

## Creatività e gioco nelle *esperienze immersive*. Il rapporto con le nuove tecnologie, tra intrattenimento e trascendimento<sup>1</sup>

**Camilla Barone**

Politecnico di Milano

camilla.barone@polimi.it

**Abstract** This article examines immersive experiences as a post-medial genre, whose modes of reception bring creativity and play into overlap as semiotic figures of transformation. Drawing on different disciplinary domains and methodological approaches, it argues that the reception of immersive experiences is structured around a paradoxical dynamic—an oscillation between impossible positions—that generates both ludic pleasure and a potential for transcendence, thus raising the question of their role in the individual and collective evolution of our engagement with technology.

**Keywords:** immersive experience, immersiveness, creativity, game, play, semiotics, paradox, transcendence, cultural technology

Received 13/07/2025; accepted 30/12/2025.

### 0. Introduzione

Quando creatività, gioco e nuove tecnologie si ibridano, dando vita al fenomeno delle “esperienze immersive”, per quale quel motivo lasciarsi interrogare dal loro successo? Durante il percorso, di quale narrazione, opera d’arte o simulazione i visitatori si sentono parte attiva? Muovendo dal riconoscimento del potere trasformativo di gioco e creatività, proponiamo di interpretare l’immersività sia come un effetto che intrattiene, sia come una dinamica paradossale capace, nel rapporto con le tecnologie contemporanee, di aprire spazi di trascendimento e di rinegoziazione della soggettività.

### 1. Creatività e gioco: fenomeni di ibridazione

Ne *La ludoteca di Babele*, Stefano Bartezzaghi osservando i punti di somiglianza tra i giochi e le storie, scrive:

---

<sup>1</sup> In questo articolo esponiamo riflessioni formulate all’interno del progetto di ricerca “Creatività, gioco e comunicazione. Forme di ibridazione nella contemporaneità” condotto dall’autrice presso l’Università IULM di Milano (a.a. 2022/23-23/24) sotto la direzione scientifica di Stefano Bartezzaghi: i riferimenti al suo percorso di studi rappresentano un debito che nessuna nota a piè di pagina potrà saldare. Ci si dà quindi licenza di non ricorrere a un apparato eccessivo di riferimenti nelle rielaborazioni proposte. Una prima versione del testo è stata presentata in occasione del convegno *Creatività e arte - Giornata studi in memoria di Maria Perosino*, 16 maggio 2024 Iulm - Dipartimento di Studi Umanistici, Milano.

Sia i giochi sia le storie si separano dalla “realtà” quotidiana, hanno tempi, spazi e personaggi propri. Sia le storie sia i giochi simulano almeno in parte minima elementi e fenomeni che fanno parte della “realtà”, a diversi livelli di convenzionalità. Sia delle storie sia dei giochi è possibile sostenere che non abbiano conseguenze nei confronti della “realtà” (2016:107).

In questo contesto, proponiamo un’ipotesi di lavoro analoga, cercare punti di somiglianza tra la creatività e i giochi. Ne consideriamo uno in particolare che lasceremo poi sullo sfondo: il “potere effusivo” che la creatività e i giochi hanno, grazie al loro essere figure della trasformazione.

La creatività inizia a manifestare potere effusivo sin da quando il termine compare in psicologia allo scadere della prima metà degli anni ‘50 del Novecento (Bartezzaghi 2013), per essere poi adottato in ambiti e in settori diversi (arte, scienza, produzione, comunicazione, pedagogia)<sup>2</sup>. Da questa molteplicità derivano sia la mancanza di una definizione univoca, da un lato, sia il carattere tautologico (Bartezzaghi 2021:18) di tutte le definizioni tentate, dall’altro; come se una quasi coincidenza di *definiens* e *definiendum*<sup>3</sup> (la creatività è una virtù creativa ed è creativo chi la esercita, ad esempio) potesse ridurre l’instabilità di un nucleo semantico<sup>4</sup> indeterminato.

Se quindi “fare creatività” trasformasse fatalmente in “creativi”, il lieto fine sarebbe sempre assicurato, perché essere creativi è qualcosa che *vale* sin dalla notte dei tempi:

“Mentre la vocazione dell’artista era un mandato sovrumano e metafisico (quindi l’artista rispondeva della sua opera al dio, alla Musa) e in seguito interiore (un contratto con sé stessi), nella creatività il mandato è sociale ed è la società che deve sanzionarlo” (ivi:167-168).<sup>5</sup>

Per questo la creatività affascina tanto da sovrascrivere altre attitudini, atti e intenzioni. Perché è un feticcio che sta al posto della trasformazione assoluta, la creazione, il concepire *ex nihilo*. La creatività ci conquista perché, forse, ci ricorda il desiderio di trasformare noi stessi in creativi e forse, in quanto tali, in creatori di noi stessi.

Anche il gioco ha potere trasformativo poiché è un processo ricreativo, un istinto elementare dell’uomo che assume il carattere di un “servigio reso alla cultura”. Sostiene Roger Caillois nel rileggere Huizinga:

Leggendo il libro, scopriamo all’improvviso che il diritto, la scienza, la poesia, la saggezza, la guerra, la filosofia, le arti, si arricchiscono grazie allo spirito ludico, nascono a volte da esso, se ne giovano sempre. Esso infatti stimola o educa, a seconda dei casi, le diverse facoltà o ambizioni, il cui sforzo finisce *per produrre la civiltà* (Caillois 1950, tr. it.:146, corsivo nostro).

Proponiamo dunque di lasciare il potere effusivo di gioco e creatività necessariamente sullo sfondo di questa ipotesi di studio, perché rappresenta l’esito di un lavoro culturale troppo complesso ed esteso nel tempo, da un punto di vista ontologico; dal punto di vista

---

<sup>2</sup> Non rientra nelle nostre finalità definire se questo “potere effusivo” derivi dall’intenzione di considerare commensurabili ambiti diversi, né se questa possa coincidere con lo sguardo interno ai processi di interpretazione di stampo echiano (Paolucci 2019, 2020) o di traduzione intersemiotica (cfr. Barone, Bassano 2024).

