiche (o ludiformi per dirla con Visalberghi, 1958) che si inseriscono ai margini delle narrazioni trasmediali ma non per questo sono da considerarsi secondarie: cosplay, larp, GdR, miniature, collezioni e così via. Un insieme eterogeneo e liquido di attività che hanno la capacità di rendere queste narrazioni *pervasive* ovvero di far loro superare quelli che sono i normali confini spaziali, temporali e sociali del gioco e della fiction (Montola et alii 2009) e di (tras)portarle nel dominio della realtà quotidiana.

Gioco: pratica, lingua o medium?

Prendere in considerazione tutte le componenti ludiche che gravitano attorno alle grandi narrazioni trasmediali pone però un problema di metodo. Se da un lato non abbiamo avuto problemi a definire i videogiochi un *medium*, questa categorizzazione si basa più sul loro essere “video” che non sull’essere “giochi”. Possiamo, infatti, affermare che il gioco sia un medium, o un insieme di media?

McLuhan, ad esempio, non esita a definire “media” diversi tipi di gioco (“games” nell’originale, quindi giochi altamente regolati e istituzionalizzati), in particolare sport come il baseball, affermando: “Like our vernacular tongues, all games are media of interpersonal communication, and they could have neither existence nor meaning except as extensions of our immediate inner lives” (McLuhan 1994: 259). Più avanti afferma, in modo più convincente, che sono le *meccaniche di gioco* a essere un medium: i creatori del gioco progettano le regole in modo che siano esse a costruire e trasmettere il messaggio ai giocatori.

Queste posizioni, però, si presentano immediatamente come problematiche. Innanzitutto, perché McLuhan esordisce affermando che i giochi sono media esattamente come lo sono le lingue vernacolari: queste ultime, però, sono, appunto, linguaggi e non media. Quanto riguardo ai giochi come media che trasmettono messaggi per conto dei loro creatori, questa descrizione (pertinente in realtà solo ad alcuni tipi di gioco) si adatta meglio all’idea di *testo* che non a quella di medium. Certo, lingue e testi possono essere considerati, in senso lato, come strumenti di mediazione, ma considerarli media veri e propri finirebbe per annacquare il concetto e spegnerne le potenzialità euristiche.

A questo punto è probabilmente meglio fare un passo indietro e porci una domanda diversa: *che cosa è il gioco?* Prima di cercare di capire se possiamo o meno considerarlo un medium occorrerebbe infatti avere una definizione specifica dell’oggetto con il quale ci confrontiamo.

Purtroppo, però, questa non è una domanda di facile soluzione. Vi sono talmente tanti tentativi di definizione di ciò che è il gioco che si è parlato di una vera e propria ossessione definitoria da parte dei *game scholars* (Salvador 2015). Tra i tentativi possiamo contare quelli dei “padri” degli studi moderni sul gioco: Joan Huizinga (1938) e Roger Caillois (1967) che stilano entrambi delle liste di caratteristiche comuni a tutti i giochi, affascinanti quanto, purtroppo, inconclusive³.

Decisamente più fortunata è la definizione di Bernard Suits (1978), che afferma che il gioco sia *un tentativo volontario di superare ostacoli non necessari*. Per capire appieno questa definizione dobbiamo considerare che Suits scrive in inglese, e che si riferisce all’insieme di attività indicate dalla parola “game” – un sottoinsieme di quello che indichiamo con la parola gioco. La sua definizione, allora, per quanto acuta, risulta incompleta: non definisce l’altra metà del ludico, quel “play” che ci spinge ad accettare – o addirittura a creare! – gli ostacoli non necessari che tenderemo di superare giocando.

