

Cosa sappiamo di A Way Out?

Attualmente in via di sviluppo per **PS4**, **Xbox One** e **PC**, **A Way Out** è un'avventura narrativa cinematografica che può essere vissuta solo in coppia, in locale o online, dove ognuno può svolgere il ruolo di un singolo personaggio. Dapprima rivelato all'**E3** dello scorso anno, l'atteso titolo di **Hazelight Studio** si propone come un'esperienza unica e nuova. La sua data di uscita è confermata, a detta dello studio, per il **23 marzo 2018**. Giocato in terza persona, **A Way Out** è un titolo basato, sul **multiplayer locale** in prima linea. I personaggi interpretabili sono **Leo** o **Vincent**, selezionabili da entrambi i giocatori, due detenuti, che devono riuscire a fuggire dal carcere e mantenere il loro anonimato nel loro rientro nella società. Ma, come è ovvio che sia, le cose non andranno secondo i piani.

Sarà necessario collaborare con il proprio compagno, sia che si tratti di trovare strumenti specifici per determinati enigmi o di salvarsi l'un l'altro quando vi saranno scontri con determinati nemici. Tutto è progettato e basato per un'esperienza a due giocatori, inclusi tutti i dialoghi e gli incontri. Anche **Leo** e **Vincent** non avranno dei limiti legati ai propri ruoli, essendo in grado di cambiare posizione in ogni scenario per far sì che il gioco sia il più soggettivo possibile.

Oltre al combattimento e alla risoluzione dei puzzle si potrà interagire con i **PG** di gioco presenti in ogni livello. Vi saranno dei dialoghi a scelta multipla che porteranno a vari scenari finali.

Vi lasciamo con il **Trailer**, direttamente dall'**E3 2017**.

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.

Phil Spencer e il valore della diversità nella cultura aziendale

L'argomento delle pari opportunità è uno dei più dibattuti oggi nei vari settori dell'economia. In tema di politiche del lavoro, la disparità (fra sessi, ma anche fra culture ed etnie) è un problema tutt'altro che superato. Ad onta di tutti i progressi fatti dall'uomo nel corso degli anni, a dispetto del traguardo di avere il primo Presidente di colore in uno dei paesi più industrializzati del mondo e di leader femminili che hanno dimostrato carattere e competenza, il modello imperante nel *workplace* occidentale sembra ancora prediligere più la figura maschile che quella femminile (determinando in vari settori anche una disparità di stipendi) e l'etnia caucasica sulle altre.

Per questo mi è parso importante quanto emerso nel keynote di **Phil Spencer** durante il **DICE Summit 2018** tenutosi qualche giorno fa, e mi pare ancor più importante riprenderlo dato che pochissime testate italiane sembrano avergli dato spazio.

Il vicepresidente di Microsoft ha incentrato il proprio discorso sull'importanza di **inclusività** e **diversità** come caratteristiche distintive delle aziende moderne. In particolare, Spencer ha messo in luce quello che gli sembra sia uno dei dati più importanti riguardanti l'evoluzione della propria società, affermando che gli ultimi quattro anni della gestione di **Satya Nadella** hanno comportato una grande autocoscienza e crescita all'interno della compagnia di Redmond in termini di ambiente di lavoro. Ogni leader della multinazionale ha avuto il compito di analizzare criteri e modi con cui vengono messi insieme i team, nonché il modo di lavorare sui progetti, il team building, la valorizzazione delle diverse risorse umane e l'impegno quotidiano profuso da ognuno per rendere **Microsoft** un luogo sicuro e inclusivo per tutti i lavoratori, imprimendo così un cambio di rotta in termini di cultura aziendale:

«Questa era, ed è tuttora, un'impresa portata avanti da 100.000 persone: con il compito di creare una cultura più innovativa, più efficace e più rappresentativa possibile, in modo che tutti possano fare del proprio meglio insieme. Non si tratta di una "cultura per la cultura", ma di un cambiamento con un reale impatto collettivo.

Raggiungere questo obiettivo richiede una "mentalità improntata alla crescita", perché creare una cultura che rappresenti e tratti tutti equamente è un processo che non finisce mai veramente.»

Spencer ha ricordato il noto [after-party di Microsoft alla GDC del 2016](#), che fu bersagliato da accuse di sessismo, definendo quell'episodio «inequivocabilmente sbagliato, inequivocabilmente sessista e inequivocabilmente intollerabile», e aggiungendo che quella festa ebbe luogo in un momento in cui Microsoft stava invece impegnandosi a lanciare un messaggio del tutto opposto a quello veicolato in quell'occasione.