<sup>3</sup> Sul considerare il termine medio tra due reciprocamente correlati la chiave di volta del movimento inferenziale rimandiamo a Eco (1983) per il quale, se i due termini sono intercambiabili, nel movimento inferenziale rileviamo un discorso ipotetico che fa risultare sempre vere le conclusioni presupposte (ivi: 240-242).

<sup>4</sup> Riconducibile a «attitudine a produrre qualcosa di nuovo» (Bartezzaghi 2021: 18).

<sup>5</sup> Per l’importanza della sanzione nello *schema narrativo della creatività* (Bartezzaghi 2021).

fenomenologico, invece, è osservabile e studiabile sotto forme contemporanee di ibridazione, appunto, di gioco e di creatività.

Alcune di esse, nate in contesti tecnici, hanno preso nomi oggi resi comuni dall'uso. Ad esempio, *Design Thinking* (Brown 2009), un metodo che intende tradurre il pensiero progettuale dei designer in un processo creativo per la risoluzione dei problemi e l'innovazione e che è animato da ritualità quasi ludiche<sup>6</sup>; oppure *Gamification*, (Deterding 2005) vale a dire la traslazione di caratteristiche tipiche delle interazioni con i giochi alle interazioni con i beni e i servizi che giochi non sono ma che gli assomigliano sempre più<sup>7</sup>. Nate dalle esperienze di design delle interfacce, sono caratteristiche ludiche divenute fondamentali per la promozione del consumo nei sistemi sociali moderni. Diffondendosi, sovrascrivendo le nostre relazioni con l'ambiente<sup>8</sup>, come fossero la cifra estetica della condizione *postmediale* (Eugeni 2015) che vede confondersi le interazioni che avvengono con quelle che non avvengono attraverso un dispositivo mediale.

## 2. Esperienze immersive

Tra le forme contemporanee di ibridazione di gioco e di creatività si diffonde e riscuote successo presso il grande pubblico il fenomeno delle *esperienze immersive*<sup>9</sup>.

Con “esperienze immersive” intendiamo esperienze progettate per generare un *effetto immersivo*, in grado cioè di coinvolgere i visitatori in ambienti simulati o virtuali, stimolando la percezione sensoriale e restituendo un *senso di presenza all'interno di un mondo mediato* (Riva, Waterworth, Murray 2014). Attualmente, tali esperienze sono rivolte al grande pubblico a pagamento e in spazi di ampie dimensioni — come capannoni industriali, grandi spazi espositivi o gallerie — e affrontano temi tra i più diversi<sup>10</sup>. Arte e vite d'artista, topoi dell'immaginario televisivo e cinematografico, scientifico, videoludico, commerciale, più di rado storico o culturale: Friends, La casa di carta, Alice, La fabbrica di cioccolato; ma anche l'amore, il sogno, l'adrenalina, il terrore. Per dare un'idea dell'eterogeneità del palinsesto di una settimana qualsiasi di questo genere postmediale, torniamo alla primavera del 2024. A Milano, ad esempio, era possibile visitare<sup>11</sup>: *Ukiyoe*, approdato in Italia dopo il grande successo in Giappone, articolava in nove stanze i temi e gli stilemi di

---

<sup>6</sup>Rimandiamo al lavoro dell'Osservatorio Design Thinking del Politecnico di Milano <https://www.osservatori.net/design-thinking-for-business/>.

<sup>7</sup>Diventando simili a oggetti “magici” in senso greimasiano, se notiamo con Greimas che i servizi sono «(..) le virtù degli oggetti che dispensano l'eroe dal possesso delle qualità di cui avrebbe avuto bisogno per compiere le sue imprese» (Greimas 1983: tr.it.18).

<sup>8</sup>Hanno come oggetto la comunicazione del valore di prodotti, servizi, esperienze attraverso il loro essere inviti a considerarli, sceglierli, utilizzarli in modo coinvolgente e divertente. Per questo motivo ereditano la qualità che Fabbri (2004) attribuiva già alla comunicazione, il potersi sovrapporre ad ogni altro ambito. Costituiscono una sorta di meta valorizzazione, di mandato implicito in ogni oggetto offerto dall'ambito produttivo, dove l'oggetto stesso è destinato al consumo del suo valore, differenziale rispetto al vecchio, o rispetto ad altri valori, fissati in oggetti di consumo ad esso alternativi (per uno studio di come anche uno spazio pubblico possa essere considerato un sistema comunicativo sovrascritto dal discorso del consumo e dalla sua spettacolarizzazione, cfr. Barone 2008).

<sup>9</sup>Per un confronto aggiornato su come le nuove tecnologie agiscano da catalizzatori di trasformazioni profonde nel modo in cui creiamo, distribuiamo e interagiamo con i contenuti visivi offrendo nuove forme per l'espressione artistica e la narrazione cfr. Manzotti 2024.

<sup>10</sup>Ci limitiamo a considerare alcuni elementi legati alla fruizione di tali ambienti, resi pertinenti dalla sovrapposizione di creatività e gioco. Non rientra nelle nostre finalità intendere l'immersività come una categoria e un prodotto culturale, per una definizione più ampia e rigorosa della quale, alla luce dell'estesa letteratura semiotica e filosofica sul tema, rimandiamo a Corrain e Vannoni 2021, Bodini & De Cesaris 2022, Leone 2025, Jalhed 2025.

