

Lara Croft, storia di un'icona

A volte capita che un brand, una volta creato, sfugga al controllo dei propri creatori, divenendo ben più importante rispetto a quanto preventivato. Questo è il caso di **Tomb Raider** e della sua eroina **Lara Croft**, divenuta una dei simboli più importanti della cultura pop degli anni '90 e prima vera paladina di tutte le donne videoludiche.

In concomitanza con l'uscita di **Shadow of the Tomb Raider**, ultimo capitolo della nuova trilogia, che ha riportato al pubblico una Lara molto diversa ma sempre in gran forma, e nonostante gli svarioni precedenti, ripercorriamo la storia della prospera archeologa, della sua creatrice **Core Design** sino all'avvento di **Square-Enix** e l'ultimo lungometraggio con **Alicia Vikander**. Sarà un viaggio trentennale alla scoperta di aneddoti, scelte sagge e disastrose, in un percorso oggetto di studio in molte università.

Dalla Gran Bretagna con furore



Tutto ebbe inizio a Derby, una piccola cittadina inglese, che nel 1988 vide nascere **Core Design**, azienda fondata da Chris Shrigley, Andy Green e altri componenti, molti arrivati da **Gremlin Graphic**, altra software house con sede a Sheffield. Tra i primi lavori del developer spiccò **Rick Dangerous**, un platform che richiamava in maniera poco velata le gesta di **Indiana Jones**, riprendendone ambientazioni (*I predatori dell'Arca perduta*) e nemici, quei Nazisti tanto odiati dagli statunitensi quanto dai britannici. Il gioco ebbe un buon successo, tanto che, l'anno dopo (1990), arrivò il suo sequel diretto: **Rick Dangerous II**.

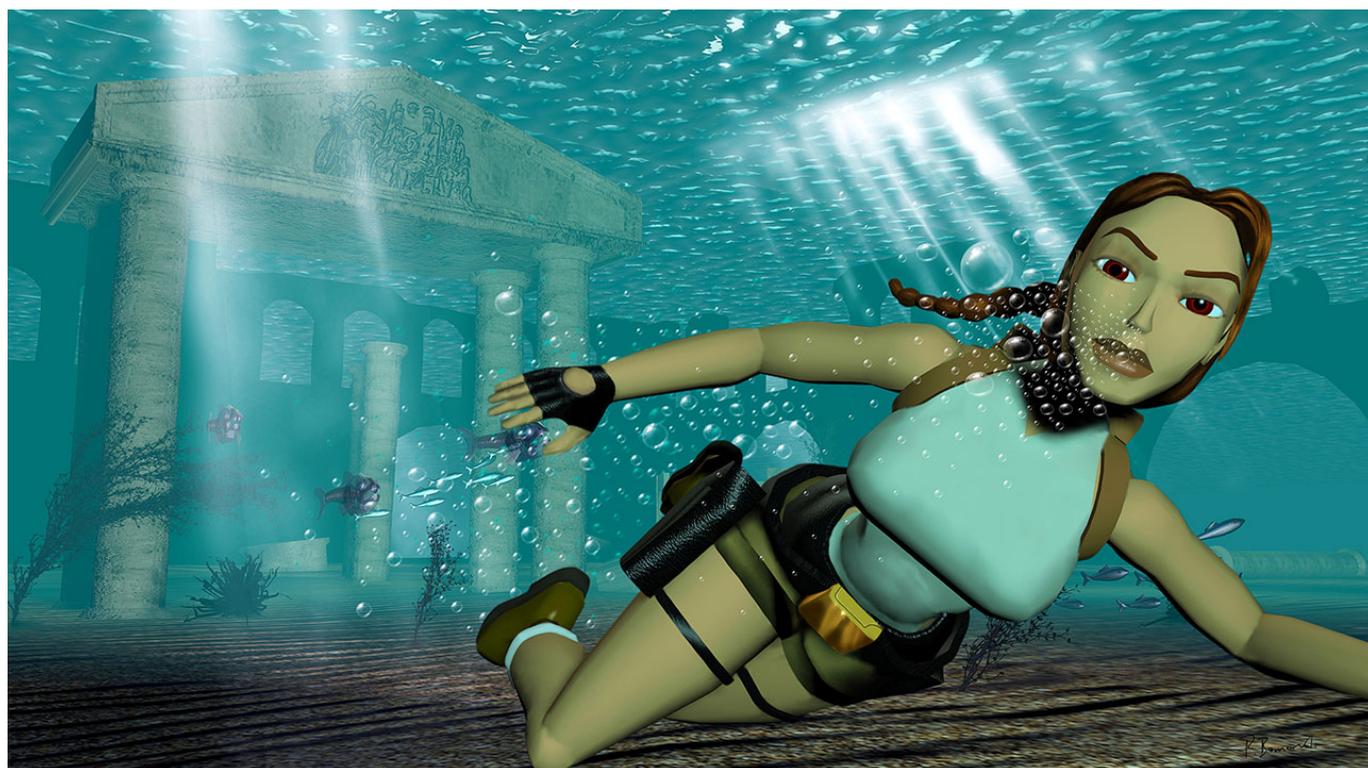
Le ambizioni di Core Design erano però molto più grandi e mentre il mondo del 3D cominciava a

muovere i suoi primi passi, allo studio venne in mente di replicare quanto realizzato con l'archeologo Rick ma, fortunatamente, il lavoro prese quasi subito un'altra piega.

Nel 1993 i lavori per il nuovo progetto cominciarono a essere abbozzati da un team di sole sei persone, ma solo l'anno dopo si cominciò a entrare nel vivo. **Toby Gard** stava già lavorando sul protagonista che inizialmente doveva essere di sesso maschile, come da tradizione. È qui che a Core Design e Toby venne in mente un'idea rivoluzionaria e che avrebbe cambiato per sempre il futuro di entrambi. Il nuovo titolo avrebbe avuto per protagonista una donna, lontana dalla classica "principessa da salvare", forte, indipendente e capace di tenere testa ai vari nemici uomini. Con una caratterizzazione sudamericana, **Laura Cruz** fu il primo nome scelto per la nuova eroina ma ben presto sostituito con **Lara Cruise**, più incline a un pubblico americano. Nel frattempo il background della protagonista cominciava a venir fuori e, pian piano, si decise di renderla "british", una ricca ereditiera con la passione per l'archeologia, nata nel 1968. Dopo aver sfogliato a casaccio un elenco telefonico, il più era fatto. **Lara Croft** era nata. Ed era nata già... abbondante.

La caratteristica fisica più evidente - è inutile far finta di niente - è indubbiamente il suo **seno**, divenuto comunque più discreto nel corso degli anni. Tutto nacque da un errore - o almeno è così che ci raccontano - del suo creatore Toby Gard che durante la lavorazione sul modello 3D di Lara, accidentalmente fece scivolare la rotellina del mouse proprio sulla zona incriminata, **aumentandone le misure del 150%**. Dopo aver ripristinato il tutto, molti si accorsero che quell'abbondanza piaceva e così decisero ben volentieri di mantenere l'errore. La famosa **treccia** invece, fu rimossa dato che la sua gestione utilizzava fin troppa memoria a discapito della fluidità del gioco. Comparve infatti solo con **Tomb Raider II**, a seguito anche di una migliore ottimizzazione. Lara era dunque pronta a farsi conoscere dal grande pubblico, ma non prima di un grande cambiamento per Core Design.