Il rinnovamento della cultura interna è oggi un fattore molto importante per **Microsoft**, continua Spencer, rimarcando come, per imprimere un cambiamento, non bisogna assecondare nei fatti (anche non agendo) ciò che non si approva sul piano morale, e invitando i colleghi a sposare questa filosofia. Il **ruolo degli operatori** di settore in visione di un simile cambiamento è infatti decisivo, sia all'interno (per la creazione di un ambiente di lavoro sano e non discriminatorio), sia all'esterno, agendo sulle proprie community: i videogiochi rappresentano un punto di accesso comune per le persone che approcciano alle nuove tecnologie, e prova ne è il crescente numero di gamer in nazioni come Brasile, India e in certe parti dell'Africa. Il vicepresidente di Microsoft ha quindi invitato gli esponenti dell'industry a mostrarsi coesi per risolvere i problemi all'interno delle community dei loro giochi, dove alcune minoranze di utenti "tossici" tendono a rovinare l'esperienza degli altri

giocatori con comportamenti razzisti, verbalmente violenti, o discriminatori, ed elogiando il tal senso il gran lavoro di Riot Games e, in particolare, di Jeff Kaplan e del team di Blizzard al lavoro su **Overwatch**.

Spencer torna infine sul tema delle pari opportunità, citando uno studio del professor **Adam Grant** della **Wharton School** (la business school dell'**Università della Pennsylvania**) che ha ancora una volta messo in luce come i leader di sesso femminile siano attualmente sottovalutati sul lavoro rispetto ai propri omologhi maschili, e come questo possa costituire un **doppio handicap** se il leader, oltre a essere donna, è anche di colore. Questo comporta che, in caso di fallimento, il leader donna paghi per i propri errori in maniera spropositata.

Il problema della parità dei sessi sul luogo di lavoro è quanto mai serio e attuale, e il vicepresidente di Microsoft ne ha fatto uno dei perni del proprio keynote, richiamando i colleghi alla responsabilità verso il cambiamento:

«Possiamo fare di meglio. Io e il mio team stessi possiamo fare ancora meglio. Noi, come industria, dobbiamo impegnarci a far meglio ed estirpare questa cultura distorsiva. E dobbiamo capire presto come farlo, perché innumerevoli studi dimostrano che i team con maggiore diversificazione [sessuale, razziale e culturale] sono i più creativi, i più innovativi e i più propensi a risolvere i grandi problemi. In altre parole, facciamo del nostro meglio affinché i componenti del nostro team possano ampliare a vicenda la loro visione delle cose.»

Spencer pare ottimista, riguardo la crescita di una cultura dell'inclusività: esempi come **Wonder Woman**, **Get Out**, **Coco** e **Black Panther** nel cinema sono significativi riguardo l'attenzione verso chi finora è stato discriminato, e crede molto nel lavoro che possono fare i videogame in tal senso.

Negli ultimi anni, c'è da dire, le eroine non sono mancate: soltanto lo scorso anno abbiamo avuto **Aloy in Horizon Zero Dawn**, **Senua in Hellblade**, perfino una coppia al femminile in **Uncharted: L'eredità perduta**, un **Life is Strange: Before The Storm** ancora interamente al femminile. Questi soli titoli da soli non determineranno un cambiamento culturale immediato, ma sono di certo una secca smentita a tutti quei giocatori che, a dispetto di **Lara Croft**, diffidano ancora dei protagonisti femminili e li considerano "di scarso appeal", ritenendo il gaming appannaggio degli uomini, ignorando [statistiche che non vedono affatto un divario ampio tra i due sessi](#), e riflettendo mestamente un pensiero fin troppo diffuso.

C'è da sperare che l'industria videoludica metta seriamente in atto le parole di Spencer e che quelli del settore dei videogame possano essere i primi passi in avanti verso un mondo più equanime e inclusivo.

[La tutela degli abandonware online](#)

Dopo il baratro nel quale sono sprofondatai svariati giochi (vedi **Grand Theft Auto Online** per PS3 e Xbox 360), lo **U.S. Copyright Office** sta valutando se aggiornare o meno le disposizioni antielusione del **DMCA (Digital Millennium Copyright Act)**, che impediscono al pubblico di utilizzare liberamente contenuti e dispositivi protetti dal **DRM (Digital Rights Management)**, il cui significato letterale è "gestione dei diritti digitali".