<sup>11</sup>L'elenco che segue non è esaustivo né rappresentativo ma esito di osservazioni etnografiche svolte da chi scrive ai fini di questa ricerca.

questa forma d'arte — paesaggi, vedute, gioco, eleganza, bellezza. Tra le opere di Hokusai e Hiroshige, rese fluttuanti da animazioni in 3D computer graphics e video mapping, per qualche euro in più era possibile aggirarsi in kimono. *Monet e gli Impressionisti*; pareti e pavimenti prendevano vita, si visitavano le quattro stagioni attraversando le opere paesaggistiche più significative accompagnati da Vivaldi. Si camminava sulle ninfee, celebri, che tuttavia si spostavano al passaggio dei nostri piedi. *Van Gogh*; ci si muoveva tra le proiezioni in stanze dedicate all'amore per le stampe giapponesi, all'abitudine a dipingere più volte lo stesso soggetto, alle allucinazioni, al daltonismo, alle relazioni; attraverso i visori della Realtà Virtuale si poteva passeggiare nella *Notte Stellata*, nelle ore prima dell'alba di Saint-Rémy-de-Provence, nei campi di grano all'ombra dei covoni, per le vie che accendono le terrazze dei caffè ad Arles. I visitatori, attraverso i loro visori, potevano arrivare a vedere le pennellate creare l'opera solo quando il loro punto di vista si fosse trovato alla giusta distanza dal soggetto dipinto, la stessa tenuta dal punto di vista dell'artista stesso nell'atto del dipingerlo. *Io sono Verdi*; un tour a piedi nella Milano risorgimentale che attraversava i luoghi più importanti nella storia della città amata dal compositore. La lettura della storia della città e delle lettere scritte da Verdi, rapito e tormentato dalla creatività compositiva, ci accompagnava tra le barricate e sotto i bombardamenti o ad assistere alle esequie dall'alto di una stanza dell'hotel Et de Milan, dove visse e morì, quando sotto il suo balcone un'intera città intonò *Va' pensiero* insieme alle ottocento trenta voci del coro de la Scala, diretto da Arturo Toscanini. *Space Dreamers*, un percorso che andava dall'atterraggio sul pianeta rosso che ci appariva attraverso le finestre di uno shuttle ricostruito, al perdersi nella simulazione di un labirinto pentadimensionale<sup>12</sup>.

## 2.1. I presupposti di un'indagine

Difficile interrogarsi su oggetti tanto disparati. Abbiamo iniziato raccogliendo gli elementi che durante la fruizione di esperienze immersive ci possono fare sentire immersi, come fossero indizi, e abbiamo ipotizzato un qualche rapporto tra loro.

Si trattava di chiedersi se il passaggio tra inazione/interazione e viceversa (attraverso le immagini digitali), potesse essere messo in rapporto con, ad esempio, l'essere fuori/essere dentro e viceversa (la cornice di un quadro o di uno schermo). Interpretare questi passaggi come trasformazioni tra i due poli opposti di più categorie semantiche, passaggi attivabili dalla fruizione (attraverso la topologia del metalinguaggio semiotico che proietta dualità sulla spazialità, (Lefebvre 1974)), portava a chiedersi se queste categorie (inclusione/esclusione, congiunzione/disgiunzione, implicazione/esplicazione, iterazione/reiterazione ...) fossero riconducibili a una sorta di *meta* categoria che, consentendo al visitatore il passaggio da una categoria all'altra, lo potesse fare per un punto di vista *meta* (Bertrand 2000), cioè collocato a un livello coesistente alle opposizioni ma sopraelevato e, rispetto a quello precedente, trascendente.

Un funzionamento che possiamo considerare analogo, in semiotica, a quello di una "componente figurale", se lo pensiamo consistere "nell'attribuire alla riunione di due collezioni di semi proprietà che rigorosamente valgono solo per la loro intersezione" (Gruppo  $\mu$  1970: tr.it. XXII); oppure, al concetto di termine triadico che collega e supera

---

<sup>12</sup> Qui la musica (*Interstellar Main Theme*, Hans Zimmer), sembrava funzionare come invito a immergersi e a fuggire in una quinta dimensione, invisibile ma concepibile come il limitare (irrappresentabile) tra due concezioni dello spaziotempo (quadri e penta dimensionale) e due teorie fisiche (della relatività generale e della meccanica quantistica).

due termini in opposizione, rappresentando sia il punto in cui la differenza tra loro si annulla sia una linea di fuga dalla stessa (Paolucci 2020)<sup>13</sup>.

Potremmo così considerare l'immersività un effetto della relazione tra gli elementi opposti disseminati lungo i percorsi di chi ne fa esperienza, un'isotopia, quindi. Ma potremmo così anche chiederci se non sia la paradossalità quella sorta di *meta categoria*, quella logica del senso che li organizza così incredibilmente tra loro <sup>14</sup>.

### 3. Esperire il paradosso

Consideriamo allora alcuni esempi di “passaggi tra i due poli” di una categoria semantica, attivabili dalla fruizione di un'esperienza immersiva.

“Siamo” Giuseppe Verdi, noi visitatori con indosso il nostro headset nella stanza della sua tenuta di Sant'Agata, la vediamo attorno a noi: i quadri, il camino acceso. Siamo seduti al tavolo sul quale abbiamo appoggiato il “nostro” cappello, un sigaro fumante è sul posacenere, accanto il bastone da passeggio, di fronte uno spartito sul quale vediamo comporsi melodia e armonia. Siamo seduti proprio lì. Eppure, se ci voltiamo, la sedia sulla quale dovremmo essere seduti è vuota, il nostro corpo non c'è, perché vediamo il sedile libero alle nostre spalle. Siamo eppure non siamo lì, perché non vediamo il nostro corpo compresente al contesto. Ed ecco in questa non rappresentazione l'indizio della nostra simultanea *presenza-assenza* all'interno del mondo diegetico, la sua irrepresentabilità.