Girl Power



Le cose cominciarono a farsi più interessanti una volta che **Eidos Interactive** acquisì la compagnia, immettendo nuovi capitali da investire in uno dei progetti videoludici più ambiziosi di sempre. Dopo 18 mesi di lavoro dunque, **Tomb Raider** fece il suo debutto su **Sega Saturn** per poi approdare su **PlayStation** (che inizialmente bocciò la prima versione del progetto) e **PC** il mese successivo. Fu un successo su vasta scala con un'avventura mozzafiato tra le Ande peruviane e le rovine di Atlantide, fluido e innovativo sotto ogni aspetto, con un eccellente level design e la possibilità di muoversi sott'acqua, tutto in uno spazio 3D. Ovviamente a colpire sin da subito fu Lara, grazie anche alla doppiatrice **Shelley Blond**, in grado di caratterizzare un'eroina forte e determinata, capace di conquistare immediatamente il pubblico. L'esplorazione, la risoluzione di enigmi ambientali e le fasi action erano qualcosa di sbalorditivo per l'epoca, e questo non fece altro che aumentare il successo di Lara Croft. Ben presto, infatti, la procace archeologa avrebbe conquistato il mondo, apparendo dappertutto, dalla riviste fino ai concerti degli **U2** con il loro **PopMart Tour**; il suo successo però non piacque al suo papà Toby Gard che non apprezzò l'eccessivo sfruttamento commerciale della sua creatura, decidendo di lasciare di punto in bianco Core Design, cosa che probabilmente lo salvò dalle critiche di qualche anno più tardi.

Nel **1997** infatti, è il turno di **Tomb Raider II**, titolo nato - per così dire - da una costola del suo predecessore: infatti, il sequel venne realizzato per lo più sfruttando *asset* mai utilizzati per il primo capitolo, spiegando in parte, la mancanza di novità di rilievo.

L'introduzione di effetti d'**illuminazione dinamica** e location più ampie, oltre ai veicoli guidabili, bastò a bissare il successo, divenendo vera e propria **killer application per PlayStation**, essendo divenuta nel frattempo sua esclusiva. Fu tra l'altro il primo a essere doppiato in italiano. In questo episodio, Lara si presentò meno spigolosa e con la treccia, grazie anche al lavoro di **Stuart Atkinson**, nuovo designer della protagonista. Ma questo successo non poteva durare: solamente un anno dopo arrivò il terzo capitolo, **Tomb Raider III** che, nonostante un buon successo commerciale, cominciò a far storcere il naso a critica e pubblico, che fecero notare come le caratteristiche del franchise cominciavano a risultare ripetitive. In fin dei conti, si è cercato di spremere il successo di Lara sino allo svilimento, come del resto accaduto - anche se con le dovute proporzioni - per altri brand come **Call of Duty** e **Assassin's Creed**. Evidentemente imparare da quanto avvenuto può risultare complicato, eppure i problemi per Eidos e Core Design dovevano ancora arrivare.

Ferro freddo



Battere il ferro finché è caldo non è sempre una buona strategia. Per una piccola compagnia come Core Design, il successo di *Tomb Raider* fu qualcosa di eccezionale, ma l'incapacità di gestire l'impatto mediatico di Lara Croft e le vendite esagerate cominciarono a portare la società verso il declino. Il ferro era ancora caldo, ma aveva ancora bisogno di essere battuto?

Solo poco tempo dopo arrivarono in versione speciale i primi due capitoli, una collezione di ***Tomb Raider*** e ***Tomb Raider II*** denominati **Gold**, che comprendevano alcune migliorie e nuovi livelli. Ma le vere attenzioni erano tutte rivolte al quarto episodio, ***Tomb Raider: The Last Revelation***, arrivato anche su SEGA Dreamcast e criticato aspramente in quanto, tolta la nuova ambientazione, di novità effettive non ve ne erano. La **morte di Lara Croft**, avvenuta in questa avventura e festeggiata dal team di sviluppo con un paio di birre avrebbe potuto sancire la fine di questo franchise, ma le cose andarono molto diversamente, con l'uscita di ***Tomb Raider: Chronicles***, avvenuta nel 2000, probabilmente il peggiore titolo della saga sino a quel momento, tecnicamente arretrato e ultimo bagliore di luce prima del spegnersi della fiamma.

Se le avventure di Lara Croft su console erano in pausa, sul grande schermo invece era più viva che mai: ***Lara Croft: Tomb Raider*** fu il primo film del franchise ad arrivare al cinema, con protagonista un'Angelina Jolie in piena forma e che seppe interpretare un Lara molto simile alla controparte videoludica, anche se forse con una leggera spinta verso l'esaltazione delle "forme" dell'attrice. Fu un successo e questo diede nuova linfa a Core Design, che, nel frattempo, stava preparando il suo debutto su **PlayStation 2** (purtroppo, vien da dire col senno di poi).

Tomb Raider: The Angel of Darkness fu un vero disastro. L'idea di rinnovare il franchise, portandolo al passo con le tendenze del nuovo millennio non trovò mai la giusta direzione: lo sviluppo, infatti, venne affidato a un team interno, cosa che ne decretò l'insuccesso prima ancora di cominciare. I ritardi si accumularono, il gioco venne rimandato per ben tre anni, e quando finalmente uscì pagò il fio di tutti i disaccordi interni e le scelte errate di Core Design. Numerosi problemi di direzione artistica e narrativa impallidivano di fronte ai molteplici bug e alla mancanza di rifinitura, e chi vi scrive lo sa fin troppo bene. *The Angel of Darkness* è uno dei titoli che non potei mai completare a causa di un bug che ne impediva il prosieguo, portandolo ogni volta all'inevitabile crash. Era il 2001, niente patch riparatorie. Tra i tagli più evidenti, confessati a **Edge** nell'Agosto 2006 dal team di sviluppo, vi erano un prologo che collegava *Last Revelation* a questo e molti livelli

tra Parigi, Germania e Praga.

Nonostante le buone vendite iniziali, grazie a una campagna marketing aggressiva, il nuovo *Tomb Raider* fu il colpo di grazia: uno dei cofondatori diede le dimissioni e metà del personale fu licenziato. Ma non c'è mai limite al peggio. Nel 2003 infatti, uscì anche il secondo capitolo cinematografico, intitolato ***Tomb Raider: La Culla della Vita***, stroncato da critica e pubblico, con Angelina Jolie candidata come peggior attrice protagonista ai **Razzie Awards** dello stesso anno. Nonostante questo però, Lara Croft non abbandonò mai il cuore dei giocatori. Serviva una scossa, e fortunatamente, avvenne grazie all'intervento di **Crystal Dynamics**.