La difficoltà nel raggiungere una definizione unitaria e chiara di che cosa è il gioco, era già stata sottolineata da Wittgenstein nelle sue *Ricerche Filosofiche* (1953). Il filosofo dimostra come sia impossibile trovare dei tratti comuni a tutte le forme di gioco (“Spiel”: il termine

³ Entrambe le liste, infatti, se applicate con rigore escluderebbero dagli insiemi che circoscrivono diverse attività generalmente considerate ludiche. Talvolta mancano anche di coerenza interna: Caillois indica l’imprevedibilità come caratteristica fondamentale del gioco, ma allo stesso tempo considera le montagne russe (che seguono letteralmente dei binari prefissati) come esperienze di gioco.

tedesco, come l'italiano "gioco" copre le aree semantiche sia di "play" che di "game"). Tutte queste attività, infatti, non posseggono un'essenza comune, ma condividono una *somiglianza di famiglia* – una serie di somiglianze incrociate, di gruppi di caratteristiche in comune tra diversi sottoinsiemi, che fanno di un insieme non omogeneo qualcosa che produca un effetto di familiarità⁴.

Se, d'accordo con Wittgenstein, riteniamo che trovare delle caratteristiche comuni a tutti i tipi di gioco sia impossibile possiamo, però, procedere in un'altra maniera e definire che cosa comporti l'*atto di giocare*. La definizione più convincente di che cosa sia il comportamento ludico ci viene probabilmente da Lotman (1967).

"Play is the realization of a certain kind of - "playful" - behaviour, which is different from both practical behaviour and behaviour based on models of the cognitive type. Play is the simultaneous realization (not their alternation in time!) of practical and conventional behaviour. The player must simultaneously remember that he is participating in a conventional (not real) situation (a child knows that the tiger in front of him is a toy and is not afraid of it), and not remember it (when playing, the child considers the toy tiger to be a real one)" (Lotman 2011[1967]: 254)

In altre parole, per Lotman il gioco è un fatto interpretativo: quando giochiamo applichiamo alla porzione di realtà che includiamo nel gioco un secondo strato di senso, che non cancella il primo, ma lo affianca per tutta la durata del gioco. Non è il tipo di attività a cui ci dedichiamo a essere ludica o meno, dunque, ma l'*atteggiamento semiotico* con cui la affrontiamo. Da questo punto di vista, dunque, il gioco può essere definito come una *pratica* che si articola attorno ad un atteggiamento specifico.

Quando questo atteggiamento è condiviso, ovvero quando giochiamo con altri, anche le interpretazioni convenzionali specifiche di quel gioco devono esserlo – se gli altri giocatori non condividono il valore che diamo alla regina degli scacchi, piuttosto che a uno specifico soldatino di plastica, non saremo in grado di giocare allo stesso gioco. Il gioco è una pratica, allora, che richiede l'uso o l'istituzione di un *linguaggio*: di un sistema di segni che abbiano un significato chiaro e condiviso tra i partecipanti.

Se già Sutton-Smith (1986) considerava il gioco ("play") una *lingua primitiva* precedente la parola – potremmo invece affermare che la creazione di un gioco è un'attività di istituzione linguistica. Una pratica che dà vita a lingue che saranno "parlate" da ampi bacini di giocatori (come le regole del calcio, note e condivise da milioni di persone) così come a idioletti ("parlati" da una persona sola come nel caso del gioco infantile solitario). In altre parole, ogni gioco ha un suo *codice*, che associa agli oggetti e ai soggetti che partecipano al gioco dei significati secondi (ludici e fittizi) in maniera organizzata, sistematica e coerente.

Il paragone fatto da McLuhan con le lingue vernacolari, in quest'ottica, sembra appropriato. Non dimostra, allora, che il gioco è un medium, ma sottolinea le somiglianze tra il giocare e il parlare, entrambi sforzi comunicativi significanti.

A questo punto, però, possiamo chiederci: il gioco, che abbiamo definito come uno sforzo comunicativo ludico, è mediato o immediato? La risposta è che ci sono forme di gioco di entrambi i tipi. Il gioco di ruolo infantile, ad esempio, può avvenire senza utilizzare nessun supporto materiale, basandosi sulla semplice comunicazione verbale e sulla mimica. La maggior parte delle attività ludiche, però, richiede l'utilizzo di oggetti, siano essi giocattoli, plance da gioco, dadi, mazzi di carte e così via. Siccome sono questi ultimi che si possono inserire più propriamente nelle narrative transmediali, sarà opportuno soffermarci un poco su questi oggetti.