I file audio o video vengono codificati e criptati in modo da garantire una diffusione più controllata e renderne più difficile la duplicazione, consentendone l'utilizzo più adeguato possibile. Questi

aggiornamenti avvengono ogni tre anni attraverso una consultazione pubblica, dove vengono prese in esame svariate richieste.

Una su tutte, riguarda l'abbandono dei giochi online datati e lasciati ormai al loro corso. Infatti, fino a ora, per preservare questi titoli per le generazioni future e per i giocatori nostalgici, **l'Ufficio** ha adottato norme specifiche, che permettono a biblioteche, archivi e musei di utilizzare emulatori e altri strumenti analoghi per rendere giocabili i vecchi classici. Tuttavia, queste norme sono molto restrittive e non possono essere applicate a giochi che richiedono una connessione a un server online e, di fatto, quando i server vengono chiusi, il gioco scompare per sempre.

Proprio per queste ragioni il **MADE (Museum of Art and Digital Entertainment)** ha recentemente chiesto allo **U.S. Copyright Office** di estendere le norme correnti e includere giochi che richiedono una connessione online. Ciò consentirebbe alle biblioteche, agli archivi e ai musei di gestire tali server e mantenere così in vita questa tipologia di giochi.

Questo problema è più che mai attuale, poiché centinaia di giochi multiplayer online sono già stati abbandonati. Difatti, si tratta di circa 319 titoli, molti dei quali sono i noti *FIFA* e *The Sims*. Purtroppo, proprio nell'ultima settimana, la **Entertainment Software Association (ESA)**, che agisce per conto di membri di spicco, tra cui **Electronic Arts, Nintendo** e **Ubisoft**, si è opposta alla richiesta, affermando che le modifiche proposte consentirebbero e faciliterebbero un uso illecito dei software in questione e che se questi, ormai datati, venissero supportati ancora al pieno delle loro possibilità, il mercato diventerebbe troppo statico, rallentando la vendita dei nuovi titoli.

Qual è, quindi, la strada giusta da percorrere? È difficile rispondere ma per quanto i nuovi titoli abbiano bisogno della massima attenzione e pubblicità per poter far andare avanti il mercato, non possiamo dimenticare i loro "antenati" dai quali, probabilmente, sono nati.

[Hidetaka Suehiro ritorna sulla scena in grande stile](#)

Qualche settimana fa **Hidetaka Suehiro**, noto anche come **SWERY** o **Swery65**, creatore di ***Deadly Premonition*** e ***Dark Dreams Do not Die (D4)***, ha annunciato di essere tornato a tutti gli effetti nel *game development*, dopo la pausa dovuta a motivi di salute; e lo fa in grande stile, fondando un nuovo studio chiamato **White Owls**.

Lo studio ha sede a Osaka, dove SWERY e il suo team stanno attualmente lavorando al loro primo gioco. Lo slogan dello studio, che è stato ufficialmente inaugurato l'11 Gennaio, è "**Da Osaka, a tutti voi, in tutto il mondo!**". Il team, infatti, afferma di essere intenzionato a passare da un ambito locale a un pubblico globale.

Inoltre, a **DualShockers**, è stata inviata una cartella stampa comprendente il logo dello studio, un'illustrazione che rappresenta il **White Owl** e alcune foto dello stesso **SWERY**, in compagnia della sua nota mascotte, la **scimmietta Sharapova**, e un Gufo Bianco (puoi trovare le immagini a fine articolo).

Infine, ieri, **Arc System Works** ha annunciato che pubblicherà il nuovo gioco di **Hidetaka** intitolato ***The Missing***. Non abbiamo molte informazioni a riguardo, se non per il fatto che verrà lanciato nel **2018**. In un video ([che potete trovare qui](#)), lo sviluppatore ha parlato brevemente del gioco (senza dire molto in termini di informazioni concrete), facendo notare la grande libertà creativa che ha a disposizione in questo nuovo titolo, senza restrizioni da parte di **Arc System Works**.

Il gioco e le immagini sembrano indicare similitudini con *Deadly Premonition* e *Dark Dreams Do not*

Die.

Detto questo, **SWERY** ha tenuto a sottolineare, che questo nuovo gioco “ci farà impazzire” ed è sicuro al 100% che supererà di gran lunga le nostre aspettative.