Una Fenice dalla breve vita



Viste le enormi perdite e le grosse difficoltà di Core Design, nel 2003 Eidos decise di passare la responsabilità del progetto a **Crystal Dynamics**, assieme all'ormai storico creatore di Lara, Toby Gard. A dir la verità, nemmeno la società subentrante godeva di un buono stato di salute ma, ciononostante, Eidos era sicura che per dare la svolta necessaria al franchise il nuovo team fosse la scelta giusta. A molti deve essere sfuggito, ma ***Tomb Raider Legend*** fu un vero e proprio **reboot**, in cui venne riscritto - o aggiunto - un **nuovo background narrativo** e una revisione completa del modello di Lara, più realistico ma mantenendo sempre un non so che di caricaturale. *Legend* fu un successo, divenendo il *Tomb Raider* più velocemente venduto della storia, mostrando finalmente una Lara distante dalle gesta di Steven Seagal, divenendo più umana anche caratterialmente e a cui i giocatori poterono legarsi anche empaticamente. Gli anni intorno al 2006 (anno d'uscita) erano contraddistinta dalla moda dei **quick time event**, che permisero anche a Toby Gard di sviluppare finalmente il desiderio di realizzare un "film interattivo", idea che mosse i primi passi dell'originale *Tomb Raider* ma che per ovvie limitazioni tecniche non venne mai realizzato; almeno sino al nuovo progetto, in concomitanza con i primi 10 anni del brand. ***Tomb Raider Anniversary*** fu un vero

regalo per tutti i fan: realizzato con il nuovo motore di gioco di *Legend*, si trattava di un **remake del primo capitolo** a cui, agli ovvi miglioramenti tecnici, furono aggiunti alcuni cambiamenti di gameplay e narrativi oltre che sonori, con una versione riorchestrata del tema e le musiche originali (**Nathan McCree**), a cura di **Troels Folmann**. Toby Gard venne promosso da “semplice” consulente a Capo Designer, aparendo anche nel documentario dedicato alla storia di Tomb Raider, presente all’interno della confezione. Anche *Anniversary* ebbe un buon successo e questo spinse Eidos a dare il via libera a Crystal Dynamics per un nuovo capitolo, che avrebbe preso vagamente spunto anche dai lungometraggi con Angelina Jolie. Il sequel di *Legend*, ***Tomb Raider Underworld***, portava Lara Croft ad affrontare gli enigmi della mitologia norrena ma, nonostante Toby Gard alla direzione e alla co-sceneggiatura, quest’ultimo capitolo, purtroppo, non seppe conquistare completamente i fan, creando grossi problemi a Eidos.

La compagnia britannica infatti, si trascinava ormai da molti anni alcune difficoltà economiche, tra investimenti falliti e acquisizioni che non furono indolori. Il fallimento era dietro l’angolo ma, nel 2009, **Square-Enix** lanciò un salvagente dal valore di **84 milioni di sterline**, acquisendo l’intero controllo della software house.

La luce in fondo al tunnel



L’arrivo di Square-Enix cambiò le carte in tavola: serviva un taglio netto col passato, un nuovo *Tomb Raider*, una nuova Lara contornata da nuove idee. A capo dei nuovi progetti rimase Crystal Dynamics che si mise subito a lavoro su un nuovo titolo, più uno spin-off che un capitolo ufficiale: ***Lara Croft and the Guardian of Light*** arrivò solo sul mercato digitale, offrendo ai giocatori una nuova avventura cooperativa e con visuale isometrica. Nonostante il diretto collegamento al brand *Tomb Raider* mancasse, il nuovo lavoro ebbe un buon successo su tutti i fronti, dando linfa al progetto principale, un reboot totale che avrebbe finalmente portato Lara Croft ai nostri giorni.

Scritto da **Rhianna Pratchett** e con il semplice nome di **Tomb Raider**, il nuovo capitolo si presentava molto lontano dagli stilemi classici del franchise, presentando una **Lara alla prime armi** (nata nel 1992) e **inesperta**, una ragazza costretta ad affrontare mille avversità. Il titolo era più maturo e soprattutto più realistico, non solo nel gameplay ma anche nella costruzione di un personaggio che ormai non era più l'icona pop degli anni '90. Plasmata sulla modella **Megan Falcar**, la nuova Lara conquistò i cuori degli appassionati ma anche il gioco in sé seppe sorprendere: ambienti più ampi che favorivano l'esplorazione, una giusta dose d'azione e di soprannaturale facevano *pendant* purtroppo con la limitata proposta di tombe ed enigmi che in un gioco dal nome di **Tomb Raider** esigevano altra cura. Il successo del reboot spinse anche **Metro Goldwyn Mayer** ad acquisirne i diritti per una [trasposizione cinematografica](#), uscita proprio quest'anno e con protagonista il **Premio Oscar Alicia Vikander**. Basato proprio su questo reboot, il film non ha avuto però il successo sperato a causa di alcune scelte narrative e di una caratterizzazione di Lara Croft non proprio riuscita.

Il successo del nuovo *Tomb Raider* (videoludico) fu solo l'inizio: nel 2014 **Lara Croft and the Temple of Osiris** continuò quanto realizzato con **The Guardian of Light**, ma è il 2016 l'anno importante, con un **Rise of the Tomb Raider** che continuò quanto di buono fatto, elevando la qualità di tutti gli aspetti del gioco su livelli eccellenti. *Rise* fu un successo su tutta la linea, preparando il pubblico all'imminente [Shadow of Tomb Raider](#) che dovrebbe concludere questa nuova trilogia.

L'importanza di Lara



Come detto, Lara Croft è stato un personaggio fondamentale per la scena videoludica, ritornato in auge con i recenti reboot, anche se lontana dai fasti degli anni '90. Una donna protagonista in un videogioco d'azione sembrava una follia, eppure il ragionamento dietro a tale scelta può portare a

delle riflessioni. **Ian Livingstone**, Creative Director di Eidos e ora Presidente onorario, ha spiegato molto bene come si è arrivati a Lara Croft:

«**I giochi avevano sempre avuto personaggi maschili, perché i giocatori erano ragazzi. Ma questi ragazzi non avevano smesso di giocare; erano solo cresciuti e cosa preferirebbero guardare: un riccio, un idraulico o il sedere sodo di Lara Croft? Col senno di poi, la risposta era ovvia.**»

Nonostante l'intervento nella scena di Lara e il periodo del **"Girl Power"** portato avanti dalle **Spice Girls**, le protagoniste femminili facevano fatica a emergere. Ci volle probabilmente un'evoluzione della società e del pensiero per sdoganare le nuove eroine che ora diamo per scontate, da **Aloy di Horizon Zero Dawn** alla prorompente **Bayonetta**. Lara Croft aveva anticipato i tempi: tutti volevano Lara e il merchandising era qualcosa da tenere sotto controllo. Tra le cose più curiose in tal senso, come raccontato nel documentario, un fantino provò a chiamare Lara il suo cavallo da corsa, chiedendo a Eidos di poter pubblicizzare il brand *Tomb Raider*. La risposta fu no, dettata semplicemente dal rischio che un cavallo con il nome del momento sarebbe potuto cadere alla prima curva, diventando un perdente; l'associazione non era dunque possibile. Al contrario, fu concesso il nome Lara a una variante di Tulipani, del resto sembrava un'idea carina. Ma non finiva qui. Ben presto Lara Croft apparve anche sulla prima pagina di **The Face Magazine**, famosissima rivista rivolta alla cultura pop dell'epoca e in varie pubblicità, da quelle Visa a Seat. Nel 2006 ricevette anche una stella alla **Walk of Fame** di San Francisco, **una via a Derby**, chiamata **Lara Croft Way** e il **Guinness dei Primati per essere l'eroina dei videogame più famosa al mondo**. Non mancarono nemmeno i **fumetti** prodotti da **Top Cow** per ben cinque anni e alla naturale trasposizione porno (ne abbiamo parlato [qui](#)) o "semplicemente" erotica di Lara: **Nell McAndrew**, modella e testimonial di *Tomb Raider III*, posò per la nota rivista **Playboy**, con dicitura **"Lara Croft nude"**. Questo non piacque a Eidos, che decise di fare causa, imponendo un cambio di copertina. Tralasciando quest'ultimo dettaglio, dunque, fu un successo su tutta la linea, e questo successo non fu solo utile a Core Design ed Eidos, ma all'intera industria videoludica fino a quel momento rinchiusa in un micro cosmo a sé stante e che, grazie a Lara, era all'improvviso al centro della ribalta. Inoltre, uno degli impatti più evidenti fu **l'avvicinamento di ulteriore pubblico femminile al mondo videoludico**, potendo finalmente contare su un'eroina con la quale identificarsi. Ma era davvero così?