⁴ Suits nel suo libro afferma che la sua definizione prova che, in questo caso, Wittgenstein si sia sbagliato. Questa affermazione, però, si basa su di una cattiva traduzione di "Spiel" che Suits traduce con "game". Wittgenstein, infatti, tra i suoi esempi di attività ludiche menziona anche il *giro giro tondo*: attività che difficilmente può essere considerata un "game" e che certamente non può essere definita come un tentativo di superare ostacoli non necessari.

I testi del gioco

Definire lo statuto degli oggetti utilizzati per giocare è un'operazione complessa come quella di definire il gioco in sé. Innanzitutto, bisogna distinguere gli "oggetti per giocare" – in inglese "playthings" – dai giocattoli – o "toys". Del primo gruppo fanno parte attrezzi e indumenti sportivi, oggetti destinati a inserire elementi aleatori nel gioco come dadi o mazzi di carte, plance, mappe di gioco, pedine e così via. Il secondo gruppo, invece, è composto da oggetti che durante il gioco assumono dei valori puramente narrativi, posso rappresentare dei personaggi (generici come i soldatini, o specifici, come Batman) o degli strumenti (pistole, pentole, aerei) che sostengono altrettante competenze di cui saranno investiti i personaggi che li possiedono (ferire o uccidere, cucinare, volare)⁵. I giocattoli, poi, si dividono in giocattoli "propri", ovvero oggetti che sono creati per essere usati come giocattoli, e giocattoli "impropri", ovvero oggetti di uso quotidiano che vengono utilizzati *come* giocattoli: mollette della biancheria che diventano coccodrilli, scope che diventano cavalli e così via.

Da un punto di vista semiotico, tutti questi oggetti – del primo e del secondo gruppo – sono dei *testi*, ovvero delle superfici significanti che con la loro forma e i loro dettagli comunicano qualche cosa. Si può trattare di messaggi molto semplici – una racchetta da ping-pong segnala semplicemente la sua presenza ed il suo essere una racchetta da ping-pong⁶ – o ben più complessi – la plancia di un gioco come *Twilight Struggle* (GMT Games, 2005) fornisce un complesso insieme di informazioni ai giocatori.

Tutti questi tipi di testi possono entrare a fare parte di una narrativa transmedia, anche i giocattoli impropri. Se in una sessione di gioco un giocatore utilizza un pennarello fingendo che sia l'impugnatura di una spada laser, quel gioco diventa un frammento della narrazione transmediale di *Star Wars*, anche se solo per i pochi partecipanti a quella precisa esperienza.

Più interessante, per il nostro discorso, è però il caso dei giocattoli propri e degli oggetti per giocare che sono *creati* per essere parte di una narrazione transmediale. Questi comprenderanno giocattoli che riproducono personaggi, veicoli e oggetti derivati dalle narrazioni principali, così come carte, plance, dadi, ecc. che si ricollegano a queste narrazioni. Questi oggetti, questi testi, possono essere parte di strategie di merchandising così come strumenti per simulazioni, narrazioni e rievocazioni narrative situate nei mondi possibili rappresentati. In questo caso, ci riavviciniamo all'altra idea che emergeva da McLuhan, quella del gioco come costruttore e veicolo di un messaggio inserito al suo interno dai suoi autori e diretto ai giocatori.

Ci troviamo, però, di fronte a una contraddizione. Come possono questi oggetti essere allo stesso tempo dei testi (la cui autorialità spetta ai loro designer) e dei segni (il cui nuovo significato viene assegnato dai giocatori)?

Questa contraddizione, in realtà, è solo apparente, ma delinea un conflitto che è al centro di ogni esperienza ludica. Umberto Eco (1975) spiega che ogni *funzione segnica* viene istituita collegando un testo a un'unità culturale. Quello che per semplicità chiamiamo "segno" (una parola, scritta o pronunciata, un cartello stradale, un gesto con la mano) è in realtà un testo (più o meno complesso) che rimanda a una porzione del piano del significato, identificata culturalmente.

