

[Annunciato Halo Infinite](#)

La conferenza Microsoft comincia con il trailer di **Halo Infinite**, vediamo infatti il casco di **Masterchief** e a seguire **Phil Spencer** che introduce il nuovo capitolo della saga

[Capcom rinnova nuovamente il marchio per Deep Down](#)

Uno dei titoli più attesi al lancio di **PS4**, tanto da essere presentato al grande pubblico in contemporanea, fu **Deep Down**, sviluppato da **Capcom** con il nuovo motore grafico **Panta Rhei**. Successivamente però, tra 2013 e 2014, non se ne seppe più nulla, a parte i costanti rinnovi del *trademark* da parte della software house, che sarebbero scaduti definitivamente questo mese, come da legge statunitense per i diritti commerciali. Ma a quanto pare, il nome è stato registrato ex-novo, il che potrebbe significare che il progetto è ancora in fase di sviluppo. L'ultima richiesta di estensione è ancora più confortante, motivata con "ricerca e sviluppo". Incrociando le dita, potremmo vederlo tra qualche giorno all'**E3** di Los Angeles.

[Sunset Overdrive presto su PC?](#)

In Corea, **Sunset Overdrive** è stato inserito nella *Game Rating Board* coreana, ovvero il sito che raccoglie le schede di tutti i giochi presenti sul mercato. Sembrerebbe cosa normale, dato che stiamo parlando di un **free roaming** del 2014, ma la scheda conteneva un particolare che non è certo passato inosservato; si tratta infatti della versione **PC**. Che sia in arrivo sul mercato? Meglio però ripassare visto che il titolo è uscito 4 anni fa, vi lasciamo al trailer della versione **Xbox**.

[Valve cerca personale: buone notizie per i gamer?](#)

Valve non è un'azienda che ha certo bisogno di presentazione, conosciuta dai più per il suo store digitale **Steam**, il più utilizzato dai **PC-gamer**, e che si è affermata sul mercato videoludico grazie a

titoli come **Counter Strike: Global Offensive** e **Half-Life**.

Negli ultimi giorni è comparso un nuovo sito, riconducibile a **Valve**, creato per assumere nuovo personale in molte posizioni all'interno dell'azienda, che vanno da un ruolo amministrativo e/o di gestione al game design. Nel dettaglio, sono stati aggiunti due progetti per i quali si cerca personale: parliamo di un gioco di carte collezionabili chiamato **Artifact**, che sarebbe ispirato a **Dota 2**, e un nuovo gioco di avventura incentrato sulla narrazione **In the Valley of Gods**.

Le intenzioni di Valve sembrano non fermarsi alla produzione di quanto sopra citato ma anche a "nuovi giochi in lavorazione top secret". È il momento perfetto per fare speculazione: è in arrivo un nuovo **Half-Life**?

[E3 2018: pubblicato il programma completo](#)

Qual è l'evento più atteso ogni anno da un videogiocatore se non l'**E3** di Los Angeles? Ormai manca poco meno di un mese all'inizio della fiera e sembra essere arrivato il momento da parte degli organizzatori, di svelare il programma delle conferenze.

Qui di seguito lo riportiamo con il fuso orario italiano:

9 Giugno

Ore 20:00, Conferenza **Electronic Arts**

10 Giugno

Ore 22:00, Conferenza **Microsoft** ([sito ufficiale](#))

11 Giugno

Ore 03:30, Conferenza **Bethesda**

Ore 19:00, *Showcase* **Square Enix Digital** ([sito ufficiale](#))

Ore 22:00, Conferenza **Ubisoft**

12 Giugno

A mezzanotte in punto, **PC Gaming show** ([sito ufficiale](#))

Ore 18:00, Conferenza **Nintendo**

Orario da definire invece per la conferenza **Sony**, che dovrebbe essere l'evento serale dell'11 giugno e quindi la si potrà seguire dall'Italia solo in tarda nottata.