La presenza dell'utente nel mondo delle immagini fluttuanti <sup>15</sup>segue in generale lo stesso contraddittorio destino, essendo al contempo affermata e negata. La risposta in “tempo reale” dei contenuti digitali alle azioni del soggetto infatti (ad esempio le ninfee che si spostano, proiettate sul pavimento, mosse dai nostri passi) è “preziosa”, riservata a pochi importanti momenti. Per il resto, quando indossa il visore ed è *nella* Realtà Virtuale, il punto di vista del soggetto, il più delle volte, si muove nell'ambiente in 3D seguendo un

---

<sup>13</sup> Oppure, al concetto di “figura”, che trova in semiotica diverse definizioni, tra le quali, in Basso (2008), quella di operatore di traduzione intersemiotica tra ambiti eterogenei tra loro, che funziona come un diagramma di relazioni (costituzioni plastiche, topologiche, enunciative...) che rinvenuto all'interno di un ambito, può essere proiettato su un altro.

<sup>14</sup> Per una definizione di testo che riesca a descrivere l'emergere del senso dello spazio *per* il punto di vista del soggetto che lo pratica e lo interpreta, un senso del percorso, immersivo, nel corso del suo farsi, rimandiamo a Colombo e Eugeni (1996). Ne *Il testo visibile* sostengono che dall'epoca che inizia con la fine del Settecento inizia a prevalere un modello di organizzazione e fruizione del testo *poli-centrico* e *reticolare* (proprio delle immagini). Da un lato questa reticolarità diveniva visibile e praticabile grazie ai “nuovi” dispositivi grafici della stampa periodica, degli annunci pubblicitari, della poesia d'avanguardia, ad esempio. Dall'altro, la reticolarità era esperita a livello contestuale e intertestuale. La percorrenza della metropoli (in cui si aprono le “finestre testuali” delle vetrine e della cartellonistica pubblicitaria, spettacolarizzate dall'illuminazione artificiale), l'organizzazione spettacolare delle esposizioni universali nelle grandi città, i percorsi espositivi nel nascente museo moderno erano concrezioni dello sforzo di organizzazione del visibile sociale inteso come controllo del punto di vista del pubblico. Possiamo pensare che le esperienze immersive riformino questa strategia sociale del mostrare evolvendo i dispositivi che orientano i percorsi visivi e interpretativi attraverso i quali fruire, appunto, il testo.

<sup>15</sup> Ci avvaliamo in questo contesto di una teoria protesica dell'enunciazione derivata dal linguaggio audiovisivo che considera i dispositivi (i punti di presa ai testi) come commutatori di presenza/assenza «Le protesi percettive, cognitive e narrative sono elementi interni al linguaggio audiovisivo che puntano però fuori dall'audiovisivo e non possono funzionare che nella concreta situazione di enunciazione, facendo delle cose a qualcuno fuori dal linguaggio audiovisivo e attraverso di esso. Per questo ne costituiscono l'apparato formale» (Paolucci 2020: 322). Per una proposta di studio che avvicini la fruizione di un testo al percorso di un soggetto all'interno di uno spazio tridimensionale che sovrappone realtà fisica e dati, comparandolo a un concatenamento di posizioni enunciative rese possibili dall'installazione di un punto di vista interno al movimento interpretativo, seppur elaborata in anni in cui non solo l'effetto di immersività era meno efficace e limitato alle esperienze di gaming, ma il lavoro semiotico sull'enunciazione stava già stabilizzando le sue radicali evoluzioni, rimandiamo a Barone 2003.

tracciato e una velocità predeterminate, come quelle di una macchina da presa in un piano sequenza in soggettiva di un testo audiovisivo. Lo svolgimento temporale del discorso rispetto all'attività di sguardo e di ascolto è, in altre parole, autonomo, nonostante, ad esempio, si possa ben immaginare insorga il più che motivato desiderio di una sosta, quando ci sia data, per una volta nella vita, la possibilità di passeggiare nei campi di grano tra i corvi o sotto i vortici del cielo stellato di Van Gogh.

Inoltre, il nostro schema corporeo è spesso inadeguato, oscilliamo continuamente dall'essere troppo grandi all'essere troppo piccoli rispetto al contesto. L'onda di Hokusai è così grande da travolgerci; siamo più grandi di una luna intera ricostruita in una sola stanza. Come nella tana del bianconiglio (Bartezzaghi 2003), se non sono sempre presenti oggetti fuori scala, ce ne è sempre almeno uno a dirci che una delle meraviglie, in questi paesi, è essere sempre pronti a non coincidere con l'abitudine che abbiamo di noi stessi. Siamo presi, insomma, in un continuo ribaltamento timico tra posizioni antinomiche che riguardano tutte le categorie paradigmatiche di spazio, tempo e soggetto. Esperiamo continuamente passaggi tra l'essere dentro e fuori la cornice, o lo schermo, attualizzati e virtualizzati, enunciatori ed enunciatari, debrati ed embraiti in una mise en abîme di funzioni enunciative. Ed è all'interno di questo incasso infinito di posizioni enunciative antinomiche che si apre la possibilità di percepire una linea di fuga. Se imboccata, come un tunnel ci porta "al di fuori" dell'esperienza stessa offrendo alla coscienza l'illusione che la si stia vivendo per gioco.

Sta proprio qui la chiave che dischiude il piacere di questo tipo di esperienze.

L'euforia ipnotica dell'*essere fuori e dentro* in una posizione impossibile nella prensione ordinaria del reale.

Ecco forse descritto il senso di vertigine, così rapinosamente piacevole, che si produce, e non a caso, proprio di fronte alla soglia aperta tra illusione e realtà. Lo diceva già Caillois (1950) che i momenti di vertigine sono momenti di attrazione, il cui primo effetto sorprende e sconcerta l'istinto di conservazione; sono luoghi di paradossale convivenza di ragione scientifica e fenomenologia estetica dell'immaginario, dove si consuma la nostalgia per la rimozione scientificamente razionale dell'irrazionale.