Cosa succede, allora, durante il gioco? I testi che usiamo per giocare (giocattoli e/o oggetti per giocare) diventano parte di una funzione segnica il cui significato sarà assegnato dal giocatore. Se quest'ultimo sarà influenzato dal significato del testo di partenza (un pupazzetto di Batman sarà probabilmente usato per incarnare proprio quel personaggio), ma questo non sarà determinante (il giocatore, però, potrebbe decidere di usarlo per rappresentare un vampiro, o un personaggio da lui inventato).

Questo diventa evidente nel caso dei giocattoli impropri, dove il giocatore usa il testo di partenza come mera ispirazione morfologica, ma resta vero per ogni tipo di gioco. L'istituzione di queste funzioni segniche, come abbiamo visto sopra, può essere anche condivisa e standardizzata: è il caso di tutti i giochi istituzionalizzati, come gli sport. Ma il significato portato dal testo e quello assegnatogli dalle regole non sono per forza gli stessi nemmeno in questi tipi di giochi: il significato delle pedine del *Monopoly* è indicato e determinato dalle regole, ma non

⁵ Ovviamente esistono delle zone di sovrapposizione tra i due gruppi, come le dettagliate pedine di molti giochi da tavolo contemporanei, pensate come "plaything" ma utilizzabili tranquillamente come giocattoli.

⁶ Barthes (1964) sottolinea come ogni oggetto sia, innanzitutto, segno della propria presenza e della propria funzione.

dalla loro forma: utilizzare una pedina a forma di fungo piuttosto che di bottiglia non cambia assolutamente nulla.

Possiamo distinguere chiaramente tra due livelli, allora:

- un livello *testuale*, nel quale chi produce gli oggetti usati per giocare ne decide forme e colori e quindi assegna loro un certo significato;
- un livello *linguistico* in cui chi costruisce il secondo livello di significato che sarà dato agli oggetti (il giocatore stesso nel caso di gioco libero, i game designer nel caso di gioco regolato) decide quali specifici significati andranno assegnati agli specifici oggetti.

Se entrambi questi livelli sono coinvolti, in maniere differenti, nella creazione di narrative transmediali, non abbiamo ancora risposta alla nostra domanda iniziale: i giochi sono media?

Per farlo, proviamo a confrontarci con un esempio particolarmente esplicativo: i Lego. Siccome non abbiamo ancora determinato in quale misura si tratti di un fenomeno transmediale, lo indicheremo, per ora, come una rete *transtestuale* (Genette 1982) originata da testi e linguaggi specifici ed “esplosa”, negli ultimi anni.

Esplosioni transtestuali: il Lego

Lego è uno dei marchi di giocattoli più famosi al mondo. Fondata in Danimarca nel 1934, la società ha introdotto nel 1949 la prima versione dei famosi mattoncini di plastica. Sessantasei anni dopo, nel 2015, The Lego Group ha superato Mattel ed è diventata la più grande azienda di giocattoli del mondo per fatturato. In quel lasso di tempo, il Lego è diventato il centro di una rete intertestuale che non si limita più ai soli giocattoli, e che di recente ha culminato in ben due film apprezzati da pubblico e critica: *The Lego Movie* (Lord and Miller, 2014) e *The Lego Batman Movie* (McKay, 2017) – entrambi sopra il 90% di apprezzamento, stando a Rotten Tomatoes.

Mentre molti dei maggiori fenomeni transmediali tipici della cultura convergente sono basati sulle *narrazioni* transmediali, non è una narrazione che si colloca al centro della rete transtestuale che si dipana attorno ai Lego – ma piuttosto un insieme di caratteristiche formali di una linea di giocattoli. Sarà utile, a questo punto, presentare una panoramica dei testi (o dei prodotti) e delle pratiche relative al famoso mattoncino. Un corpus completo di tutti gli usi di Lego, tuttavia, sarebbe ingestibile e dovrebbe prendere in considerazione, con la lunga lista di prodotti Lego ufficiali, anche tutte le opere d'arte e i prodotti fan-made che sfruttano l'estetica di Lego, inclusi il Lego Bridge o la Lego Fantasia Symphony. Ci limiteremo, allora, a mapparne solo gli aspetti più significativi.

