

Machinima

Quando fare cinema diventa un gioco

di Valerio Sillari

In una puntata della serie televisiva *South Park*, intitolata *Make love not Warcraft*, i protagonisti del cartone Stan, Kyle, Eric e Kenny, si trovano catapultati nell'universo di *World of Warcraft* (Blizzard Entertainment, USA, 2004), uno dei più famosi videogiochi di ruolo online degli ultimi anni. Pronti a tutto pur di salvare il mondo virtuale del gioco dalla completa distruzione, essi passano intere settimane davanti allo schermo del computer, arrivando ad annullare completamente le proprie vite pur di sconfiggere un utente che sta mettendo in crisi la sopravvivenza del videogioco stesso. Con questo episodio Trey Parker e Matt Stone, autori della serie televisiva, portano sul piccolo schermo il recente fenomeno dei videogiochi utilizzabili via internet, i cosiddetti MMORPG (*Massive Multiplayer Online Role-Playing Game*), secondo lo stile con cui da sempre hanno esorcizzato pratiche e abitudini della società contemporanea americana. Ma oltre a offrire una parodia dissacrante e cinica del mondo dei videogame, *Make love not Warcraft* si contraddistingue soprattutto per l'uso massiccio di immagini create al computer, le quali ricalcano l'ambientazione grafica e le sembianze dei personaggi del videogame. Circa metà dell'episodio è infatti presentato all'interno del mondo di *World of Warcraft*, in cui i protagonisti di *South Park*, da sempre legati a un tratto grafico elementare e a due dimensioni, vengono mostrati sulla scena attraverso i personaggi che utilizzano nel gioco, i propri avatar.

La scelta di ambientare la storia all'interno di un videogioco, o meglio di utilizzare lo stile e le caratteristiche della computer graphic di *World of Warcraft* per ricreare un set dove far muovere vari personaggi secondo una storia ben precisa, è perfettamente adatta alla vicenda narrata. La stessa commistione di immagini provenienti dal videogioco con quelle in due dimensioni di *South Park* appare innovativa per la serie televisiva. Ma ciò non è casuale, né dettato dall'insolita vena creativa e anti-conformista degli autori. *Make love not Warcraft* riprende infatti in maniera esplicita la tecnica audiovisiva dei *machinima*, video di

animazione digitale realizzati attraverso immagini in tempo reale create dal motore grafico di un videogame. Ovvero, detto in modo più semplice, il mondo emergente dei film “fatti” con i videogiochi.

Normalmente siamo soliti pensare ai videogame come qualcosa di ludico, di interattivo, tramite cui un giocatore si immedesima in un personaggio virtuale e, a seconda del gioco in questione, sfida una intelligenza artificiale oppure alcuni amici. Questo di per sé è l'elemento più conosciuto e immediato dei giochi elettronici; ma essi, a ben guardare, sono anche degli strumenti stupefacenti e piuttosto economici che portano sugli schermi del nostro computer o televisore di casa delle immagini in movimento assai fotorealistiche e iper-dettagliate, le quali potrebbero facilmente essere scambiate per film di animazione 3D. Basta provare a mettere a confronto le immagini di un qualsiasi film dell'orrore appena uscito nelle sale con il recente *Resident Evil 5* (Capcom, Giappone, 2009), oppure un lungometraggio d'animazione quale *Kung Fu Panda* (Mark Osborne, John Stevenson, USA, 2008) con il suo omonimo videoludico, per accorgersi che la qualità visiva che fino a poco tempo fa sembrava dividere in modo netto il cinema dai videogiochi è ormai venuta a cadere, o almeno è oggi molto più labile ed incerta¹. E proprio l'elemento *visuale* dei videogame è ciò che sta alla base dei filmati machinima, i quali altro non sono che piccoli cortometraggi che utilizzano le immagini di un gioco per raccontare storie.