[Twitch: giro di vite su flame e contenuti sessualmente espliciti](#)

Dopo la sua acquisizione da parte di **Amazon**, Twitch è maturato molto nel tempo e, proprio pochi giorni fa, sono stati annunciati i nuovi criteri di tolleranza per quanto riguarda molestie, il cosiddetto *flame* e contenuti sessualmente allusivi. Innanzitutto verrà data grande importanza alla community, mettendo a disposizione un elenco delle nuove politiche di tolleranza. Viene precisato come, nonostante vengano utilizzati mezzi esterni al sito per indirizzare odio o molestie verso qualsiasi utente su **Twitch**, ciò sarà comunque considerata come una violazione delle nuove regole. Non è più tollerato il classico “stavo scherzando”; a detta del sito infatti, per quanto sia possibile scherzare con un amico, si è sempre all’interno di una piattaforma con un vastissimo e diversificato pubblico. È stato precisato inoltre, come il sito non possa prendere dei veri provvedimenti per quanto riguarda l’abbigliamento, ma “suggerisce” uno stile casual e mai sopra le righe. La piattaforma ha dato inoltre, altre linee guida per poter rispettare al meglio il nuovo regolamento, come la giusta angolazione delle telecamere, i vari poster presenti nell’inquadratura e illuminazione. Infine, è stato precisato come queste nuove linee sono necessarie per riuscire a carpire il vero intento dello streamer: verrà tenuto conto di molti dettagli per determinare se l’interessato/a stia cercando di essere sessualmente allusivo/a o se stia semplicemente portando un normale contenuto. Qui le parole del comunicato stampa ufficiale:

«Vogliamo, non solo che tutti i nostri utenti si sentano i benvenuti su Twitch, ma anche di essere orgogliosi di far parte della comunità. A tal fine, stiamo rafforzando la nostra posizione su molestie e odio prendendo in considerazione tutti i comportamenti off-Twitch. Se verranno utilizzati altri servizi per dirigere odio o molestie nei confronti di qualcuno sulla piattaforma, considereremo una violazione delle politiche del nostro sito. Non è più tollerato scherzare quando questo riguarda odio e/o molestie, anche se lo scherzo è rivolto a un amico, visto che si esegue uno streaming su un servizio che raggiunge un vasto pubblico. Prenderemo in considerazione titolo, angoli della telecamera, *emote*, abbigliamento, sovrapposizioni e moderazione della chat. L’abbigliamento nello stream dovrebbe essere appropriato per una strada pubblica, un centro commerciale o un ristorante.»

[Josh Sawyer: perché Obsidian creerà una](#)

propria IP

Lo studio **Obsidian**, dopo 14 anni di attività si ritrova in una posizione del tutto nuova: per la prima volta infatti, creerà un sequel per un **IP** proprietaria, dopo aver espresso il suo talento nello sviluppo di videogiochi commissionati da terzi.

Ma ormai siamo vicini all'uscita del secondo capitolo della saga proprietaria di **Obsidian**, ***Pillars of Eternity 2***, con uscita pianificata per il mese di Aprile, dopo aver raccolto 4.4 milioni di dollari sul portale di **crowdfunding Fig**.

Obsidian è uno studio ben conosciuto tra i fan degli **RPG**: fondato nel 2003, iniziò a lavorare su ***Star Wars: Knights of the Old Republic*** che riscosse un certo gradimento tra critica e pubblico; tra i loro lavori di successo, titoli come ***Fallout: New Vegas*** e ***South Park: Il Bastone della Verità***.

Josh Sawyer, *creative director* del gioco, ha rilasciato alcune dichiarazioni in merito all'uscita imminente del titolo a [Gameindustry](#):

«La pressione è più o meno la stessa di sempre dato che conosco le aspettative delle persone a cui piacciono i giochi basati su Infinity Engine; ma anche lavorando sull'IP di qualcun'altro hai delle aspettative ben precise. Lavorando su *Star Wars*, per esempio, saranno sempre presenti fan che esprimeranno un'opinione su questo o quell'altro. È più snervante lavorare su ***Pillars of Eternity*** perché la responsabilità è tutta nostra, ma nonostante ciò, non sentiamo la pressione perché siamo sicuri di poter fare un buon lavoro su questa, come su qualsiasi altra IP. Quindi da questa prospettiva mi sento totalmente a mio agio nel lavorarci; so solo che non voglio deludere la compagnia e non voglio sprecare la chance per fare qualcosa di buono per i fan.»