L'importanza del carattere costitutivamente paradossale di questo tipo di esperienze fruibili emerge chiaramente anche dagli studi tecnici nell'ambito della Realtà Virtuale, ad oggi lo standard tecnologico che abilita le esperienze immersive più diffuse. Definiscono "presenza" l'illusione percettiva di non mediazione (*nonmediation*, Lombard & Ditton 1997) che si realizza quando un utente *non* è consapevole della tecnologia e interagisce con l'ambiente come farebbe nel mondo reale<sup>16</sup>. L'immersività più completa si otterrebbe, quindi, non attraverso un "come se" si fosse presenti in uno spazio *altro*, diegetico, ma attraverso l'eliminazione del "come se"; appunto, con una "semplice" sensazione di presenza. La promessa di un effetto immersivo sempre più sofisticato, affidato a tecnologie sempre più avanzate, sarebbe la stessa che rende la tecnologia completamente trasparente, negandole una funzione mediale e mediatrice. La tecnologia immersiva, quindi, sembra essere quella che quando davvero c'è, non c'è.

Tuttavia, quando visitiamo un'esperienza immersiva, l'intelligenza artificiale, i proiettori di videomapping, i visori e i dispositivi per la realtà virtuale e aumentata sono esplicitamente valorizzati dalla comunicazione promozionale prima del percorso. Durante, lo sono da testi e paratesi analoghi a quelli che introdurrebbero alle opere d'arte lungo i percorsi espositivi tradizionali.

---

<sup>16</sup> "Presenza" è il massimo grado dell'effetto immersivo (sostituisce "telepresenza", espressione coniata da Marvin Minsky nel 1980) che eliminerebbe il conflitto, ad oggi ancora ineliminabile, tra sensibilità esteroceettiva (*exterceptive*), da un lato, e sensibilità propriocettiva e interocettiva (*interceptive*) dall'altro.

Insomma, la tecnologia immersiva è anche quella che, nonostante l'immersività prometta che non ci sia, c'è, eccome. Anzi, è forse proprio la tecnologia la vera attrazione, celebrata in queste nuove esposizioni universali temporanee e diffuse. Oppure, lo è l'effetto che fa la sua presenza-assenza, la *meta isotopia* che possiamo iniziare a chiamare per nome.

#### 4. Per intrattenimento

Possiamo quindi ritenere che sia la continua oscillazione di un soggetto che collega tra loro istanze antitetiche a generare il senso delle "esperienze immersive".

Quando considerassimo queste istanze antitetiche saldate a uno stesso piano di immanenza, dovremmo considerare irrepresentabili contemporaneamente, in realtà.

La saldatura tra due impossibili, infatti, non si può rappresentare, come mostrato spesso in aula da Stefano Bartezzaghi nell'analisi enunciativa de la "Galleria di stampe" di Escher.

Ecco quindi che se in questa saldatura le esperienze immersive offrono "posto" al soggetto, la più importante fonte di attrazione e intrattenimento di queste esperienze sarà l'immersività intesa proprio come effetto di un *essere tra*, di un oscillare tra *dimensioni impossibili* per divertirsi a sperimentare proprio questa condizione divisa.

Come si ottiene quest'effetto paradossale<sup>17</sup>? Innanzi tutto, senza fermare mai l'oscillazione tra posizioni impossibili tradotte in ruoli sia enunciativi sia tematici, messe a servizio dell'intrattenimento.

Questo è particolarmente evidente nelle esperienze immersive dedicate all'arte e sarebbe forse utile a spiegare anche perché queste finiscano spesso per essere dedicate, più che all'arte e alle sue opere, alla creatività.

Teoricamente, perché l'essere tra dimensioni impossibili è parte della definizione di creatività se è essa stessa un *mitismo* (Bartezzaghi 2021: 34), costituito da strutture semantiche che si oppongono fra loro e che hanno la funzione di risolvere, sul piano immaginario, le contraddizioni che non saremmo capaci di risolvere sul piano del reale (Fabbri 2002). Infatti potremmo proporre di osservare un mitismo o una struttura paradossale in filigrana alle teorie che intendono la creatività proprio come ciò che si genera dall'oscillare su tensioni tra polarità psichiche: i pensieri lenti e i pensieri veloci in Kahenmann; l'impegno e la resa, la variazione casuale e la ritenzione selettiva (fino all'insight, in Campbell), il pensiero divergente e quello convergente in Guilford. Un'oscillazione tra fasi divergenti e convergenti che il Design Council britannico ha anche rappresentato con la silhouette di un doppio diamante.

In realtà, l'oscillazione diviene fonte di grande attrazione proprio quando le posizioni attanziali impossibili tematizzano esplicitamente la creatività, immergendoci nell'impossibile condizione di essere artisti e spettatori al contempo, creatori di opere già create e note o creativi senza originalità.

Ad esempio, al termine della mostra dedicata a Van Gogh, l'invito rivolto ai visitatori "crea il tuo capolavoro" è a sedersi, colorare stampe in bianco e nero delle sue opere più celebri, poi a fotografarle perché siano esposte nell'ultima sala. E ancora. Di fronte a una riproduzione in tre dimensioni e a grandezza naturale de *La camera di Vincent ad Arles*, l'icona di una macchina fotografica sul pavimento ci indica "dove" stare in piedi a scattare una foto. È il punto che coincide con la posizione che, dal dipinto, si deduce fosse quella dell'artista all'opera. Occupare quel posto ci farà "autori" di uno "scatto artistico",

---

<sup>17</sup> «Il paradosso è l'affermazione simultanea di due sensi incompatibili» (Deleuze 1969: tr.it. 11).