Chi fa machinima trasforma infatti l'ambiente di gioco di un videogame in un set cinematografico, i personaggi che muove con il joystick in attori, e, avendo precedentemente immaginato una storia o una serie di azione da far svolgere ai protagonisti sintetici del gioco (*avatar*), registra su supporto digitale l'output video di alcune sessioni di gioco (*gameplay*) come se fossero scene o *shot* di un film, montandole insieme tra loro e arrivando quindi alla creazione di filmati in cui dei personaggi videoludici, anziché combattere o seguire normali regole di gioco, divengono veri e propri commedianti che “recitano” alcune parti e battute. Ogni videogame offre infatti di per sé tutto il necessario per iniziare: i diversi livelli di gioco possono divenire i vari “set” dove ambientare l'azione, così come i vari avatar possono formare il “cast” della storia; le opzioni di default di gioco,

¹ Sul grande schermo siamo infatti soliti trovare ormai pellicole che si ispirano al mondo dei videogame, quali ad esempio la serie Tomb Raider interpretata da Angelina Jolie – rispettivamente *Lara Croft: Tomb Raider* (*Lara Croft Tomb Raider*, Simon West, USA, 2001) e *Tomb Raider: La culla della vita* (*Lara Croft Tomb Raider: The Cradle of Life*, Jan de Bont, USA, 2003) –, così come sugli scaffali di negozi di videogame è sempre più facile notare titoli e personaggi provenienti dal mondo della celluloid.

molto spesso ricche e complesse, permettono invece di personalizzare i vari oggetti di gioco e le sembianze dei personaggi, differenziando anche a livello visivo i vari avatar/performer. Infine, il punto di vista soggettivo di cui molti videogame godono, chiamato in gergo tecnico *first person perspective*, offre la possibilità all'utente di trasformare il proprio personaggio in una macchina da presa virtuale che osserva e registra da una visuale privilegiata le varie azioni o scene che si stanno realizzando². Risultato? Piccoli cortometraggi amatoriali creati da anonimi utenti distribuiti gratuitamente sul web³, i quali danno spazio finalmente alle storie e desideri cinematografici del pubblico.

A livello concreto la realizzazione di un machinima non richiede né investimenti economici gravosi né particolari conoscenze pregresse. Si sceglie una storia da raccontare, si muovono i personaggi del gioco osservandoli da una particolare punto di vista, si registra l'*output* video di queste strane sessioni di gioco tramite appositi software di *screencast*⁴, si monta il tutto con programmi di editing non lineare quali iMovies o Windows Movie Maker⁵, ed ecco che gli elementi fondamentali del machinima sono già pronti. Inoltre, in fase di post-produzione, si può decidere il "ritmo" del montaggio, l'uso e l'inserimento di effetti speciali, l'utilizzo di musiche o di dialoghi creati direttamente dagli utenti⁶,

² Questa particolare modalità di visualizzazione della scena di gioco da parte di un videogame ha le sue radici nei cosiddetti giochi "first person shooter", quali *Doom* e *Quake*, sviluppati ad inizio anni novanta. Per un approfondimento si veda Wikipedia:
<http://en.wikipedia.org/wiki/First_person_%28video_games%29>

³ Il fenomeno machinima è infatti intimamente legato allo sviluppo e crescita in rete di siti di *video-sharing* gratuiti quali YouTube e Vimeo, dove centinaia di *machinimist* hanno trovato finalmente un canale distributivo economico ed immediato per poter mostrare ad altri appassionati le proprie opere. Lo stesso Machinima.com, portale ufficiale dell'universo machinima sul web, di per sé non è altro che una versione "riveduta e corretta" di YouTube, a cui si aggiungono però sezioni di approfondimento e forum dedicati esclusivamente a filmati tratti dai videogame.