[Dune II: tre regole per un buon videogame su](#)

licenza

«Creare videogiochi è un lavoro difficile. Molto di ciò che facciamo richiede un salto nel buio. Dobbiamo immaginare il gameplay, la tecnologia con cui il videogioco prenderà vita. Immaginare gli scenari e i suoni che meglio trasmetteranno il gioco nella sua interezza al videogiocatore»

Così esordisce **Tomas Rawlings**, *Design Director* per **Auroch Digital** su Gameindustry.biz. Durante il corso dell'intervista afferma che vi sono diversi punti critici in cui è facile sbagliare durante la creazione di un videogioco ma, una volta che si è riusciti nell'intento, il risultato appaga tutti gli sforzi e crea una sorta di "magia". Ma come si riconosce questa magia? Ce ne si accorge quando si è completamente assorti nel videogioco tanto da dimenticare il mondo esterno, cioè quando il gioco diventa il proprio mondo.

Racconta di quando era giovane e di quando scoprì il videogioco **Dune**, tratto dal romanzo fantascientifico di **Frank Herbert**, così come l'omonimo film di **David Lynch**. Allora decise di dedicarsi 20 minuti a questo gioco, giusto per conoscerlo, ma dopo che lo provò passò l'intera notte e parte della successiva giornata a giocarci; ma perché questo preambolo? Per spiegare meglio la sua idea di immersione nel gioco e per rafforzare il concetto decide di raccontare il gioco.

Dune

Dune è un gioco incentrato su una risorsa limitata, chiamata **Melange**, che permette viaggi a velocità superiori della luce, ma molto rara e costosa, quasi un'allegoria del petrolio nel mondo moderno. La **Melange** si può trovare solo in un pianeta chiamato Dune, caratterizzato anche da enormi vermi che rendono un azzardo la raccolta di questa risorsa. Il controllo del pianeta è dato a turno a varie casate che dividono le quote della risorsa come meglio credono, preoccupati solo che questa spezia sia in circolo, ma non a come ci si arrivi.

Rawlings spiega, che questo gioco può essere considerato uno dei primi strategici in tempo reale, avendo al suo interno molte innovazioni che oggi sono alla base degli strategici che vanno per la maggiore, tra cui **League of Legends**, **Dota 2**, **Clash Royale**. Queste innovazioni spaziano dal controllo diretto delle risorse all'albero della tecnologia.

Le tre regole

Andiamo però alla parte saliente dell'articolo, le tre regole cardine che un buon gioco deve rispettare: **Rawlings** parte dalla regola che può sembrare la più banale e facile da seguire in cui semplicemente, **un gioco deve essere un buon gioco, deve essere ben strutturato** e, come terza

regola, **riesca a coinvolgere il giocatore** facendolo diventare parte del gioco stesso, vivendo l'esperienza da una prospettiva personale. Tutto ciò scaturisce da un'**IP** originale, equilibrata e con ben integrate nuove meccaniche di gioco.

Dimmi cosa giochi e ti dirò chi sei

Facile dividere i videogiochi per genere: **RPG, Fantasy, Adventure, FPS, TPS** e così via, ma nella nostra mente non funziona allo stesso modo, non si pensa per genere. Se pensiamo di voler giocare un **Fantasy**, lo si mette in relazione col tempo che abbiamo a disposizione per giocare oppure, può anche succedere il contrario, dove per far passare del tempo decidiamo di giocare qualcosa che normalmente non toccheremmo nemmeno. Per questo abbiamo deciso di classificare i giochi in base a nuovi generi, del tutto soggettivi e che in qualche modo, riguardano tutti noi.

La fissazione

Da questo tipo di gioco si è quasi ossessionati, ci si gioca di continuo senza sapere perché e una volta smesso, non fai altro che pensare a lui, sognando il momento in cui sarete ancora insieme. Non è un gioco, è IL gioco che sembra fatto apposta per voi, un gioco che, per quanto vi riguarda, non finirà mai. Nemmeno dopo i titoli di coda.



