

Un anno all'insegna di Gamecompass

Caro lettore, il nuovo anno è cominciato da qualche mese, ma per noi di **GameCompass** comincia un po' oggi. Riprendiamo le pubblicazioni dopo una breve (e utile) pausa per ripensare le nostre attività, e ricominciamo più energici che mai. Ci stiamo avvicinando sempre più al primo quarto di secolo del nuovo millennio, e io oggi ho deciso di tornare con una piccola lettera di buoni propositi per il nuovo anno: perché per noi, sì, si ricomincia oggi.

Il nuovo anno mi si prospetta come un arco di tempo travolgente, un po' perché compio è l'anno della mia maggiore età, un po' perché saranno due anni che faccio parte di questa redazione di pazzi, appassionati e inguaribili gamer, ci supportiamo e sopportiamo da un biennio (soprattutto loro, mi sopportano tanto...), ed è a loro che voglio dedicare un bel brindisi, come fosse il primo dell'anno; in fin dei conti, nonostante qualche diverbio su quale sia il miglior shampoo per l'auto o su quale sia la miglior console di sempre, siamo davvero una gran bella squadra, ognuno specializzato nella propria sfera di competenza editoriale.

Dal nuovo anno, faccio un po' di analisi e un po' di blande "premonizioni" (e Paolo Fox può accompagnare solo): sarà un anno importante in campo videoludico, alla GDC si compirà la rivoluzione verso i giochi in streaming (Google, ti aspettiamo al varco), avremo passi avanti nella tecnologia grafica (sempre più orientata al fotorealismo), contenuti nuovi, un'ascesa delle tecnologie **VR** e **AR**, che finora hanno avuto un ruolo da "contorno", salvo ovviamente qualche bel titolone.

Nel corso del 2019 abbiamo già avuto titoli di grido come **Anthem** (grido di dolore, ma pur sempre "grido), **Metro Exodus** e si attendono ancora titoli a mio avviso fantastici, come **Days Gone**, **Crash Team Racing Nitro-Fueled**, **World War Z**, e per la gioia del nostro Gabriele Sciarratta, **Tropico 6**. Per quanto riguarda i propositi "redazionali", se avete seguito i nostri **Gamecompass Awards 2018**, saprete sicuramente che stiamo ristrutturando un po' tutto, dal format televisivo, al calendario streaming di **Twitch**, alle sezioni del sito stesso. Insomma abbiamo avviato una bella operazione di lifting editoriale per snellire, senza però intaccare la qualità e quantità dei contenuti che puntualmente vi forniremo giorno dopo giorno.

La trasmissione riprende regolarmente, ma con cadenza più dilatata: perché le cose vanno fatte per bene, e non vogliamo forzare la mano.

Detto questo voglio augurare a tutti ma proprio tutti "uno spettacolare anno nuovo", come direbbe uno dei più grandi "dramma-comici" mai esistiti, un bacio a tutti dalla redazione di **Gamecompass!**

The Long Dark poteva rimanere nel limbo dell' early access

Il direttore creativo di **Hinterland Studios: Raphael van Lierop**, come riportato da [Polygon](#), ha dichiarato che la community dei giocatori che supportano l'early access si è stancata dei continui problemi di cui soffrono i giochi che ne fanno parte, molti dei quali sono stati abbandonati e mai portati a termine, lasciando gli utenti paganti delusi.

Alla **Game Developer's Conference** di San Francisco ha fatto un discorso per informare gli sviluppatori che utilizzano tale piattaforma affinché siano più risoluti nel portare a termine i loro giochi visto il crescente numero di giocatori irritati.

Van Lierop è un veterano nel campo dei giochi tripla A. Ha aiutato al lancio titoli come **Warhammer 40.000: Dawn of War**, **Company of Heroes**, **Far Cry 3** e **Warhammer 40.000: Space Marine**. In tutto, van Lierop e il suo team di Hinterland Studios hanno aiutato al lancio almeno 60 giochi, non è la prima volta che si cimentano in imprese del genere, ma è la prima volta che si rivolgono al pubblico in prima persona, e non ha risparmiato parole dure per gli sviluppatori che vogliono seguire la sua scia.

Informare costantemente la community durante lo sviluppo dei giochi può portare facilmente a una situazione in cui sarà la community stessa a controllarne lo sviluppo. Ci vuole un team forte e confidente per mantenere il controllo.

Van Lierop ha detto che soltanto una bassissima percentuale degli utenti che hanno acquistato il gioco hanno espresso le proprie opinioni su Reddit, il forum di Hinterland Studios o i commenti su Steam, e secondo lui non sono un campione abbastanza grande per rappresentare la totalità dei giocatori.

Invece che ascoltare chi si lamentava di più sui forum, van Lierop ha chiesto agli sviluppatori di raccogliere informazioni su come esattamente le persone giocano a **The Long Dark**.

All'inizio ha detto che il gioco ha attratto due differenti tipi di giocatori: quelli che volevano un'esperienza poetica ed emotiva e quelli che volevano un'esperienza hardcore-survival.

Le opinioni di questi giocatori avrebbero potuto portare il gioco in direzioni totalmente differenti. Per determinare a chi dare ascolto, fecero un test.

Sono state create 3 modalità di gioco chiamate da loro "esperienze": "**Pellegrino**" per i giocatori che amano l'esplorazione, "**Viaggiatore**" per i giocatori che cercano una via di mezzo tra l'esplorazione e il survival game, e "**Stalker**" per i giocatori che cercano una survival game con un tasso di sfida molto alto.

Il risultato del test è stato che il 60 % dei giocatori ha scelto la modalità "Viaggiatore", il 25% la modalità "Pellegrino", e soltanto il 12% la modalità "Stalker".

Soltanto la minoranza dei giocatori, gli appartenenti alla modalità "Stalker", si è lamentata maggiormente sui forum ma, ascoltando soltanto loro, gli sviluppatori avrebbero corso il rischio di alienare la maggior parte degli acquirenti.

Alla fine van Lierop ha detto che i membri della community che vogliono avere un dialogo con gli sviluppatori non sempre rappresentano la maggioranza degli acquirenti. È il lavoro degli sviluppatori rimanere saldi con la propria visione e produrre il gioco senza farsi influenzare.

Queste sono le sue parole:

«Non credo che il nostro lavoro sia produrre il gioco che vuole la community»

«Penso che il nostro lavoro sia fare in modo che la community voglia quello che noi abbiamo creato. Quindi li rendiamo partecipi nel processo di sviluppo, ascoltiamo i loro feedback. Ma alla fine ci hanno pagato perché credono che possiamo creare qualcosa di stupefacente per loro. E questo è il nostro lavoro.»