⁴ Con il termine *screencast* ci si riferisce in genere a tutta una serie di software ed operazioni che permettono di registrare l'output video ed audio di un computer. Per maggiori informazioni: <<http://en.wikipedia.org/wiki/Screencast>>

⁵ Entrambi i software sono programmi di montaggio digitale presenti di default su sistemi operativi Apple e Windows da ormai alcuni anni. Per gli amanti dell'*open source*, esistono poi ottimi software alternativi per piattaforme Linux, come ad esempio Cinelerra <<http://cinelerra.org/>> e Kino <<http://www.kinodv.org/>>

⁶ Molti machinima infatti si distinguono anche per un uso attento e consapevole dell'audio e dei dialoghi, registrati molto spesso anche solo grazie al microfono di una webcam. Per esempio uno dei machinima più conosciuti e famosi, intitolato *Anna*, è un cortometraggio privo dialoghi, dove il ritmo e l'azione sono scanditi solo dalla colonna sonora <<http://www.machinima.com/film/view&id=525>>; e in modo simile, ma di segno opposto, serie di successo quali *The strangerhood* o *P.A.N.I.C.S.*, entrambe prodotte da The Rooster Teeth Production <<http://sh.roosterteeth.com>>, devono la loro fama all'uso attento e ben studiato dei dialoghi dei vari personaggi.

di fatto permettendo a chi crea tali filmati di poter di manipolare in maniera davvero eterogenea ed estesa l'estetica ed il senso narrativo delle immagini di gioco⁷.

Ecco il punto di forza dei machinima: anziché utilizzare un videogame per scopi ludici, essi “forzano” i convenzionali modi d'uso di un *game* per esplorare nuove possibilità di tipo narrativo attraverso una riorganizzazione degli elementi visivi. Già da anni il mondo dei videogame aveva dato vita a varie sottoculture e fenomeni underground che cercavano in modi alquanto eterogenei di sfruttare il mezzo videoludico per scopi ben lontani da quelli pensati originariamente dai propri *game designer*⁸, portando persino alla nascita di un termine “ombrello” quale *emergent gameplay*⁹. Oggi i machinima appaiono essere una delle ultime schegge impazzite di tale tendenza “sovversiva”, proponendo una rielaborazione e ibridazione tra immagini in movimento tipiche del mondo del cinema e tecniche di interazione e immersività virtuale insite nel mezzo videoludico. In fondo, se i videogame offrono da anni al proprio pubblico immagini “quasi” cinematografiche, perché non spingere all'estremo questa tendenza, girando direttamente un film all'interno di un gioco?

Ovviamente, le differenze tra cinema e videogame sono ancora ben evidenti e sotto gli occhi di tutti. Creare un video machinima con protagonista un personaggio di *The Sims* (Maxis, USA, 2000) non è certo come avere sul set un attore in carne e ossa, così come la capacità espressiva e drammatica di un avatar di *World of Warcraft* non ha nulla a che vedere con le performance attoriali di Jack Nicholson o John Malkovich. La resa grafica dei vari motori di gioco, pur se ormai giunta oggi a risultati davvero strabilianti e in costante miglioramento, mostra come esista ancora un divario tra qualità visiva di un videogame e film girati con attori in carne e ossa, in *live-action*, riuscendo forse attualmente a

⁷ In tal senso sono emblematici i lavori del tedesco Friedrich Kirschner, il quale spesso modifica pesantemente in fase di post-produzione le immagini tratte da un videogame, oppure crea direttamente *tool* apposti da aggiungere al motore grafico originario di un gioco, come nel caso dell'opera *Person 2184* <<http://person2184.com/>>. Per maggiori informazioni si veda il sito ufficiale dell'artista: <<http://www.zeitbrand.de>>

⁸ Senza troppo scendere nel dettaglio nella storia dei giochi elettronici e delle varie attività di ri-uso e riciclo di tali oggetti, basti pensare al crescente successo oggi giorno delle cosiddette *mods*, versioni “modificate” e “personalizzate” di videogame create direttamente dai giocatori <[http://en.wikipedia.org/wiki/Mod_\(computer_gaming\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Mod_(computer_gaming))>, oppure al fenomeno della 8bit music, un sottogenere musicale basato sul campionamento ed arrangiamento di suoni di vecchi videogame e console <<http://www.8bitpeoples.com/>>

⁹ Il termine tecnico *emergent gameplay*, secondo Wikipedia, si riferisce infatti ad una sterminata serie di attività e comportamenti da parte degli utenti rispetto ai videogame, che vanno ben oltre le tecniche machinima e le altre pratiche videoludiche evidenziate in queste pagine <http://en.wikipedia.org/wiki/Emergent_gameplay>

eguagliare e raggiungere semmai lo stile e l'estetica di alcune pellicole realizzate in animazione digitale. Non a caso molti autori ed estimatori del machinima pongono spesso questa tecnica di realizzazione video in relazione con il cinema d'animazione, specialmente digitale, affermando implicitamente una più vicina radice cartonistica del machinima¹⁰.