Il passatempo

Siete in coda alle poste? Ci giocate. Siete al lavoro e lo sguardo del vostro capo non si posa su di voi? Ci giocate. Non avete un preciso obbiettivo nella vostra vita? Giocate. Spesso si tratta di titoli per smartphone, semplici e con molti livelli, ma è anche la difficoltà alle volte a stimolarvi, trasformando un titolo da passatempo a fissazione in men che non si dica.

Il rigiocabile

Alert: se siete under 20 potrebbe non essere il vostro caso. Si tratta di quei giochi che puntualmente ri-completate una volta l'anno, vecchio ma bello, vi appassiona da subito ma poi, per qualche motivo, finisce nel dimenticatoio. Ma periodicamente, come un Fenice, la voglia di rigiocarlo risorge, facendo risalire quei vecchi brividi lungo la schiena, ormai dimenticati. Con buona probabilità si tratta di giochi **old gen**.

Il passatempo (da viaggio)

Probabilmente si tratta di un *porting* su telefono della versione PC/console di un titolo che giochereste se foste rimasti a casa. **Fallout Shelter** o gli ultimi arrivati **PUBG Mobile** e **Fortnite** sono stati e probabilmente saranno amici della relatività generale di Einstein, riuscendo a trasportarvi da un punto A a un punto B in men che non si dica. Non parliamo poi di **Switch**! La console Nintendo ha ormai portato questi concetti all'estremo, facendo sorgere ai giocatori l'idea di viaggiare solo per il gusto di giocare a **Zelda** tra i sedili di un aereo.



Il “perché gioco con gli altri” (online e locale)

Tra online e locale cambia molto ma la finalità resta quella: stare insieme divertendosi. L’online può essere anche una scusa per stare in contatto con vecchi amici ma ciò che cambia veramente è la dinamica di gioco. Di questi tempi, le **battle royale** a squadre e non riescono a creare fazioni, eserciti o semplicemente simpatizzanti come se ci trovassimo in un liceo americano, cosa che offline, risulta abbastanza mitigato. Se è vero che stare assieme può essere piacevole, rafforzando dei rapporti che normalmente sarebbero stantii è anche vero che le più grandi amicizie (o amori) sono terminati per un gol al novantesimo o un sorpasso all’ultima curva, per cui, occhio!

Il bello da leggere e il bello da guardare

Probabilmente non giocate entrambe le tipologie ma, in qualche modo, vi sentite parte integrante della community, leggendo news, aggiornamenti e vi basta questo per immaginarvi il gameplay di un titolo di cui avete visto solo qualche immagine. Poi ci sono gli stalker, che godono di un gioco soltanto guardandolo, magari con un pò di distacco ma con al contempo, la voglia di sentirsi parte di qualcosa. È il gioco perfetto per gli streamer, il tipico titolo che magari, si gusta meglio da fuori.

L’incentiva ego

Era probabilmente il vostro gioco preferito: tante ma tante ore di sano gameplay che vi hanno reso i migliori al mondo. Siete talmente bravi che nonostante non giocate da un po’, battereste chiunque a mani basse, sentendovi come **“un Principe dei Saiyan”** che però vince, a dispetto delle invidie altrui.



Il “lo gioco mentre”

Tangente alla categoria “passatempo” è solitamente un titolo a cui dedicate più tempo del previsto, nonostante qualche leggero impegno e che in qualche modo riempie le nostre giornate. Non si tratta di un AAA, ma ci va vicino: è quel titolo che piace ma che non ci ha catturati a sufficienza, portando la sua conclusione con un mesto “meh!”.