Lara Croft non poteva che aprire **dibattiti anche tra le esponenti del femminismo**. Ad esempio **Jennifer Baumgardner**, ex editor della rivista **Ms** e direttrice e publisher di **The Feminist Press**, è, ed è tutt'ora, una delle più attive su questo fronte, favorevole alla figura di Lara. L'archeologa rappresentava una donna forte, in grado di competere con i rivali uomini e dunque una figura positiva. Anche l'esaltazione delle forme per Jennifer non fu un problema: «se lo può permettere, perché non farlo. Non credo che le donne si paragonino a un personaggio immaginario di un videogioco».

Di tutt'altro avviso era invece **Ismi Roby**, all'epoca caporedattrice e fondatrice di **WomenGamers.com**, un portale dedicato a tutte quelle ragazze che avevo sviluppato la loro passione per i videogame. Secondo Ismini, Lara non era altro che un **oggetto sessuale**, che sminuiva la figura della donna, cosa che trovò sostegno anche in **Germaine Greer**, una delle maggiori esponenti del femminismo del XX secolo, considerando l'archeologa come una mera fantasia per adolescenti, un «maresciallo con palloni infilati sotto la maglietta». Inoltre la Greer tornò anche sul fisico, sottolineando come Lara fosse una donna "perfetta", assolutamente non realistica, cui le donne potevano prendere come modello sbagliato da imitare.



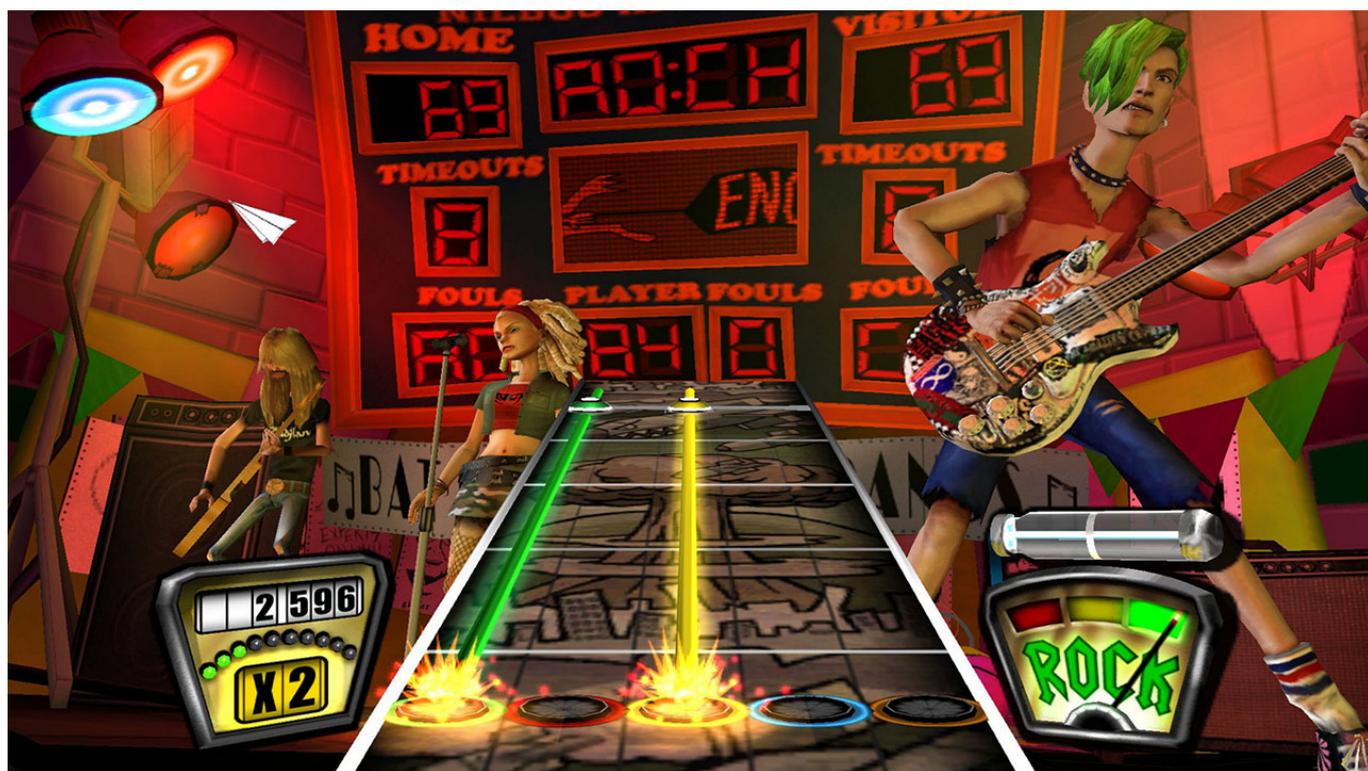
Le polemiche intorno a Lara Croft non cessarono nemmeno con il reboot del 2013, in cui era presente una **scena di tentato stupro** su una Lara ferita e spaventata. Immediatamente, riviste, telegiornali, femministe urlarono allo scandalo, scagliandosi su una scena che non era nemmeno esplicita. La risposta di Crystal Dynamics non si fece attendere, raccontando di come Lara, attraverso le difficoltà che comunque una donna affronta oggi, riesce a cavarsela da sola contro le avversità di qualunque natura. Queste polemiche si placarono e non diedero problemi nello sviluppo di *Rise of the Tomb Raider* ma un altro piccolo “dibattito” si venne a creare, in concomitanza con l’annuncio di **Alicia Vikander** come attrice protagonista nel film **Tomb Raider**: “non ha le forme!”, “era meglio Angelina!”, “non somiglia per niente a Lara Croft!”. Risparmiando i commenti più volgari, questa era una buona parte della “voce di internet”, ad avvenuto annuncio. Inutile dire come Alicia Vikander sia una delle migliori attrici attualmente in circolazione, e forse l’insuccesso del film è anche derivato da questi pregiudizi e possibilmente dall’ignoranza sul tema, non essendosi accorti in molti come il film si rifacesse al recente reboot e alla nuova Lara Croft.