Allo stesso modo, le vicende e i personaggi protagonisti delle sceneggiature machinima sono in larga parte legati a storie e saghe videoludiche di successo; ciò rende difficile la fruizione di tali filmati per un pubblico non abituato alle gesta di personaggi quali Master Chief¹¹ o Super Mario. Per esempio *Red vs. Blue*, una delle serie machinima più famose, di fatto non è altro che una parodia in chiave surreale della serie videoludica *Halo* (Bungie Studios, USA, 2001) in cui vengono "svelati" i pensieri e le azioni dei personaggi di gioco mentre essi sono in attesa di una nuova avventura. Anche se non mancano battute di per sé comiche e comprensibili a un vasto pubblico, solo chi ha giocato al videogame può cogliere appieno l'ironia di molte *gag* o persino il senso ultimo di intere puntate, richiedendo allo spettatore una notevole conoscenza pregressa di elementi appartenenti al mondo del gioco in questione¹². Ma che si vogliano paragonare i machinima al cinema dal vero, a quello di animazione o altre forme di narrazione per immagini¹³, rimane comunque evidente come essi stiano oggi prestandosi in maniera davvero inaspettata e interessante a pratiche di

¹⁰ Secondo Machinima.org, questa tecnica si pone infatti al crocevia di tre differenti forme di produzione mediale quali cinema, animazione e sviluppo software: "By combining the techniques of filmmaking, animation production and the technology of real-time 3D game engines, Machinima makes for a very cost- and time-efficient way to produce films, with a large amount of creative control" <<http://www.machinima.org/machinima-faq.html>>

¹¹ Master Chief è il nome del personaggio protagonista di *Halo*, uno dei giochi di maggiore successo degli ultimi anni. Il gioco è poi alla base di *Red vs. Blue*, una delle serie machinima più famose ed apprezzate di tutti i tempi, la quale di fatto si pone come vera e propria parodia comica dell'universo testuale del videogame. Per maggiori informazioni su questa serie machinima e sul suo rapporto con il videogame *Halo*: <http://en.wikipedia.org/wiki/Red_vs._Blue>

¹² Come ricordano infatti gli stessi creatori della serie sul proprio sito ufficiale, *Red vs. Blue* nacque inizialmente come forma di commento ironica ad alcune sessioni di gioco, nonché sulle riflessioni e domande al limite del *no-sense* che spesso i vari membri di The Rooster Teeth si ponevano rispetto alcuni elementi di gioco, quali ad esempio i nomi dei veicoli di cui disponevano i vari avatar. Per maggiori informazioni su questa "genesi" della serie: <<http://rvb.roosterteeth.com/info/>>

¹³ Molti autori e studiosi machinima negli ultimi anni hanno infatti paragonato questa tecnica a differenti forme medialità già conosciute, fornendo spesso anche esempi che esulano dal cinema contemporaneo in *live action* o da quello d'animazione. Per esempio Hugh Hancock, uno dei più famosi e prolifici autori machinima, durante una intervista ha paragonato tali filmati al teatro marionettistico <<http://www.videoludica.com/news/gamescenes/intervista-hugh-hancock?lang=it>>, mentre uno studioso attento alle nuove tecnologie come Henry Lowood non disdegna di mettere in relazione i video creati tramite personaggi videoludici addirittura con le prime opere cinematografiche dei fratelli Lumière e di Georges Méliès <http://www.stanford.edu/~lowood/Texts/highperformanceplay_finaldraft.pdfA>

crossmedialità e rimediazione¹⁴ guidate dai gusti e dai desideri di semplici giocatori e appassionati di audiovisivi tout court. E il popolo dei *machinimist*, coloro cioè che realizzano e consumano machinima, sono l'altra grande novità dei video realizzati attraverso il *graphic engine* di un videogame.