I Lego sono, prima di tutto, giocattoli e parti di giocattoli. I mattoni sono venduti come parte di serie di costruzioni con un manuale di istruzioni su come costruire un modello specifico. Tuttavia, i mattoni hanno un maggiore potenziale creativo, in quanto possono essere ricombinati in modi nuovi e infiniti, limitati solo dall'immaginazione... e dai pezzi posseduti dal giocatore. Inizialmente i Lego sono stati progettati per creare diverse forme generiche (principalmente occupandosi di architettura), tuttavia diverse linee di prodotti – o “temi” - sono state create nel corso degli anni, come Lego City, Castle, Pirates, Belleville, Friends (gli ultimi due rivolti alle ragazze) e Duplo (per i bambini più piccoli). Come accennato, nel 1999, in occasione dell'uscita di *Star Wars Episodio I: La minaccia fantasma* (Lucas), il Lego Group, per la prima volta, ha prodotto diverse serie di costruzioni basate su franchise concesse in licenza. A causa del successo della linea – e della necessità dell'innovazione del marchio dopo la scadenza del brevetto – l'uso di franchise concesse in licenza è rapidamente aumentato. Due anni dopo sono apparsi i primi set di costruzione di *Harry Potter* e, da allora, il numero di franchise sfruttati dalla Lego è cresciuto sempre più, arrivando a includere: *Indiana Jones*, *Pirati dei Caraibi*, *il Signore degli anelli*, *Spiderman*, *Batman*, *Avengers* e *I Simpson*. I set dedicati a queste grandi narrazioni transmediali presentano personaggi, veicoli e luoghi ispirati ai franchise, spostando gradualmente l'attenzione dalle ricombinazioni ai legami transtestuali.

Gli stessi mattoncini in plastica Lego dei set di costruzioni sono utilizzati anche per la produzione della meno famosa linea “Lego Games”, nata nel 2009, e forte di 24 giochi da tavolo (sia preesistenti, come gli scacchi, che originali) che sfruttano l'estetica Lego, ma sono basati su dei precisi sistemi di regole – come ci aspetterebbe da un qualsiasi gioco da tavolo. I mattoncini

Lego, in questo caso, non sono usati per costruire giocattoli, ma per creare *oggetti per giocare*, come plance, tavole, dadi e pedine. La natura ricombinatoria dei Lego, tuttavia, consente ai giocatori di rimodellare questi giocattoli: le tavole sono personalizzabili, i dadi Lego hanno facce intercambiabili e tutto è compatibile con tutti i giocattoli Lego, che possono essere integrati in diversi modi nei giochi. Ciò rende i Lego Games un'estensione dei tradizionali giocattoli Lego, ma consente anche diverse esperienze di gioco e una maggiore rigiocabilità.

I mattoncini Lego, poi, sono stati spesso usati anche come dei burattini per dei cortometraggi in stop-motion realizzati da fan: i cosiddetti "brickfilms". Questi film – i più vecchi di cui abbiamo traccia risalgono alla fine degli anni Settanta – nascono per una circolazione privata e familiare, ma il web li ha resi facilmente trasmissibili e capaci di ottenere una discreta visibilità. È interessante notare come fin dai primi brickfilm realizzati, ci fosse una tendenza a utilizzarli per inserirsi in narrazioni preesistenti, su tutte *Star Wars* (cfr Thibault 2016).

Se i mattoncini Lego possono essere usati per diverse attività ludiche, anche le loro trasposizioni digitali sono state spesso usate come mezzo per giocare. Ancor prima della creazione dei giochi da tavolo Lego analogici, esistevano già giochi digitali dedicati targati Lego. Dal 1997, il Lego Group, in collaborazione con diversi sviluppatori, ha pubblicato più di 50 videogiochi, metà dei quali sono basati su franchise concesse in licenza. Con la possibile eccezione di Lego Creator (Superscape, 1998), tutti questi giochi sono rigorosamente regolamentati e non lasciano esplicitamente spazio al gioco creativo. In molti casi, al contrario, le simulazioni digitali dei blocchi Lego non possono essere utilizzate per la costruzione di modelli come si farebbe con i set di costruzione analogici. Talvolta viene presentata un'imitazione di queste possibilità di costruzione, generalmente costituita da una sequenza video in cui i pezzi Lego digitali raccolti dai giocatori vengono automaticamente riorganizzati al fine di costruire la forma richiesta dal gioco.