Continua poi in merito alle intenzioni dell'azienda per il proseguo della saga:

«Poiché questo titolo è una proprietà intellettuale di Obsidian vogliamo continuare a svilupparlo, sia con questo capitolo che con un potenziale spin-off; vogliamo che rimanga aggiornato e popolare e che continui a crescere col tempo. Perché per uno sviluppatore Indie possedere una IP è una benedizione e se questa è popolare, allora è una doppia benedizione; non possiamo sprecarla.»

Sawyer dimostra quindi di essere consapevole di quanto sia importante questa serie per i ricavi dello studio e per l'ampia libertà nella creazione del titolo che ha a disposizione. Infatti, durante l'intervista allude anche alla frustrazione che si prova nel dover lavorare con i proprietari delle varie **IP**, forse un po' troppo "protettivi".

«Per grandi IP come *Star Wars* ci sono molte persone alla Lucasfilm, ma ora alla Disney, che sono responsabili per mantenere il DNA della saga e può essere frustrante entrarvi in conflitto. Loro vogliono qualcosa che vada bene, ma è un processo molto più difficile perché ciò che pensi sia figo, eccitante e interessante deve andare bene anche a loro per poterlo applicare.»

Ritorna poi sul titolo che sta sviluppando:

« È un gioco che ha cambiato franchise nel corso degli anni e la percezione di cosa va e di cosa non va è cambiata durante questo periodo. È veramente un problema perché quando l'IP di un proprietario può andare in contrasto con la tua idea, devi ricostruire tutto. Ma quando l'IP è tua, tu sei quello che decide quale direzione essa prenderà, e riesci a capire meglio su cosa si sviluppa l'IP; questo aiuta a farla evolvere nella maniera più naturale possibile.»

Ciò che può creare un problema allo studio in questo caso è il fatto che l'intero progetto sia in *crowdfunding* e quindi esiste una fan base che si aspetta un certo tipo di prodotto, questione ovviamente presa in considerazione da **Obsidian**:

«Abbiamo provato ad ascoltare tutti ma ovviamente non possiamo prendere alla lettera tutto ciò che ci viene detto; dobbiamo basarci sulla nostra esperienza e leggere tra le righe. Un'altra cosa che stiamo facendo è affidarci sia al feedback del singolo utente che di quello complessivo della telemetria (Beta Tester).»

Poi sui feedback e sui dati aggiunge:

«I dati ricevuti dai Beta Tester non sono sempre una soluzione, sono solo un altro strumento che ci aiuta a capire che strada intraprendere. Se senti molte persone esprimere un parere ma possiedi dati contraddittori, devi iniziare a chiederti perché ci sono dati che non dicono tutto»

Con *Deadfire*, **Obsidian** è a rischio, perché per la prima volta si mette in gioco da studio proprietario:

«Ho lavorato a vari titoli che, per un motivo o per un altro, sono stati spinti a uscire prematuramente e ne sono consapevole. Con il primo capitolo di *Pillars of Eternity* doveva essere tutto pronto entro l'inverno ma non lo era; lo era a livello tecnico, c'era tutto quello che doveva esserci ma non si giocava bene ed era pieno di bug.»

E conclude:

«Questa è la nostra IP, qualcosa che facciamo per i fan. Non vogliamo perdere tempo, non vogliamo girare attorno a cose stupide, ma capiamo di aver avuto una chance per dare un'ottima impressione di noi con questo franchise, quindi ci prendiamo più tempo. Il gioco sarà migliore e avrà comunque problemi al lancio, ma questa è la strada migliore da intraprendere. Non avreste voluto vederlo prima del lancio»

[Nintendo annuncia nuove uscite per Super Mario](#)

Dopo il successo di **Super Mario Odyssey**, **Nintendo** ha già pronte importanti novità per il noto **Idraulico Italiano**.

La casa nipponica ha da poco dichiarato di essere al lavoro su un nuovo gioco mobile basato sul franchise di *Mario Kart*, **Mario Kart Tour**. Il titolo sarà disponibile nel **marzo del 2019**.

La **casa giapponese** non ha rilasciato altri dati sul racing game, ma ha dato importanti informazioni per quando riguarda l'andamento del mercato mobile, di cui *Super Mario Run* rimane la pietra miliare, anche se non è stato fornito alcun aggiornamento dopo i **200 milioni** di download del gioco raggiunti ad ottobre 2017. Ci è stato fornito però un dato importante, secondo il quale il gioco avrebbe circa **20 milioni** di utenti attivi al mese.