Tutto questo è dovuto all’incredibile impatto mediatico dell’eroina, che ha cambiato per sempre la visione dei videogame da parte del pubblico, trasformando il mondo videoludico in un universo di oggetti di culto, ammesso che ci sia della qualità dietro un titolo, sia ben chiaro. Lara Croft rimarrà per sempre un’icona, qualunque sia la sua versione, la sua storia e il suo aspetto. L’esplosione del successo e la sua gestione sono un insegnamento per tutte quelle software house che sognano di fare il grande colpo, ma è incredibile notare come alcuni errori commessi più di vent’anni fa si perpetuino tra problemi di comunicazione, gestione delle critiche, titoli annuali senza reali novità e così via. La storia di Lara, di Core e di Eidos è un esempio di come un’idea che può essere considerata semplice può in realtà rivoluzionare il mondo, e di come, a volte, bisogna anche sapersi fermare prima di combinare qualche guaio di troppo.

Vita e morte di Guitar Hero

«La vita senza la musica sarebbe un errore» diceva **Friedrich Nietzsche** ne *Il crepuscolo degli idoli*, ed è la verità: chi di noi non ha mai sognato di salire su un palco, armato di chitarra, nei panni del **Jimi Hendrix** di turno? Eppure, in un tempo troppo lontano, due sviluppatori, **RedOctane** e **Harmonix** realizzarono il sogno di milioni di giocatori... seppur nelle loro camerette.

Era il tempo di **Guitar Hero** e di **Rock Band**, due titoli che si contendevano un mercato agguerrito e affamato, e che, come l'Icaro narrato dagli **Iron Maiden** in *Flight of Icarus* si avvicinarono troppo al Sole, per poi cadere nell'oblio. Ma partiamo dalla genesi...



From Genesis to Revelation

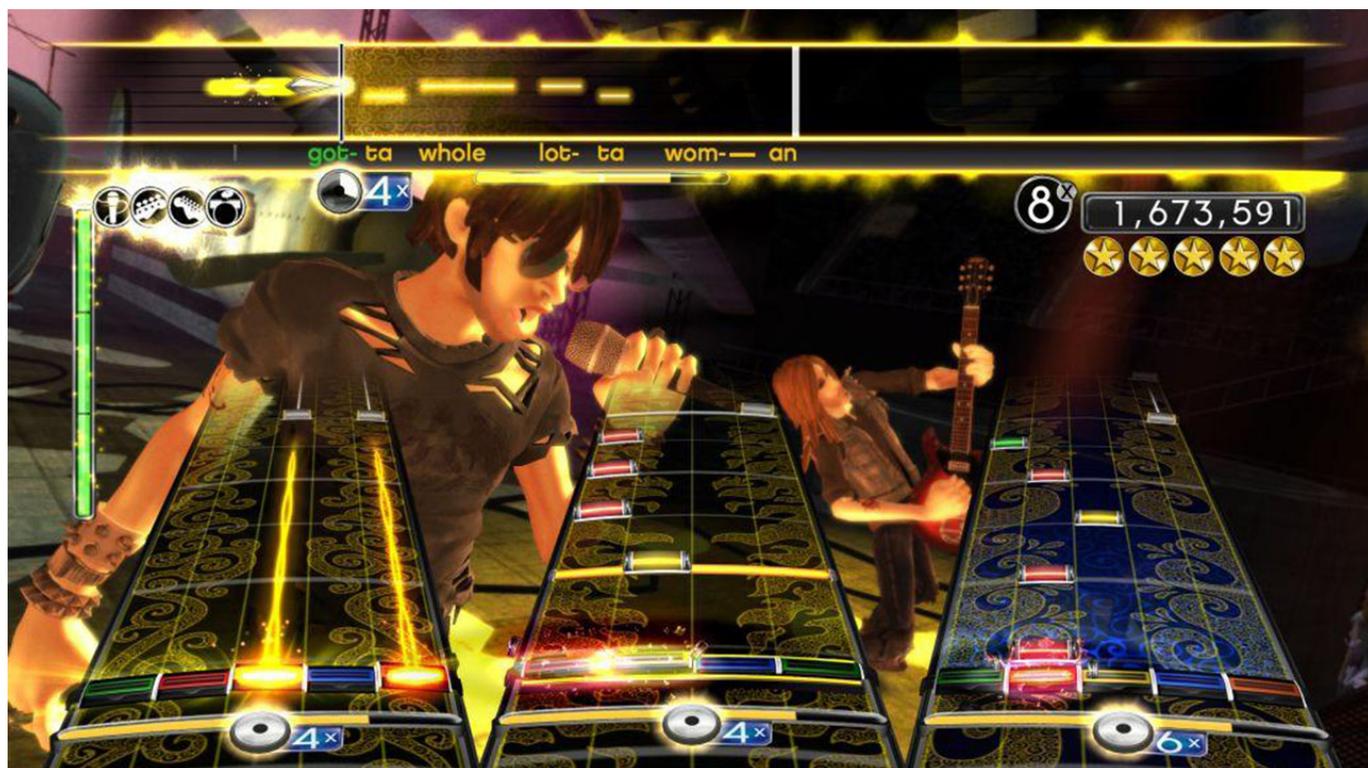
I cosiddetti **rhythm game** non nascono però con il primo **Guitar Hero**: bisogna tornare ancora più indietro nel tempo, precisamente nel 1997, con il primo **PaRappa the Rapper** uscito per la prima **PlayStation**, titolo subito diventato di culto tra i giocatori in tutto il mondo. Stessa sorte toccata a **Dance Dance Revolution** di **Konami**, un titolo tutt'oggi giocato e amato dal popolo delle sale giochi e dei fan dei cosiddetti *bemani*, ma questo è un altro discorso...

Andiamo avanti fino al 2005, anno dove due compagnie videoludiche come **Harmonix** (già autrice di giochi a tema musicale, come **Frequency** e **Amplitude**) e **RedOctane** uniscono le forze per creare il primo **Guitar Hero**: fu un successo straordinario, soprattutto considerando che il titolo uscì quasi a fine ciclo vitale di **PlayStation 2**. Alla base del boom di **Guitar Hero** vi erano soprattutto due fattori: una **tracklist** variegata, capace di andare dall'**heavy metal** dei **Black Sabbath** al **pop-punk** dei **Sum 41**, passando per l'**indie rock** dei **Franz Ferdinand**. E soprattutto il controller: una replica in miniatura della **Gibson SG**, celebre chitarra usata da chitarristi leggendari quali **Angus Young** degli **AC/DC** e **Tony Iommi** dei già citati **Black Sabbath**. Il successo di **Guitar Hero** dipese anche da, oltre ai due fattori succitati, un'incredibile immediatezza: non è necessario essere dei veri

chitarristi per giocare. Basta semplicemente andare a tempo e dare la plettrata alla nota, col giusto tempismo.

Il titolo fece così tanto scalpore che il seguito, **Guitar Hero II**, uscito sia su **PlayStation 2** che, successivamente, su **Xbox 360** (dove, incluso nel bundle, vi era una riproduzione di una **Gibson Explorer**, chitarra usata da **James Hetfield** dei **Metallica** e **The Edge** degli **U2**) ottenne anche un'espansione dedicata agli anni '80, ovvero **Guitar Hero Encore: Rocks the '80s**. Oltre, ovviamente, a un successo ancora più grande, e una tracklist ancora più completa, capace di raccogliere hit dagli anni '60 fino ai primi anni del 2000!