“artistico” tra tante virgolette quanti saranno gli incassi enunciativi tra l’opera originale e le sue riproduzioni tecniche<sup>18</sup>.

E ancora. Oscilliamo tra due posizioni, tra ciò che già sa un fruitore di opere d’arte già note, e ciò che ancora non sa un’artista nell’atto di crearle. Da un lato quindi le opere mai originali, sempre riprodotte in stampa o in video e anche più volte lungo il percorso espositivo, e anche trasformate in motivo decorativo. Dall’altro, la retorica della creazione. Mentre “siamo” Giuseppe Verdi, seduti al già citato tavolo in Sant’Agata, secondo la più classica iconografia dell’annuncio, componiamo quando siamo raggiunti dall’ispirazione figurativizzata in un fascio di luce che ci colpisce entrando da una finestra che d’improvviso si spalanca.

## 5. Per trascendimento

Un’ulteriore fonte di attrazione per le esperienze immersive sembra essere, oltre al “fermarsi” a oscillare tra dimensioni impossibili, sperimentando una condizione divisa come forma di intrattenimento<sup>19</sup>, il trascenderla, “fare il salto”: trovare per il soggetto un punto di osservazione<sup>20</sup> degli opposti dal quale sia possibile immaginare, creare *un* senso che li comprenda entrambi.

Siamo consapevoli di stare forse “praticando” a livello attanziale una disgiunzione strutturale, quella coesistenza dei contrari che secondo Greimas e Courtés non ha mai trovato una soluzione soddisfacente perché ereditata da una lunga tradizione filosofica e religiosa (2007:44).

Tuttavia, ci si consente di trattare l’immersività non come termine neutro ma come un termine complesso, come esito della coesistenza degli impossibili, sia esso un mitismo, un trascendimento o entrambi. Perché osservando le contraddizioni da un livello superiore che riesce a contenerle, si può provare la sensazione di acquisire un livello superiore di coscienza e, così, di “creare noi stessi”<sup>21</sup>.

Per quanto possa sembrare riduttivo osservarlo, riteniamo che questa forma di trascendimento abbia molto a che fare con la componente ludica delle esperienze immersive; cerchiamo conferma di questa ipotesi avvalendoci dei motivi per cui giochiamo elaborati Caillois (1950) e della funzione degli oggetti transizionali in Winnicott (1961).

Paragonare le esperienze immersive alle esperienze ludiche non significa occuparsi di piscine di palline, altalene appese alle nuvole, giochi d’infanzia nipponici, giochi

---

<sup>18</sup> Per l’effetto ipnotico che può derivare da questa disposizione “ad incasso” enunciativo cfr. Mazzarino 2015.

<sup>19</sup> In coerenza al concetto di aspettualizzazione reversibile proposto da (Beato 2023).

<sup>20</sup> Il grado di passività-attività dell’attante osservatore distingue un *osservatore attivo* da un *soggetto ricettore* che raccoglie le sollecitazioni provenienti da un *oggetto informatore*. Cfr. la voce *Informateur* in Greimas Courtés (1979)

<sup>21</sup> Per sostenere questa affermazione occorrerebbe accennare al ricorrere del tema della fuga dal dualismo (comunemente noto come problema mente-corpo nella tradizione filosofica occidentale da Cartesio in avanti) come forma di trascendenza o di trascendimento, nel senso letterale di oltrepassare, salire, superare, porsi al di sopra, elevarsi a una dimensione superiore. Della trascendenza figurativizzata in una “fuga”, come fosse una via che evolve la logica del pensiero duale, troviamo traccia nelle tradizioni di pensiero più antiche e nelle contemporanee fondamentali. In questo contesto possiamo solo evocare il modi in cui la fuga appare come il presupposto o l’antecedente dell’ “illuminazione”: la fuga come forma musicale polifonica o come uscita dal sistema in filosofia della mente; la fuga degli interpretanti (Peirce, Eco), il concetto di enantiodromia (dal greco antico, composto di enantios, opposto, e dromos, corsa), a dire il gioco degli opposti nel divenire del processo di individuazione alchemico e simbolico, lo stato psicologico in cui *io* e *non io* non formano più alcun contrasto in (Jung 1952); nella poetica dei koan (Hofstadter), il superamento dei confini tra sé e il mondo esterno nello Zen e, nella logica di Gesù, secondo Ricoeur, il disorientamento della volontà che precede il riorientamento dell’immaginazione.

enigmistici (come il “trova le differenze” tra tre versioni della camera di Vincent ad Arles). Vivere un’esperienza immersiva è, di per sé, giocare.

Per “fare” un’esperienza immersiva infatti si “fa” un’esperienza ludica: si paga e si entra in una sfera temporanea di attività con finalità tutta propria, libera, incerta, improduttiva e separata in modo marcato dall’ordinarietà (come direbbe Huizinga, 1946). L’interno delle sale in genere è buio, come quelle cinematografiche, così i colori brillano sullo sfondo scuro e i suoni avvolgono e ogni occasione di rima sinestesica è valorizzata (si pensi, ad esempio, all’offerta di un tè ai fiori giapponesi accanto al racconto della fascinazione di Van Gogh per la ceramica giapponese). Gli stimoli sensoriali risultano amplificati, così come i fenomeni percettivi, come se si aprisse uno spazio-tempo intermedio, collocato idealmente dopo l’enunciazione e prima della manifestazione del senso. Numerose spie lessicali nei testi e nei paratesti confermano la valorizzazione di questa liminalità percettiva, di una *sasie* ipercodificata: *goditi, stupisciti, meravigliati, perditi*. Si è così invitati a immergersi per immergersi, per avere il piacere di una percezione sensoriale rinnovata, intensificata e amplificata dal senso di meraviglia.