Ovviamente, la natura digitale di questi giochi non consente loro alcun tipo di compatibilità con la loro controparte analogica - tranne attraverso l'uso della realtà aumentata, che Lego sta impiegando sempre più all'interno del cosiddetto progetto "fusion".

Le rappresentazioni digitali di Lego non sono utilizzate solo per a fini ludici: con il progresso della CGI, il Lego Group ha iniziato a produrre diverse serie di film, per lo più orientate a un pubblico di bambini e pubblicati come home video. Sebbene siano piuttosto oscuri, dal 2003 sono stati realizzati diciassette film di Lego: due serie di film ispirati ai temi originali di Lego (Bionicle e Friends) e uno al franchise di *Star Wars* (!). Questi film sono relativamente semplici e potrebbero essere considerati più come una sofisticata campagna di marketing più che un vero tentativo di realizzazione cinematografica. La serie di *Clutch Powers* (Baker, 2010) è probabilmente degna di nota, poiché sembra essere, sotto molti aspetti, un prototipo di bassa qualità di *The Lego Movie*, che ha invece inaugurato una nuova stagione di sforzi produttivi cinematografici, oltre che l'apertura di una nuova narrazione transmediale (il film infatti è stato immediatamente affiancato da un videogioco e da numerosi set di costruzioni).

Lego analogici e digitali, indipendentemente dalle loro differenze, si fanno tutti portatori un'estetica peculiare – determinata dal loro aspetto e, soprattutto, dal loro modo di ritrarre oggetti e persone della vita reale - è diventata parte dell'immaginario collettivo. Uno degli elementi più importanti di questa estetica è una loro caratteristica sintattica, o, più precisamente, la loro modularità. Se è un tratto comune dei set di costruzione, la modularità di Lego è estremamente dettagliata (in quanto comprende parti molto piccole), durevole (i pezzi oppongono una leggera resistenza ai tentativi di separarli) ed endemica (persino le figure umane e animali possono essere disassemblate e risultano compatibili con gli altri pezzi). Ogni pezzo di Lego è pensato per essere collegato ad altri, per essere utilizzato per costruire cose. Questa caratteristica fondamentale attraversa tutti i tipi di prodotti Lego (anche se in alcuni casi solo come simulazione): gli oggetti complessi possono essere ridotti a pezzi più piccoli e utilizzati per costruire nuovi oggetti. Tutto nell'universo di Lego è completamente riciclabile, ogni cosa può servire a molti scopi, persino i personaggi stessi possono essere smontati e mescolati con altri, a volte con effetti surreali. La modularità è strettamente connessa con un'altra importante caratteristica di tutti i prodotti Lego: la loro completa compatibilità. Non solo i pezzi di ogni set di costruzione sono mescolabili, ma questa compatibilità è rimasta stabile fin dall'inizio. Un vecchio blocco Lego che rappresenta una tegola può essere facilmente combinato con la nuovissima astronave presa dall'ultimo film degli *Avengers*, nonostante gli anni trascorsi e le differenze di produzione (nuove plastiche, nuovi colori ...).

Questo può essere considerato come parte della morfologia di un ulteriore livello linguistico del Lego. Secondo Roos et al. (2001), infatti, è possibile considerare il Lego come un linguaggio vero e proprio, nuovo, specifico, costituito da segni peculiari (i blocchi stessi) e caratterizzato da quattro caratteristiche principali: “connettività, barriere basse [alla partecipazione], ripetibilità e reversibilità” (Ibid., 11).