La febbre di **Guitar Hero** scatenò anche l'asta da parte dei publisher, che volevano a tutti i costi **Harmonix** e **RedOctane** tra le loro fila: alla fine la prima venne acquisita da **MTV Games** e la seconda da **Activision**, e come succede molte volte nel mondo della musica, quando perdi la tua "libertà", arriva anche il declino...



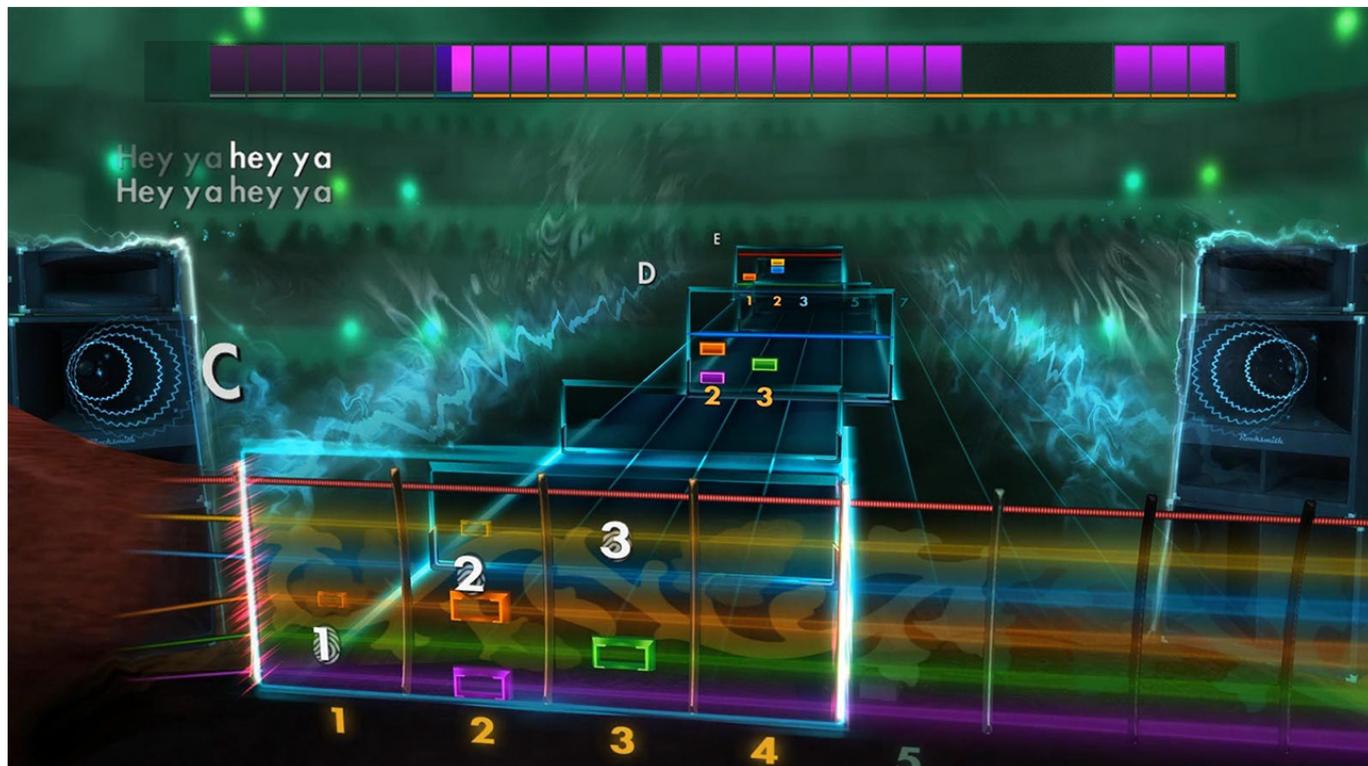
Nevermind

Siamo nel 2007, e **RedOctane** attua il motto "squadra che vince non si cambia" con **Guitar Hero III: Legends of Rock**, uscito praticamente su tutte le piattaforme con alti (la versione per **Nintendo Wii**, uno dei titoli di terze parti più di successo della console **Nintendo**) e bassi (le versioni per **PC** e **Macintosh**, port famoso per avere dei requisiti assurdi per l'epoca, ed essere ingiocabile anche con i computer più potenti). Non cambia nemmeno il produttore della chitarra, visto che questa volta avremo a nostra disposizione una **Gibson Les Paul**, famosa ai più per essere la chitarra di **Slash** dei **Guns 'n' Roses**.

E **Harmonix**? Decise di puntare ancora più in alto con **Rock Band**, primo titolo della saga, raddoppiava la dose. Anzi, la quadruplicava! Perché oltre alle due chitarre (delle **Fender Stratocaster**, con molta probabilità, il modello di chitarra più celebre del mondo, usato da chitarristi come **Jimi Hendrix** ed **Eddie Clapton**), delle quali una usata per le tracce di basso, aggiungeva anche una **batteria** e soprattutto un microfono per cantare!

Entrambi i titoli ebbero un ottimo successo, sia commerciale, che critico. Ma, più in là nel tempo, sia

Guitar Hero che **Rock Band** cominciarono a fare le stesse mosse: spin-off dedicati a un gruppo in particolare (**Metallica**, **Aerosmith** e **Van Halen** per il titolo **RedOctane**, **Beatles** e **Green Day** per quello **Harmonix**) oppure titoli concettualmente diversi, come i due **DJ Hero** di **Harmonix** o **Band Hero** di **RedOctane**, ma era troppo tardi. Il genere aveva saturato il mercato, e i giocatori lamentavano un'eccessiva somiglianza tra i vari titoli.



I due studi di sviluppo ci riprovarono nel 2015, **Harmonix** con **Rock Band 4** e **RedOctane** con **Guitar Hero Live**, due titoli che, nonostante qualche piccola novità, come il nuovo controller a 6 tasti di **Guitar Hero**, vennero presto dimenticati dal pubblico. Probabilmente l'ultimo vero sussulto appartiene a **Rocksmith** di **Harmonix**, utile più come strumento per imparare a suonare la chitarra che come gioco in sé, ma anche in quel caso, si parla di numeri di vendita molto lontani rispetto ai fasti del genere.

Sembra che oggi giorno non ci sia più spazio nel mercato per i **rhythm game** con periferiche, ma chissà, mai dire mai. D'altronde, nel mondo della musica abbiamo assistito a reunion date più volte come impossibili, e magari, imparando bene dagli errori del passato, verrà di nuovo il tempo di un nuovo **Guitar Hero** e di un nuovo **Rock Band**. Perché, come diceva **Neil Young**, «rock and roll will never die».

[Un'estate al nerd](#)

La spiaggia, strade assolate, vento che sferza in faccia durante un giro in motorino, arrivare al mare, distendersi e dimenticare ogni cosa: la scuola, il lavoro, inverni e autunni di pensieri, responsabilità e preoccupazioni. L'**estate** è questo, ed è serate nei chioschi, chitarre davanti a un falò, baciarsi

distesi sulla battigia e andare a dormire soltanto al palesarsi dell'alba. Per alcuni è i giochi all'aperto quando si è piccoli, per altri le passeggiate in bicicletta, per altri le birre, le prime limonate... ha il sapore di ogni età, l'estate, e c'è sempre spazio per ogni cosa, e c'è il tempo per farla, quella cosa, nella calma placida di ogni ora libera e vacanziera.