A parte le analogie e differenze verso altre forme medialità esistenti, i machinima evidenziano una nuova commistione tra tipi di pubblico spesso anche molto eterogenei, i quali hanno iniziato a sfruttare le potenzialità visive di un videogame nei modi e le finalità più disparate. Oggigiorno infatti tali filmati non sono unicamente realizzati e fruiti da una comunità di gamer o amanti dei videogiochi, ma trovano tra i propri sostenitori e sviluppatori anche cinefili alle prime armi, sceneggiatori e grafici 3D, registi di videoclip e semplici curiosi, i quali sono affascinati dall'idea di poter realizzare un prodotto audiovisivo direttamente con il computer su cui leggono le mail e scaricano musica dalla rete. Non a caso Paul Marino, uno dei maggiori autori machinima e inventore di un vero e proprio festival dedicato a questa tecnica¹⁵, ha da tempo utilizzato i concetti di “inside-out” ed “outside-in”¹⁶ per mettere in luce come all'interno dell'universo dei filmati videoludici convivano e anzi collaborino armoniosamente differenti tipologie di individui e comunità, le quali molto spesso non sono direttamente collegate al mondo dei giochi elettronici. E le riprove delle teorie di Marino sono oggi presenti sotto gli occhi di tutti: alcuni artisti contemporanei hanno trovato nei machinima una nuova forma di espressione artistica¹⁷, così come intere comunità

¹⁴ In questa sede, il termine *rimediazione* è usato nell'accezione teorica offerta da Jay David Bolter e Richrad Grusin nel loro libro *Remediation: competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi*, Guerrini e associati, Milano 2003.

¹⁵ Paul Marino è infatti stato, insieme a Hugh Hancock, uno dei fondatori del Machinima Film Festival, una vera e propria rassegna cinematografica che si tiene dal 2002 negli Stati Uniti per far conoscere l'universo machinima al grande pubblico, Per maggiori informazioni si rimanda a Wikipedia <http://en.wikipedia.org/wiki/Academy_of_Machinima_Arts_%26_Sciences> ed al sito ufficiale dell'edizione 2008 <<http://festival.machinima.org/wordpress/>>. Bisogna ricordare anche che dal 2007 è presente anche il Machinima Festival Europe, “clone” del festival di Marino, tenuto a Leicester, Inghilterra <<http://www.dmu.ac.uk/machinima/>>

¹⁶ Marino infatti distingue tra coloro che, “insider” del mondo dei videogame, hanno cominciato ad utilizzare i *game* per scopi cinematografici e chi invece, “outsider” e più attento a nuove forme di produzione video, ha trovato nei motori di gioco un nuovo alleato per dare spazio alla propria creatività. Per una definizione chiara ed efficace di *inside out* e *outside in* si rimanda comunque ad alcuni articoli ed interviste all'autore:
<http://blog.machinima.org/2005_10_01_thinkingmachinima_archive.html>,
<http://www.acmi.net.au/creating_machinima.htm>

¹⁷ Nel 1997 per esempio l'artista svedese Palle Torsson ha utilizzato il videogioco *Half-Life* (Valve, USA, 1998) per creare un machinima ambientato all'interno del Centro di Arte Contemporanea di Vilnius, dal titolo *Museum Meltdown* <http://www.palletorsson.com/palle/flash_hl.php>. Allo stesso modo, l'opera *Suicide Solutions* dell'artista Brody Condon è un video in cui sono montate varie sequenze di gioco