La brutta abitudine

Il tipo gioco di cui parliamo non è necessariamente bello o il migliore, ma affascina; Lo giochiamo tutti i giorni a tutte le ore trattandosi molto spesso di un **Free-To-Play** che si è scaricato per noia e non abbiamo più disinstallato. Come drogati coscienti, sappiamo che fa male, fa perdere solo tempo e non aggiunge nulla alla nostra vita però è lì, pronto per essere avviato e giocato un’ultima volta, come con una sigaretta.

Quello brutto (per gli altri)

Si tratta di un gioco fatto male, né più né meno, ma che vi piace, senza capire bene perché. Quelle piccole grandi cose fatte male in qualche modo divertono, come fosse un film dell’**Asylum** e che ci spinge a dire «dai su, un sei glielo do». È il gioco più subdolo di tutti, un manipolatore per eccellenza, in grado di far gli occhi dolci solo per essere accarezzato, nonostante non lo meriti.

Lo zenzero

Ora penserete, che cosa c’entra lo zenzero? E invece c’entra. Lo usano i giapponesi tra una portata e l’altra per pulire il palato, e questo tipo di gioco serve per questo motivo, a disintossicarsi dalle “brutte abitudini” o dai “passatempo”. Si tratta di un gioco alquanto moderato per riposarsi tra un **nighiri** di **FPS** e un **uramaki** di **GDR**.

Lo pseudo lavoro

Un gioco può anche essere simile a un lavoro: organizzare, gestire, smistare, management, ecc. Può essere anche simile al nostro vero lavoro, per poterlo immaginare come lo si vuole, ordinato, senza intoppi e senza antipatie, perfetto insomma. Bel sogno, non trovate?

La frustrazione

Ogni uomo ha bisogno di adrenalina, allora perché non trovarla in un videogioco difficile? La linea che divide difficile da frustrante è sottile e questo tipo di gioco la supera con facilità. Il livello di sfida è alto e poco importa l'esser preso a calci per la maggior parte delle ore di gameplay. L'obbiettivo è uno soltanto: sopravvivere per raccontare ai futuri nipoti le nostre gesta.



Quello che “forse un giorno”

Su **Steam** c'erano i saldi? Avete comprato molti giochi a prezzo stracciato? Brutta notizia per quei videogiochi, saranno sempre visti e mai avviati, comprati solo per il gusto di farlo. Diventano in tutto e per tutto come una dieta, che dovremmo fare ma che non faremo mai, ma è bello pensare averne solo la possibilità. Non si sa mai.

Queste sono le categorie più comuni e con cui noi tutti dobbiamo convivere giorno dopo giorno. Ma ce ne saranno sicuramente altre, per cui fateci sapere se le vostre categorie coincidono con le nostre.

[Rilasciato il teaser del nuovo Tomb Raider](#)

Pochi giorni fa, all'interno del codice del [sito ufficiale](#) di **Tomb Raider** sono stati trovati nome e data di uscita del nuovo capitolo, **Shadow of The Tomb Raider** e **14 Settembre 2018**. Non si è dovuto attendere molto all'ufficialità: proprio ieri sono state rilasciate alcune informazioni ufficiali che vedono confermato il titolo ma non la data di uscita. Non si sa molto sul gioco: **Square Enix** ha rilasciato un breve **teaser** e una descrizione molto vaga, “Il momento in cui **Lara** diventa la **Tomb Raider**”. La data importante dunque diventa il 27 Aprile, durante il quale verranno rivelati maggiori dettagli. Il gioco sarà disponibile per **PS4**, **PC** e **XBOX ONE X**.