In questo abbondare di tempo libero, volete non si trovi spazio per i videogiochi? Perché fra una pausa e l'altra del dolce far niente, tra una partita a pallone e una gara di tuffi, il tempo per una partitina in formato **handheld** o per un giro di joystick nella propria stanza si è sempre trovato. O, se si era in giro, non si lesinava una visita alla **sala giochi**, per chi abbia vissuto quell'epoca d'oro di luccicanti coin-op.

Per l'estate vogliamo regalarvi uno **spazio amarcord**, un momento dedicato ai ricordi estivi, piccoli racconti che testimoniano un altro frammento della nostra passione per i videogiochi. Passione che non ha tempo, né stagioni deputate, che se ne infischia del caldo boia e delle ore che passano fino a che si è fatta notte fonda, istanza del cuore che ti dice: gioca, tanto tornerà un altro inverno, gioca e non pensare ai mille petali di rose.

E quei giorni noi siamo qui a ricordarli, noi che abbiamo una redazione che spazia dai 17 ai 40 anni. Vogliamo raccontarvi tutti, questi decenni di differenza, queste estati che, pur segnando un arco lungo quasi un quarto di secolo, ci hanno riunito qui, sotto l'emblema di una bussola, uniti da un'unica passione. Dunque sedetevi con noi in riva al mare, prendete una bevanda gassata, mettete le cuffie e lasciatevi trascinare indietro nel tempo questi brevi racconti fatti di pixel e parole, righe che raccontano di **estati al sapore di nerd**.

Dusty Rooms: il Pippin e gli anni bui di Apple

Da tempo si discute riguardo la fisionomia della prossima generazione di console, su chi entrerà nello scenario videoludico e su chi invece potrebbe addirittura essere propenso a lasciare il mercato hardware in favore dello sviluppo software. Come abbiamo letto altrove, si starebbe concretizzando il progetto di una console da parte del colosso **Google**, fra i nomi più accreditati. In molti si chiedono come mai la **Apple**, rivale per antonomasia per quel che riguarda il mercato degli smartphone, non voglia gettarsi nella mischia; come accade dall'epoca in **Steve Jobs** rilanciò la compagnia da lui stesso co-fondata nel 1976, ogni prodotto **della Mela**, ancora oggi, riscuote sempre un grosso successo fra chi segue la compagnia dagli albori e i semplici curiosi e perciò una console da gioco sembrerebbe un passo logico. **Apple**, a quanto pare, non avrebbe la benché minima intenzione di buttarsi nel mercato del gaming e le ragioni sono due: la prima perché l'**App Store** abbonda già di giochi che, specialmente nel caso in cui ci sia dietro un grosso developer, girano molto bene su grossa parte dei dispositivi Apple, ovvero la linea di computer **Macintosh**, gli **iPhone** e gli **iPad** (nonché i semi-dimenticati **iPod**); la seconda è semplicemente perché la nota compagnia californiana... ha già avuto la sua (pessima) esperienza nel gaming! Oggi, qui in questa nuova puntata di **Dusty Rooms**, vi porteremo nella epoca buia di **Apple**, gli anni di una compagnia confusa e senza il suo visionario leader. Che cosa è andato storto per il **Pippin** e come mai nessuno si ricorda di questa console?



Apple in alto mare

Già all'inizio degli anni '90 era già possibile vedere le prime conseguenze dell'uscita di **Steve Jobs** con il valore sempre in calo delle azioni **Apple**. Quegli anni si aprirono con i rilasci delle linee di computer **Quadra**, **Centris** e **Performa** che, per via delle loro caratteristiche tra loro fin troppo simili, finirono per alienare consumatori e persino rivenditori (in quanto non sapevano quali "tasti" spingere per vendere questi prodotti) in favore dei più semplici computer **IBM** con i sistemi operativi **Windows**. Cominciò così una fase che potremo definire a oggi sperimentale: **Apple** non solo permise a terze parti di produrre sia software che cloni hardware su licenza ma, insieme ai computer, la compagnia californiana si concentrò su molti prodotti come il **Newton**, il fallimentare PDA touch screen pesantemente stroncato per via del suo pessimo riconoscimento calligrafico, macchine fotografiche digitali, lettori CD e, ben presto, anche console da gioco.



Il vero scopo del **Pippin**, la cui parola rimanda a una particolare tipologia di mela, era offrire un hardware computeristico in forma di console in grado sia di navigare in internet che di leggere software interattivi come videogiochi o enciclopedie multimediali. Così come accadeva per i loro PC durante quel periodo, **Apple** avrebbe permesso a chiunque volesse produrre la loro console di differenziare la propria versione con caratteristiche uniche (sempre rispettando gli standard della scheda madre e del look da loro forniti). La prima forma di questa console apparve nel 1994 come **Pippin Power Player**, che non fu mai venduta al pubblico; questo modello venne usato solamente per attrarre gli investitori nelle fiere e nelle conferenze coi media. Ben presto la **Bandai** si interessò al progetto e fu normale aspettarsi una sua buona riuscita; non solo erano responsabili della produzione delle linee di giocattoli di **Sailor Moon**, **Gundam**, **Dragon Ball** e **Power Rangers** che spopolavano in tutto il mondo, ma avevano già un'ottima esperienza nel mondo videoludico grazie alla distribuzione dell'**Emerson Arcadia 2001** negli anni '80, alla produzione delle loro **pong console**, il controller **Family Fun Fitness** per il **NES** (che fu in seguito comprato da **Nintendo** e riconfezionato come **Power Pad**) e ovviamente dei diversi software per questa console. **Bandai** usciva dalla disastrosa esperienza del **Playdia** (che probabilmente tratteremo più in là) e **Yamashina Makoto**, l'allora presidente e figlio del fondatore **Yamashina Naoharu**, vide nel **Pippin** un buon progetto per potersi rilanciare nel mondo dei videogiochi; avrebbero fornito ai consumatori sia una buona console di gioco e una versione low cost di un computer **Apple**. Gli accordi erano i seguenti: **Apple** si sarebbe occupata di progettare il look, la scheda madre e i software mentre a **Bandai** erano affidate la produzione, la distribuzione, il marketing e qualsiasi altra cosa al di fuori delle mansioni affidate alla compagnia americana. Tuttavia **Bandai**, fiutando un fallimento semi-assicurato viste le presentazioni di **Sony PlayStation**, **Sega Saturn** e **Nintendo 64** che sarebbero uscite a breve, decise di spartirsi il fardello della produzione fisica della console con

Mitsubishi e ciò fece decollare i prezzi di lancio; il **Pippin Atworld** uscì nel 1996 con il folle prezzo di 599 \$ negli Stati Uniti (che includeva un abbonamento ad internet con **PSINet** per 6 mesi, per un valore totale di 150 \$) e 64.800 Yen in Giappone (dove si chiamava **Bandai Pippin Atmark**), escludendo automaticamente sia quella fascia di mercato che già aveva preso in considerazione l'acquisto di una delle tre console 32-bit e sia quelli che volevano semplicemente comprare un computer **Apple**, la cui domanda era già scarsa di suo. Nonostante il prezzo spropositato, **Bandai** sperava che il **Pippin Atmark** vendesse almeno 200.000 unità in Giappone e 300.000 negli Stati Uniti ma, per via del successo spropositato di **PlayStation**, riuscì a vedere solamente 42.000 unità totali. Ad ogni modo, sempre nel 1996, **Apple** riuscì a concludere un nuovo accordo con la compagnia norvegese **Katz Media**, che avrebbe prodotto il **Pippin** per il mercato canadese ed europeo; al progetto si unì anche **Bandai** che avrebbe prodotto l'hardware e il **Pippin KMP2000** fu venduto principalmente agli hotel, per permettere l'accesso a internet ai turisti nelle camere d'albergo, e alle catene di negozi **Redwall** per la creazioni di dei chioschi interattivi. L'esperienza di **Katz Media**, rispetto a **Bandai**, andò molto meglio ma il ritorno di **Steve Jobs** alla **Apple** nel 1997 decretò definitivamente la fine del **Pippin** e il supporto per i cloni **Apple**; nel 1998 i rimanenti **Pippin** furono venduti alla **Daystar Digital** che li vendettero a quei pochi interessati fino a esaurimento scorte.