Per dirla con Caillois (1950), il gioco nelle esperienze immersive si configura prevalentemente come *mimicry*, per il predominio dell’effetto di illusione, e come vertigine, *ilinx*. Ma non come *alea* né come *agon*. Non vi sono obiettivi da raggiungere, premi da conquistare o competizioni da sostenere; le uniche regole sono quelle che istruiscono una fruizione educata, ricordando al soggetto che sta, appunto, giocando a immergersi: assorbito dalle proprie percezioni, ma consapevole della loro natura finzionale, come nelle storie (Bartezzaghi 2016: 107). E la segnaletica conferma: non toccare la luna, appenditi alle nuvole ma dondolati con cautela, non toccare l’U.F.O.

Il piacere dell’immersione sta tutto nell’illusione e nella vertigine del rapporto con un ambiente fatto di immagini-oggetto, risultate dalla sovrapposizione di contenuti reali e digitali, che ci presuppongono sia come fruitori sia come autori, sia presenti sia assenti, ci consentono di assumere diritti sulle immagini-oggetto stesse ma anche di sentire abrogata la nostra l’onnipotenza.

E in Winnicott (1961)<sup>22</sup> è proprio questo tipo di relazione, possibile con gli oggetti presenti e assenti che chiama “transizionali”, a istituire un’area di gioco<sup>23</sup>. *Non viceversa*.

Il potere transizionale di un oggetto sta proprio nel suo *non essere solo un oggetto esterno*, reale (percepito nella realtà consensuale), e nel suo *non essere solo un oggetto interno*, un concetto mentale. Cioè il fatto di essere “del mondo” e allo stesso tempo manipolato come essere “in forma trasognata” (ivi, tr.it.: 123).

Se l’oggetto transizionale ha potere perché media tra il soggetto e l’ambiente, la funzione dello spazio in cui l’oggetto transizionale può esistere è quella di elaborare una risposta libera e creativa al reale (a patto che l’illusione che la sostiene non sia mai frustrata o interrotta dal principio di realtà). Winnicott stesso sostiene l’importanza assoluta di quest’area, definendola *area di crescita*. *Gioco* per il bambino e *cultura* per l’adulto.

## 6. Conclusioni

Ecco che allora l’oscillazione tra impossibili e la paradossalità che la trascende sembrano essere, oltre che una fonte inesauribile di intrattenimento, anche modi di

---

<sup>22</sup> Ci consentiamo, a nostra vota, di saltare, qui, “fuori dal sistema”, seguendo la vertigine, il rischio di perderci nella contemplazione del gioco, come avvertiva Eco fosse necessario fare per distinguere e proteggere la cultura dal gioco e *play* da *game* (Eco in Huizinga 1973: XXVII).

<sup>23</sup> Abbiamo un oggetto transizionale quando nel gioco un bambino sceglie un oggetto che sta al posto della presenza della madre. Giocando esercita un controllo sull’oggetto e, attraverso di esso, sulla presenza/assenza della madre.

consentire al soggetto di abitare spazi di crescita e di divenire, attraverso il contatto controllato e protetto con un'alterità che lo spaventa e attrae al contempo.

La nostra ipotesi è che esperienze immersive ne rappresentino una versione particolarmente rapinosa.

Ben lontane dall'essere o le nuove forme espositive dell'arte o parchi a tema dove la meraviglia è a buon mercato, e più che essere un nuovo genere postmediale, funzionano come un vero e proprio dispositivo foucaultiano, forse destinato ad esaurire la sua utilità, ma ad oggi motivato dalla necessità di elaborare un nuovo rapporto con una tecnologia che mette in questione proprio la soggettività attraverso la percezione, tanto quanto l'intelligenza artificiale lo fa in altri contesti dal punto di vista cognitivo ed emozionale<sup>24</sup>. Quando si tratta di esperienze immersive, si tratta quindi di un'area intermedia di esperienza tra immaginazione e realtà, tra presente e futuro.

Proprio perché istituisce "solo" un gioco, da un lato non viene messa in dubbio e intrattiene allentando la tensione tra umano e macchinico, dandoci tempo, spazio e libertà per iniziare a risolverla sul piano immaginario.

Dall'altro, quando le esperienze immersive si pongono a servizio della riappropriazione di un distacco osservativo, espandono consapevolezza e controllo rispetto a un mondo che richiede di vivere in più dimensioni contemporaneamente, esse divengono uno dei luoghi possibili dove allenare la coscienza all'evoluzione necessaria in ogni "nuova" realtà dove il paradosso è, attraverso una fuga apparente, in realtà un passaggio a una dimensione superiore.

## Bibliografia

Barone, Camilla (2003), «Forme del movimento in ambienti virtuali tridimensionali», in *Versus*, n. 94-95-96, *Semiotica dei nuovi media*, pp. 25-44.

Barone, Camilla (2008), «La fiera della metropoli. Milano e l'esposizione dello spazio pubblico», in G. Marrone, I. Pezzini (a cura di), *Linguaggi della città. Senso e metropoli. Vol. 2: Modelli e proposte di analisi*, Meltemi, Milano.

Barone, Camilla; Bassano, Giuditta (2024), «Rhetoric and interdiscursive translation», in *Proceedings of the 15th World Congress of Semiotics / LASS-AIS (Semiotics in the Lifeworld - August 30 - September 3, 2022, Thessaloniki, Greece)*.

Bartezzaghi, Stefano (2003), «Il patto con l'unicorno», introduzione a Lewis Carroll, *Le avventure di Alice nel Paese delle Meraviglie e Al di là dello specchio*, [1865; 1871], Einaudi, Torino.

Bartezzaghi, Stefano (2013), *Il falò delle novità. La creatività al tempo dei cellulari intelligenti*, UTET-De Agostini, Torino-Novara.