[Super Smash Bros. annunciato al Nintendo Direct](#)

L'8 marzo si è svolto il **Nintendo Direct** e Nintendo ha stupito tutti con novità di rilievo. Fra questo, in chiusura dell'evento la grande N ha presentato il trailer del nuovo **Super Smash Bros.** Il video non è molto dettagliato: viene mostrata infatti all'inizio, una battaglia tra **Inkling** interrotta da una dissolvenza in nero che dà spazio all'annuncio **Super Smash Bros.**, seguito da un "2018" che ne segna l'arrivo per quest'anno. Facile presumere che sarà un titolo per **Nintendo Switch**, aspettato con ansia dai fan, dato che l'ultimo uscì sul mercato nel 2011. Ecco qui il filmato di presentazione:

[Come spiegare alla stampa i propri videogiochi secondo Ryan Schneider](#)

Spesso davanti a una telecamera può capitare di essere imbarazzati o letteralmente pietrificati. A tal proposito, [Gameindustry.biz](#) ha chiesto al **Chief Brand Officer** di **Insomniac Games**, **Ryan Schneider** di rivelare qualche trucco del mestiere a tutti gli sviluppatori che si avvicinano a un'intervista.

Schneider esordisce spiegando come le domande che attanagliano la maggior parte degli sviluppatori alle prime armi siano sempre le stesse, e non nasconde che anche lui spesso si trovi a combattere con le stesse preoccupazioni, nonostante la grande esperienza; ha ammesso infatti, di convivere con la pressione di dover trasmettere la passione di tutto lo studio per un progetto, quando si trova davanti a un microfono. Ecco quindi i suoi consigli partendo dal tema principale:

«Il concetto è questo: non importa se siamo nervosi ma il modo in cui incanaliamo la nostra apprensione in un'intervista difficile, a dispetto delle emozioni che proviamo»

La paura dell'ignoto

L'ansia nasce principalmente da una paura che lui chiama "**paura dell'ignoto**" che deriva dal non sentirsi sicuri nell'affrontare una situazione mai vissuta prima. Per questo motivo si deve riuscire a capire, prima dell'intervista, il tema su cui si baserà l'intera discussione; anche se i giornalisti non sono inclini a rivelare le proprie domande prima dell'intervista, spesso lasciano trasparire la loro visione sull'argomento. Infine, suggerisce di esprimersi diversamente se l'intervista sarà scritta o in

video.

Fare pratica

Per **Schneider** ciò che rende perfetti è la pratica, quindi prima dell'intervista bisogna prepararsi, prendendo come esempio il suo studio; lui stesso prepara i colleghi ad affrontare un'intervista e, per farlo bene, prepara gli scenari peggiori, come una domanda riguardo lo studio e alla quale lo sviluppatore può per errore rispondere rivelando dati sensibili. Il suo metodo consiste anche nel chiedere ai colleghi che saranno intervistati cosa vogliono trasmettere, ovvero il messaggio principale, da lui chiamato "**home base**", al quale bisogna sempre ritornare, soprattutto quando il giornalista svia il discorso usando le tecniche che lui chiama "**deviare e schivare**"; molto semplicemente, è molto utile usare alcune frasi che riportino al discorso principale. Il messaggio, nella maggior parte dei casi e in base alla sua esperienza, è l'elemento che contraddistingue il gioco. Consiglia di essere il più naturali possibili poiché, se ci si affida alle parole di un **PR**, spesso non si è molto amati dal pubblico per la freddezza delle dichiarazioni. Ritorna poi sul messaggio principale spiegando che per poterlo trasmettere senza problemi, bisogna essere trasparenti col giornalista mentre si scelgono i parametri dell'intervista, in modo da poterlo veicolare al meglio, o si può anche decidere di presentare i propri parametri in modo da rivelare qualcosa sul gioco solo quando lo si vuole e soddisfare il giornalista.

Le conclusioni

Infine, l'esempio ricade sul *creative director* di **Insomniac**, **Bryan Inthiar**, che incarna alla perfezione questi consigli, ovvero sicuro di se, fa suo il messaggio ed è se stesso mentre parla del gioco che sta sviluppando. Sostanzialmente, quando si affronta un'intervista, si deve sapere cosa si vuol dire e cosa non; serve tanta pratica prima di ottenere la giusta sicurezza nel far proprio il messaggio che si vuole trasmettere e far sì che questi suggerimenti funzionino.