

L'EVENTO. ARRIVANO ANCORA DOMANDE DI PARTECIPAZIONE

FOTO: Carlo Perazzolo



The Day da gioco a film e la gara continua in Rete

La caccia al tesoro che la notte di Halloween ha portato allo scontro squadre del "male" e del "bene" per i vicoli del centro storico prosegue il suo successo su blog e siti internet. L'avventura, filmata dagli stessi partecipanti, diverrà un format tv. **di Giulio Todescan**

Prendete "The Blair Witch Project", aggiornatelo agli ultimi sviluppi della rete - blog, YouTube, MySpace - e avrete un'idea approssimativa di cosa è stato "The Day", il grande gioco di ruolo che ha movimentato Vicenza e le sue campagne nella notte di Halloween. Ma questa volta il plot non prevedeva giovani dispersi in boschi sconosciuti: i 120 partecipanti, divisi in 24 squadre, sapevano a cosa andavano incontro. Si sono lanciati di proposito alla ricerca di soluzioni agli enigmi disseminati fra le viuzze del centro storico, un ex manicomio sui colli, una chiesetta consacrata a Villalta di Gazzo

Padovano. «La prima fase del gioco è stata la più fisica, pensata per fiaccare i giocatori - racconta uno degli organizzatori, Simone Ariot - Seguendo gli indizi le squadre si sono incontrate in un punto stabilito; lì le abbiamo suddivise in due fronti, il "bene" e il "male"». Alle cinque di mattina il verdetto: alla chiesetta di Villaga è stata incoronata la squadra vincitrice. In linea con la festa delle zucche, ha vinto il male. Una grande caccia al tesoro, quindi, organizzata da Simone Ariot, Francesco Marcuzzi, Mattia Albiero e Giovanni de Toni, autori negli anni scorsi di altre "burle" in più piccola scala. Ma anche un esperimento comunicativo che

Un vero esperimento comunicativo che ha coinvolto 25-30enni grazie al passaparola generato dal Web

► Il ritrovo dei partecipanti alla prima edizione di The Day e alcune fasi della caccia al tesoro.

ha coinvolto 25-30enni raccolti con il passaparola generato dal sito internet theday.it. Che è stato il vero fulcro di tutta l'operazione. Il sito ha mobilitato una comunità on line, stuzzicata dagli indizi aggiunti col contagocce nelle scorse settimane. Musiche al cardiopalma, spezzoni di video girati di notte sui berici, criptici riferimenti al serial killer Edward Gein: alcuni video caricati sul sito YouTube.com hanno totalizzato più di mille visite. Poi l'effetto-domino: proliferano i siti dei gruppi iscritti all'evento, mentre ogni giorno arrivano decine di richieste di partecipazione (costo 15 euro, e numero inderogabilmente chiuso). I gruppi si danno un

nome - Omnipotent Team, I 5 alimenti, Incursori Berici fra gli altri - e attivano i propri blog personali, iniziando una serie di schermaglie fatte di commenti, firme sul guestbook, filmati di presentazione dei membri, ognuno dotato di un nome di fantasia. «I 5 Alimenti hanno prodotto n° 20 spille personalizzate con il logo del team - si legge sul blog di un gruppo - che sono state distribuite, oltre che ai componenti, agli organizzatori e ad alcuni esponenti di spicco di altre squadre. Stiamo valutando se mettere le rimanenti all'asta su Ebay».

I GIOCATORI stessi si sono resi narratori: telecamere e fotocamere alla mano, hanno documentato ogni passo dell'avventura: forse ne verrà fuori un film o un format televisivo. E il gioco potrebbe trasformarsi in un lavoro. «Siamo stati contattati anche da aziende che vogliono costruire eventi simili per motivare il personale al gioco di squadra» rivela Ariot. Questo sì uno scenario da paura: vacanze aziendali fra cascine in rovina e boschi spettrali? Non per il momento: «The Day non si ripeterà nell'immediato - dice Ariot - Ma già stiamo lavorando ad altri eventi per i prossimi due mesi». ■