di fan hanno iniziato ad utilizzare gli avatar dei videogame per dare vita a video digitali di *fan-fiction*¹⁸, abbassando notevolmente i costi produttivi di tali opere tributo tipiche di una nicchia eterogenea di pubblici. In questo senso esemplare è sicuramente l'esempio di *Borg War*¹⁹, un lungometraggio machinima che di fatto porta sullo schermo, battaglie interstellari e combattimenti su pianeti alieni inclusi, una nuova e "apocrifica" avventura di *Star Trek*. Realizzato per puro spirito di passione e "amore" verso la serie originale dell'equipaggio della nave interstellare Enterprise, il film è stato prodotto praticamente da una unica persona²⁰ ed è oggi presente in qualità di "full-length features" nell'archivio dell'Internet Movie Data Base, accanto ai lungometraggi originali di *Star Trek*²¹.

I machinima insomma, anche se nati e cresciuti in seno a una comunità di videogiocatori e hacker videoludici²², stanno oggi superando le proprie origini ludiche per anzi divenire in toto una nuova tecnica audiovisiva, facile da utilizzare e di grande interesse per chiunque voglia raccontare le proprie storie o modificare quelle che già tutti conoscono. Poiché, come ben si vede da fenomeni affini quali YouTube, MySpace e il mondo del *peer-to-peer*, il pubblico contemporaneo sta rielaborando e modificando sempre più il proprio ruolo all'interno del sistema dei media, chiedendo a gran voce maggior spazio d'azione e d'intervento sui vari prodotti culturali. Come infatti ben sintetizza Hugh Hancock in una battuta²³, oggi

tratte da più videogame <<http://www.tmpspace.com/suicides.html>>

¹⁸ Con il termine *fan-fiction* ci si riferisce in modo generico a tutte quelle produzioni amatoriali che puntano ad ampliare l'universo tematico di un particolare prodotto culturale, facendo per esempio proseguire una storia che sul grande schermo è ormai conclusa o creando personaggi secondari che in un libro non esistono. Per maggiori informazioni si rimanda a Wikipedia: <http://en.wikipedia.org/wiki/Fan_fiction>

¹⁹ <<http://www.borgwarmovie.com/>>

²⁰ Autore del lungometraggio machinima è infatti Geoffrey James, un *fan* sfegatato di *Star Trek* che, rimasto deluso dall'ultima pellicola hollywoodiana dedicata al suo *serial* preferito, ovvero *Star Trek: La nemesi* (*Star Trek: Nemesis*, Stuart Baird, USA, 2002), ha realizzato quest'opera insieme ad alcuni amici dopo oltre sei mesi di lavorazione. Sul perchè si fosse imbarcato in un progetto di così grandi dimensioni, egli, nella sezione F.A.Q del sito ufficiale del film, rispondeva candidamente: "I'm trying to do a better movie than *Nemesis*, given the restrictions of the medium".

²¹ <<http://www.imdb.com/title/tt1050237/>>

²² Il machinima infatti di per sé manipola uno strumento, il videogame, per dare vita a prodotti e pratiche che nessuno aveva fino a quel momento presagito, così come in campo informatico l'attività di *hacking* ha spesso portato a nuove soluzioni partendo da forme di manipolazione ed infrazione su sistemi operativi e software già esistenti. Per un approfondimento sulla relazione tra machinima e mondo hacker si veda:

<<http://www.videoludica.com/news/technoludicfilm/saggio-machinima-un-nuovo-medium?lang=it>>

²³ Intervistato dal *The Guardian*, Hancock infatti afferma in modo sarcastico: "If you want to bring your vision to life, and it's an action-packed, epic vision, you basically have two choices. [...] One is to persuade Hollywood to give you approximately the price of 100 London flats. The other is to use machinima" <<http://www.guardian.co.uk/technology/2005/aug/18/onlinesupplement2>>

le differenti forme medial e gli oggetti della cultura popolare in sé non sono più una esclusiva delle grandi case di produzione e major hollywoodiane, bensì stanno divenendo un terreno di confronto e trasformazione in cui finalmente anche ognuno di noi, attraverso tecnologie e tecniche narrative *grassroots* come i machinima²⁴, può finalmente entrare a fare parte del sistema. I machinima cioè, pur se in modo alquanto superficiale e ancora poco visibile per il grande pubblico, stanno realmente modificando l'idea che ciascun utente possiede di concetti quali cinema, televisione, videogame, così come di ciò che si possa o meno fare con un prodotto mediale. In fondo, quando si inizia a utilizzare un videogame per girare una versione di *Star Trek* o si arriva persino a ricreare un intero show televisivo nel mondo sintetico del videogame *Halo*²⁵, significa che il pubblico sta davvero cambiando il proprio modo di rapportarsi con i media.