---

<sup>24</sup> In questo senso, questo intervento potrebbe rappresentare un invito a considerare se una semiotica della creatività possa accettare il confronto con oggetti e pratiche che ne ripropongono la mitologia, restituendole la responsabilità di un'osservazione dei dispositivi di costituzione della soggettività fino a ipotizzare di dialogare con un'idea di *percezione coscienziale* (Marsciani 2024).

Bartezzaghi, Stefano (2016), *La ludoteca di Babele. Dal dado ai social network: a che gioco stiamo giocando?*, Utet, Novara.

Bartezzaghi, Stefano (2021), *Mettere al mondo il mondo. Tutto quanto facciamo per essere detti creativi e chi ce lo fa fare*, Bompiani, Milano.

Basso Fossali, Pierluigi (2008), *La promozione dei valori. Semiotica della Comunicazione e dei Consumi*, Franco Angeli, Milano.

Beato, Massimo Roberto (2023), «Un mondo possibile in una stanza. La «sommersività» come forma di trascendenza», in *Annali di studi religiosi*, 24, FBK Press, Trento, pp. 89-97.

Bertrand, Denis (2000), *Basi di semiotica letteraria*, Natan HER, Paris (*Basi di semiotica letteraria*, Gianfranco Marrone, Antonio Perri (a cura di), Meltemi, Roma 2002).

Boldini, Jacopo; De Cesaris, Alessandro (2022), *Immersivity. Philosophical Perspectives on Technologically Mediated Experience 2022*, from <http://digital.casalini.it/9788855293471>, consultato il 23 Dicembre 2025.

Brown, Tim (2009), *Change by Design. How Design Thinking Can Transform Organizations and Inspire Innovation*, HarperBusiness, New York, NY.

Caillois, Roger (1950), *L'Homme et le sacré*, Gallimard, Paris (*L'uomo e il sacro*, tr.it. Bollati Boringhieri, Torino 2001).

Colombo, Fausto; Eugeni, Ruggero (1996), *Il testo visibile. Teoria, storia e modelli di analisi*, Carocci, Roma.

Corrain, Lucia; Vannoni, Mirco (2021), «Figure dell'immersività», in *Carte Semiotiche, Rivista Internazionale di Semiotica e Teoria dell'Immagine*, Annali 7 - Settembre 2021.

Deleuze, Gilles (1969), *Logique du sens*, Éditions de Minuit, Paris (*Logica del senso*, Feltrinelli, Milano 1975).

Deterding, Sebastian; Walz, Steffen P. *The Gameful World: Approaches, Issues, Applications*, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts 2005.

Eco, Umberto; Sebeok, Thomas Albert., (1983), *The sign of the Three: Peirce, Holmes, Dupin*, Indiana University Press, Bloomington, (*Il segno dei tre. Peirce, Holmes, Dupin*, Bompiani, Milano 1983).

Eugeni, Ruggero (2015), *La condizione postmediale. Media, linguaggi e narrazioni*, La scuola, Brescia.

Fabbri, Paolo (2002), *Le avventure di pinocchio*, Meltemi, Roma.

Fabbri, Paolo (2004), «Per una semiotica della comunicazione strategica, con Federico Montanari», in *E | C*, data di pubblicazione in rete: 30 luglio 2004.

Greimas, Algirdas Julien, Courtés Joseph (1979), *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la Théorie du langage*, Hachette, Paris (*Semiotica. Dizionario Ragionato della Teoria del Linguaggio*, La casa Usher, Firenze, 1986, nuova ed. Bruno Mondadori, Milano 2007).

Greimas, Algirdas Julien (1983), *Du Sens II – Essais Sémiotique*, Seuil, Paris (*Del Senso 2. Narratività, Modalità, Passioni*, Bompiani, Milano 1984)

Gruppo  $\mu$  (1970), *Rhétorique générale*, Larousse, Paris (*Retorica generale*, Bompiani, Milano 1976).

Huizinga, Johan (1973), *Homo Ludens*, Einaudi, Torino.

Jalhed, Hedvig (2025). «Patterns as basis for immersivity across the arts: a practice-led hypothesis», in *Frontiers in Psychology*, vol.16, <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1670384>, 2025.

Jung, Karl Gustav (1952), «Sincronizität als ein Prinzip akausaler Zusammenhänge», in *Naturaerklärung und Psyche*, Rasher; (*La sincronicità*, Bollati Boringhieri, Torino 1980)

Lefebvre, Henri (1974), *Production de l'espace*, Anthropos, Paris (*The production of space*, trad. ing, Blackwell 1991).

Leone, Massimo (2025), *Il senso immerso. Libertà e smarrimenti del corpo digitale*, Aracne, I quaderni di LEXIA, Roma.

Lombard, Matthew; Theresa Ditton (1997). «At the heart of it all: The concept of presence». *Journal of Computer-Mediated Communication*, 3(2). <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.1997.tb00072.x>, 1997.

Manzotti, Riccardo (2024), *Visual Media e nuove forme tecnologiche*, a cura di, Mimesis, Milano.

Marsciani, Francesco (2024), «Immagini da un seminario: dialogo con Francesco Marsciani», in *E|C Rivista dell'Associazione Italiana di Studi Semiotici*, anno XVIII, n. 40, Mimesis, Milano-Udine.

Mazzarino, Giuseppe (2015), *Il potere dell'ipnosi. Proposte teoriche per un'etnosemiotica*. Marsciani F., a cura di, Esculapio, Bologna.

Paolucci, Claudio (2019), *Strutturalismo e interpretazione*, Bompiani, Milano.

Paolucci, Claudio (2020), *Persona*, Bompiani, Milano.

Riva, Giuseppe; Waterworth, John; Murray, Dianne (2014), *Interacting with Presence: HCI and the Sense of Presence in Computer mediated Environments*, Warsaw-Berlin: De Gruyter, Open.

Winnicott, Donald Woods, (1971), *Playing and Reality*, Tavistock; London (*Gioco e realtà*, Armando, Roma 2006).