Questo linguaggio è quello che permette di costruire i *testi* Lego, ovvero le singole costruzioni, situandosi, quindi, ad un livello più profondo. In altre parole, i blocchi Lego, dotati di una loro sintassi, sono espressione di una “lingua Lego” che può essere utilizzata per costruire dei testi (le singole costruzioni, sia quelle realizzate seguendo le istruzioni e quindi immaginate dai designer, sia quelle realizzate secondo i desideri e la fantasia dei giocatori) che, a loro volta, posso diventare parte di un processo ludico fornendo i segni per un nuovo livello linguistico.

Facciamo un esempio: un giocatore acquista un set Lego City raffigurante un ladro un poliziotto dotati entrambi di veicoli per un inseguimento. Le caratteristiche insite nei mattoncini acquistati, la loro modularità, scomponibilità e così via ne fanno un insieme di elementi linguistici. Il giocatore, aperta la scatola, decide di seguire le istruzioni e assemblare il set così come immaginato dai designer. Il processo di costruzione è una forma di enunciazione e l'enunciato finale, il set costruito, sarà un testo, o meglio un insieme di testi, quattro in tutto: le due *minifigure* e i due veicoli. Il giocatore decide allora di giocare con questi testi, e assegna loro dei significati. Decide che il poliziotto è il “cattivo” mentre il ladro è il “buono”. La minifigura che rappresenta il poliziotto indica un cattivo generico e verrà riciclata per incarnare diversi agenti delle forze dell'ordine senza un'identità più definita a seconda di quello che richiede l'evolversi della narrazione ludica. La minifigura che rappresenta il ladro avrà invece un significato più preciso: il ladro si chiamerà “Arsenio” e sarà un ex-agente segreto perseguitato dalla corrotta polizia cittadina. E così via. Questa operazione, quindi, istituisce un nuovo codice, che vede i diversi testi a disposizione del giocatore diventare parte di funzioni segnifiche utili a raccontare una storia.

Questa serie di livelli semiotici è probabilmente la base del successo del Lego. A differenza di molti altri giocattoli, infatti, le sue caratteristiche linguistiche profonde gli permettono una capacità di traduzione che ha reso il Lego in grado di costruire la fitta rete di relazioni intertestuali che hanno connotato gli ultimi 15 anni di prodotti Lego. Ogni mondo possibile, infatti, è suscettibile di essere *tradotto* nel linguaggio dei Lego, rappresentato tramite i Lego, ricreato ma anche ricombinato, mescolato, ibridato.

Il Lego non è l'unico gioco in grado di proporre una simile traduzione, pensiamo ad esempio a *Minecraft* (Mojang 2011), che oltre a una sua specifica ambientazione e a un suo sistema ingegneristico semplificato (ma sofisticato) offre anche la possibilità di ricreare, con i propri blocchi, ambientazioni reali come riprese da narrazioni transmediali.

Conclusioni: oltre la transmedialità

Abbiamo visto che i mattoncini Lego possono essere riprodotti digitalmente senza per questo perdere i loro valori simbolici. Compongono una lingua che può essere espressa attraverso diversi media, come il cinema e i videogiochi. Il medium del Lego analogico, allora, è il polipropilene di cui è composto. Un po' come per la scrittura, in cui lo stesso alfabeto può essere mediato tramite carta, pergamena, tavoletta d'argilla, le forme prefissate dei mattoncini Lego sono mediate dallo specifico tipo di plastica che viene utilizzata nella sua produzione.

Questo ragionamento può essere esteso anche agli altri oggetti del gioco – siano essi di legno, di carta, di plastica o di metallo – la loro materia, e il modo in cui è organizzata – pacchetti di carte, giochi in scatola, giochi di carte collezionabili, set da costruzione – formano i media del gioco. Un enorme e cangiante numero di media, spesso non facilmente classificabili. Ciascun medium, infatti, è costruito attorno al gioco, attorno ai suoi testi e alla sua lingua, adattato alle sue esigenze e alle sue aspirazioni. Diversamente dagli ambiti non ludici, è spesso il medium che si adatta alla pratica più che il contrario. In un certo senso “the game is the message”.