Le novità, però, non sono finite qui: **Business Wire** ha infatti confermato la collaborazione fra **Nintendo** e la casa di animazione **Illumination** per la produzione di un **nuovo film** marchiato **Super Mario**. Il progetto sarà prodotto da **Chris Meledandri**, fondatore e CEO di **Illumination**, e **Shigeru Miyamoto**, co-representative director di **Nintendo**. Il film sarà finanziato da **Universal Pictures** e **Nintendo** e distribuito dalla **Universal**.

Si spera che questa volta il film sia all'altezza delle aspettative. Non è infatti il primo titolo del franchise a finire su grande schermo: il primo risale infatti a 20 anni fa, e si intitolava proprio **Super Mario Bros.** (e non riscosse un grande successo, meritandosi anche un posto nella nostra [Top 7: i peggiori film tratti da videogiochi](#)).

La partnership fra le due case è piena di potenzialità. **Nintendo** è ancora nel pieno del boom di **Switch**, mentre **Illumination** è responsabile dei franchise di **Cattivissimo Me** e **Minions**, che includono due dei quattro film di animazione di maggior successo al mondo.

[Facebook e LiveStreaming insieme? Una realtà sempre più vicina](#)

Facebook incrementa i suoi sforzi per diventare, il più possibile, una piattaforma valida per i creatori di contenuti con il lancio di un **programma pilota** progettato per ottenere più streamer.

Il **programma** è stato annunciato attraverso il blog degli sviluppatori del social network, senza dare però molti dettagli: la società, dice, si impegnerà ad assistere i creatori di contenuti più di successo per realizzare una community più unita e coinvolta nei loro stessi video. Per fare ciò Facebook si avvalerà di mezzi come il suo stesso sistema social, **Instagram**, e i **siti Oculus**.

Facebook, sostiene inoltre, che equipaggerà gli streamer con gli strumenti necessari per livestream sempre più di qualità, come **il supporto al 1080p / 60fps**, e costruirà una "piattaforma" in cui i creatori di qualsiasi livello abbiano l'opportunità di crescere. Il blog, accenna anche a nuovi metodi di pagamento per lo streamer, come le **donazioni live**.

In poche parole, sembra che **Facebook** voglia ottenere streamer di alto livello, in modo da poter competere con **Twitch** e identificando allo stesso tempo i creatori che diventeranno i volti di questi sforzi.

Una piccola parte di questi è stata già messa in pratica dalla società di **Zuckeberg**, che ha già messo in evidenza streamer come **StoneMountain64** che, grazie al seguito di oltre un milione di follower, lo rende uno dei più popolari sulla scena.

Il sito ha già accolto 27.500 streamer nell'ultimo trimestre del 2017 mentre, nel frattempo, **Twitch** e **YouTube** ne hanno ospitato rispettivamente 814.000 e 293.000, quindi la strada è ancora lunga.

Resta da vedere se Facebook sarà in grado di sostenere una rapida crescita, necessaria per

diventare una piattaforma di streaming competitiva nell'industria dei videogiochi. L'anno scorso, la società ha affermato il suo impegno ad ampliare la propria copertura degli **Esport**, cosa che potrebbe attrarre più streamer e pubblico al sito.

Outbreak: nuova modalità per Rainbow Six Siege

Dopo tre anni dal suo rilascio, **Rainbow: Six Siege**, ha ricevuto un nuovo aggiornamento denominato **Outbreak**, che porta cambiamenti sostanziali all'esperienza di gioco. Infatti non si agirà più come unità anti-terrorismo ma come **unità anti-zombie**. *Outbreak* è una modalità cooperativa per tre giocatori ma disponibile solo per quattro settimane. Gli operatori si troveranno a combattere una misteriosa infezione nella città di **Truth of Consequenses** che, nonostante lo strano nome, esiste realmente.

Tutti in città sono stati sottoposti in quarantena nelle loro case per colpa dell'epidemia; i giocatori, quindi, potrebbero rischiare di contrarre l'infezione, avvicinandosi a quanto visto in **The Division**. Con questa nuova modalità sono stati **aggiunti 50 nuovi oggetti** dal costo di 300 crediti l'uno; quattro di questi, però, verranno regalati al primo accesso. **Ubisoft** ha inoltre promesso che ogni pacchetto conterrà oggetti diversi e quindi non ci saranno doppioni.