Ma le grandi corporation dell'intrattenimento e i media in generale non stanno guardando inermi l'avvento dei machinima. Anzi, già da alcuni anni molte aziende stanno tentando di trovare nuove forme di commistione e inglobazione dei filmati videoludici all'interno dei propri sistemi produttivi, di fatto "benedicendo" e promuovendo indirettamente il successo di queste pratiche audiovisive. Nel solo campo dei videogame, il luogo dove i filmati videoludici sono "nati" e "cresciuti", molte software house hanno iniziato a modificare o implementare nuove funzioni all'interno dei propri titoli, dando modo agli utenti di poter più facilmente registrare machinima all'interno degli ambiente di gioco e sperando di fatto in un qualche ritorno economico e d'immagine²⁶. Giochi e software come *The Movies* (Lionhead Studios,

²⁴ Il termine *grassroots* indica in ambito anglosassone tutta quella serie di prodotti e di pratiche nate e sviluppatesi spontaneamente tra il pubblico e la gente comune, e che in italiano potremmo paragonare alla espressione "dal basso" o "cultura popolare", in contrapposizione alla idea di qualcosa imposto "dall'alto". Per un approfondimento si rimanda comunque ad Henry Jenkins, *Cultura convergente*, Apogeo, Milano, 2007).

²⁵ Esiste infatti una serie machinima, dal titolo *This spartan life*, in cui un presentatore virtuale intervista diversi ospiti all'interno dell'ambiente di gioco, così come siamo soliti vedere in molte trasmissioni televisive. Creato dal team Bong + Dern Productions, le varie puntate dello show sono disponibili all'indirizzo: <<http://www.thisspartanlife.com/>>

²⁶ *Halo 3*, per esempio, ha "abbassato" la posizione delle varie armi sullo schermo per meglio far registrare le immagini di gioco ai propri utenti, e ha anche reso possibile registrare direttamente dal gioco alcune sequenze di gameplay - i cosiddetti *Saved Films* - rendendo la creazione di machinima da parte degli utenti ancora più facile <<http://www.bungie.net/News/content.aspx?type=topnews&link=h3savedfilms>>. Questa scelta non è casuale: filmati machinima come *Red vs. Blue* sono stati fin dai tempi del primo titolo *Halo* un forte elemento promozionale per il gioco di casa Microsoft, tanto che nel tempo la stessa azienda di Redmond ha commissionato vari video in esclusiva al team di produzione The Rooster Teeth, ed è di fatto legata anche a livello contrattuale con gli autori di *Red vs. Blue*.

UK, 2005) e *Movie Storm* sono nati appositamente per un loro utilizzo “cinematografico” da parte degli utenti²⁷, confermando quanto spazio vi possa essere, sia dal punto commerciale sia culturale, nella realizzazione di programmi appositamente pro-machinima.

Lo stesso vale sorprendentemente per il mondo della televisione, del cinema e della pubblicità. Oltre il già citato caso di *Make love not Warcraft*, alcune immagini machinima realizzate dal team di produzione ILL Clan sono divenute parte integrante di una recente puntata del *serial C.S.I. NY*, “traslocando” le indagini di una serie poliziesca di successo e mainstream all’interno del mondo virtuale e poco conosciuto di *Second Life*²⁸. In maniera simile, alcune campagne pubblicitarie di diversi colossi quali Coca Cola e Chrysler sono state realizzate seguendo elementi di natura machinima²⁹, così come vari video musicali passati in heavy-rotation su un canale cult quale Mtv sono stati girati all’interno di ambienti virtuali videoludici³⁰.