Per studiare il ruolo del gioco nelle narrative transmediali, allora, il punto di vista mediale rischia di non essere sufficiente. La liquidità dei medium ludici, infatti, rischia di sfuggire a questo tipo di approccio. Agli studi di transmedia, allora, andrebbero affiancati dei lavori sulla transtestualità, concetto che non va visto in competizione, ma a completamento del primo.

Se gli studi sull'intertestualità prima (Kristeva 1979) e la transtestualità poi (Genette 1982) nascono all'interno di ragionamenti focalizzati principalmente sui suoi sviluppi letterari e su di un

singolo media, il *codex*, il libro, questo concetto è stato spesso allargato a comprendere molti media differenti (ad esempio Duret e Pons 2016 *intertextuality and videogames*). Uno sforzo di dialogo tra gli studi sulla transtetualità e sul transmedia avrebbe, tra gli altri, il vantaggio di risolvere molti dei problemi metodologici che si presentano quando si incontrano oggetti ludici o di merchandising. Se l'aspetto transmediale risalta maggiormente quando si tratta di cinema, romanzi, video, fan-art e videogiochi, d'altro canto quello transtetuale ci permette di considerare più da vicino e più accuratamente le testualità relative al gioco e al merchandising. E se queste ultime potrebbero sembrarci in qualche modo "minori" nell'economia della narrativa transmediale, non dobbiamo dimenticarci che, invece, occupano uno spazio decisamente importante nell'economia reale, e nell'immaginario e nelle produzioni dei fan.

References

- Barthes, Roland. "Eléments de sémiologie." *Communications* 4 (1964): 91-135.
- Caillois, Roger. *Les Jeux et les hommes*. Paris: Gallimard, 1967.
- Duret, Christophe e Christian-Marie Pons (a cura di). *Contemporary Research on Intertextuality in Video*. IGI Global, 2016.
- Eco, Umberto. *Lector in fabula*. Milano: Bompiani, 1979.
- Eco, Umberto. *Trattato di semiotica generale*. Milano: Bompiani, 1975.
- Huizinga, Joan. *Homo Ludens. A study of the play-element of culture*. London: Routledge & Kegan Paul, 1949 [1938].
- Jenkins, Henry. "Transmedia storytelling. Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling." *MIT Technology review* (January 15, 2003) ultimo accesso 01/05/2018, disponibile all'URL <https://www.technologyreview.com/s/401760/transmedia-storytelling/>
- Jenkins, Henry. *Convergent culture*. New York: NYU Press, 2006.
- Kristeva, Julia. *Le texte du roman: approche sémiologique d'une structure discursive transformationnelle*. Berlin: Walter de Gruyter, 1979.
- Genette, Gerard. *Palimpsests: literature in the second degree*. Paris: Seuil, 1982.
- Lotman, Yuri. "The place of art among other modelling systems." *Sign Systems Studies* 39.2/4 (2011) [1967]: 251–270.
- McLuhan, Marshall. *Understanding media*. Montreal: W. Terrence Gordon, 1964.
- Montola, Markus, Jaakko Stenros e Annika Waern. *Pervasive Games. Theory and Design*, San Francisco: Morgan Kaufmann Game Design Books, 2009.
- Roos, Johan, Roger Said e Matt Statler. "Lego speaks." *Working Paper 20, Imagination Lab* (2001).
- Salvador, Mauro. *In gioco e fuori gioco. Il ludico nella cultura e nei media*. Milano: Mimesis, 2013.
- Scolari, Carlos A. *Narrativas Transmedia, Cuando Todos los Medios Cuentan*. Bizkaia: Deusto, 2013.
- Suits, Bernard. *The Grasshopper. Games, Life and Utopia*. Peterborough: Broadview Press, 1978.
- Sutton-Smith, Brian. *Toys as culture*. New York: Gardner Press, 1986.
- Thibault, Mattia. "It's a trap! Star Wars e le reinterpretazioni ludiche di un mito cinematografico." *Fata Morgana* 29 (2016): 169-181.

Visalberghi, Aldo. *Esperienza e valutazione*. Torino: Taylor, 1958.

Wittgenstein, Ludwig. *Philosophical Investigations*. E. Anscombe (trans.) New York: Palgrave Macmillan, 1953.