Insomma, i machinima non sembrano essere un fuoco fatuo all’interno del panorama mediale contemporaneo. Sono facili da realizzare, costano poco, si adattano facilmente a vari tipologie di testi audiovisivi, nonché alle esigenze degli

²⁷ *The Movies* è un videogame in cui il giocatore, a capo di una casa di produzione hollywoodiana, non solo deve gestire in stile *The Sims* i vari attori sintetici e rompicapo organizzativi che precedono la realizzazione di un film, ma può anche registrare con le proprie mani le differenti scene di ciascun film, nonché in seguito montarle tramite un apposito software interno al videogame. Di fatto *The Movies* è una versione “preconfezionata” di videogame pro-machinima <<http://www.lionhead.com/themovies>>. *Movie Storm* è invece un software grafico nato e sviluppato per animazione digitale in tempo reale, in cui l’utente può, oltre che scegliere i vari personaggi, oggetti e ambienti da utilizzare per i propri shot, modificare ed ampliare a proprio piacimento gli elementi interni del programma, di fatto divenendo un vero e proprio sviluppatore di materiale machinima e comprando online plug-in aggiuntivi così come già accade per molti programmi di grafica 3D <<http://www.moviesstorm.co.uk>>

²⁸ Intitolato *Down the Rabbit Hole*, l’episodio fa parte della quarta stagione del *serial* poliziesco ambientato nella Grande Mela, ed insieme alla puntata di *South Park* dedicata a *World of Warcraft* è divenuto un manifesto delle potenzialità mainstream delle tecnica machinima. Il trailer dell’episodio è disponibile all’indirizzo: <<http://www.youtube.com/watch?v=59YzI4yUgGY>>

²⁹ Per uno spot televisivo la famosa bibita di Atlanta ha infatti preso a prestito l’estetica machinima per pubblicizzare il proprio prodotto, oltretutto citando in modo ironico l’universo testuale di un videogame di successo quale *Gran Theft Auto* <<http://www.youtube.com/watch?v=7wt5FiZQrgM>>. Chrysler ha invece pubblicizzato il lancio di un nuovo modello di auto direttamente con un contest rivolto alla comunità di utenti del videogame *The Movies* <<http://adverlab.blogspot.com/2006/02/chrysler-sponsors-machinima-contest.html>>

³⁰ Nel 2004 il videoclip *In the Waiting Line* della band inglese Zero 7 è stato il primo videoclip machinima apparso su Mtv <<http://de.truveo.com/In-The-Waiting-Line-Zero-7/id/3247381448>>, ed in seguito sul canale musicale americano un intero programma dal titolo *Mtv Mods* è stato dedicato a rifacimenti di famosi video musicali attraverso una estetica spiccatamente videoludica <http://www.mtv.com/ontv/dyn/video_mods/videos.jhtml>. Per quanto riguarda il panorama italiano, basti ricordare il videoclip di Irene Grandi per il singolo *Bruci la città*, girato in modalità machinima all’interno del mondo virtuale di *Second Life* <<http://www.youtube.com/watch?v=7VOFVcmCcQg>>

utenti. Sicuramente non “ruberanno” lo scettro alle produzioni multimilionarie di Hollywood, né ad altri prodotti visuali di grandi aziende dell'intrattenimento; ma di certo stanno offrendo ad una miriade di persone comuni, gamer ed aspiranti registi, un mezzo innovativo per dare spazio alla propria creatività e rendere reali le proprie storie. Alla faccia di chi ha sempre considerato i videogame un passatempo per bambini, incapaci di poter offrire al cinema degli spunti ed elementi d'ispirazione.

-0-

Valerio Sillari è laureato presso il DAMS dell'Università di Bologna con una tesi sui machinima intitolata "Giocare con i media - Il fenomeno machinima nel nuovo panorama mediatico". È appassionato di nuove tecnologie e si interessa dei vari fenomeni mediali presenti oggi sul web.