BUSINESS

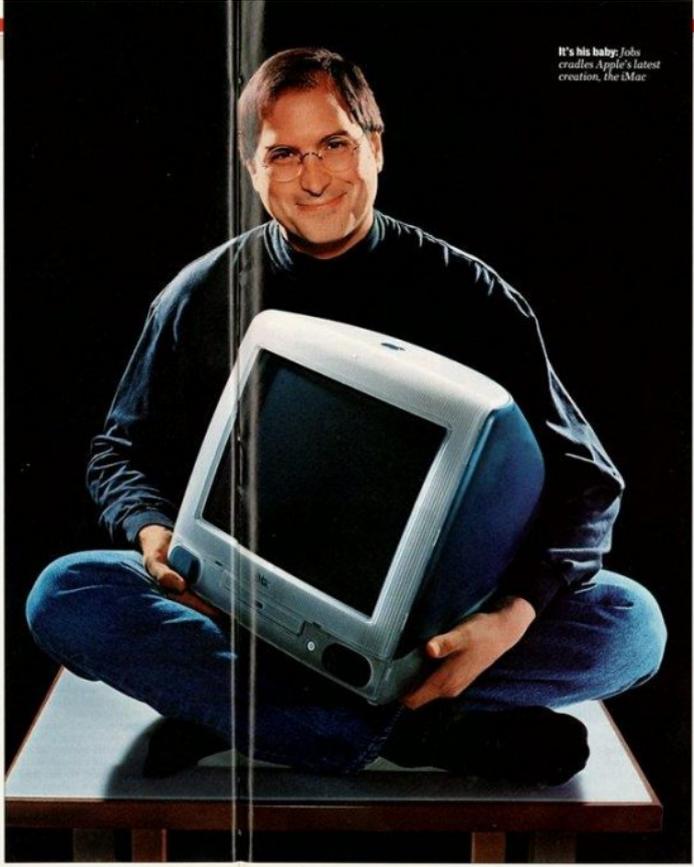
Hello Again

Steve Jobs says the cool new iMac he unveiled last week is only the latest sign of a freshly polished Apple. BY STEVEN LEVY

LOOK AT THAT!" SAYS STEVE JOBS as he pulls his Mercedes into a parking space. He's pointing at a new Volkswagen Beetle, and as soon as he parks, he dashes over, circling the shiny black Bug, taking the measure of a well-publicized update of once great product design. "They got it right," he concludes.

Last Wednesday Jobs himself received a more thunderous thumbs-up at the announcement of Apple Computer's successor to its own hall-of-fame classic, the original Macintosh: a machine designed for consumers dubbed the iMac (only Apple would dare to lowercase the "I" in Internet). The crowd in Cupertino, Calif.'s Flint Center—site of the historic Mac launch 14 years ago—largely consisted of Apple employees. But due to an industrial-strength come of silence shrouding the new product, few had been aware of its existence. So after a morale-boosting slide show documenting the company's new profits, and a demonstration of the speed of its sleek new laptops, the crowd went bonkers when interim CEO Jobs, in a rare appearance in a business suit, literally unveiled a piece of hardware that blends sci-fi shimmer with the kitsch whimsy of a cocktail umbrella. As distinctively curvy as the Beetle, dressed in retro-geeky, translucent plastic, the iMac (due to ship in August) is not only the coolest-looking computer introduced in years, but a chest-thumping statement that Silicon Valley's original dream company is no longer somnambulant.

46 NEWSWEEK MAY 15, 1998



It's his baby: Jobs cradles Apple's latest creation, the iMac

Enter Steve Jobs, who had been advising Amelio since Apple had purchased NeXT, Job's software company, late in 1996. Jobs's main gig, heading animation studio Pixar, was finally paying off after a 10-year ramp-up: in the wake of megahit "Toy Story," Job's stock holdings made him a billionaire. His financial stake in Apple, though, consisted of a single share of stock. In addition, he had a young family he loved spending time with. So why take up Woodard's offer to temporarily run the company? Jobs explains that his "reluctant" acceptance of the task was tied to his belief that "the world would be a slightly better place with Apple Computer." Some of his friends, however, think that his motivation was more intensely personal. "No matter how famous Pixar becomes, Steve is known for Apple; if Apple is tarnished, Steve is tarnished," says former Apple exec Heidi Roizen. Larry Ellison, the CEO of Oracle who accepted Job's offer of a board seat, adds, "Apple is like a child who has a drag problem—Steve has come back to straighten her out."

How did he begin the task? First by making peace with Apple's former blood enemy, Bill Gates. Coexistence with the dominant player was Apple's only survival strategy. The deal announced last August assured that Microsoft would continue writing Mac software, a vital prerequisite to any recovery. Then, in an even more controversial move, Jobs ended the policy of licensing Apple's software to other computer makers, contending that those "clones" sucked up profits that were rightfully Apple's.

But most important, he says, "Apple needed a plan." Jobs believed that there was sufficient talent at Apple to regain glory, but no coherent strategy. (Amelio disputes this, insisting that many of Job's initiatives are carry-overs from his tenure.) To demonstrate this, Jobs scrawls the names of Apple's mid-1997 product line on a whiteboard. There's the 1400, the 3400, the 6500... 15 in all. "And you know how many we make now?" he asks. "Zero." The idea was to concentrate efforts on Apple's key markets: publishing, education and consumer. Ultimately the product list would be winnowed to four: desktop and laptops for the consumer and the professional.

But it would not be easy. "Focus does not mean saying yes, it means saying no," Jobs says. "I was Dool. And that was hard." But Job's do-it-and-move-on style is well suited for crisis management. He eliminated some of Apple's work force and, according to Fred Anderson, cut operating expenses virtually in half.

Another streamlining took place in the retail channel. "Our [Apple] business was almost nothing—we felt they would just dwindle away," says CompUSA exec Hal Compton. But when Jobs arrived, Comp-

PHOTOGRAPH BY MONTE HAZARA - CONTEMPORARY DESIGN PARTS, S.P.A. - COURTESY OF L.A.M. DESIGN

MAY 15, 1998 NEWSWEEK 47

Navighiamo nell'internetto!

Bisogna riconoscere che la console **Apple** era molto solida e all'avanguardia per i tempi: il **Pippin**, costruito intorno al processore **PowerPC 603** di 66 MHz, includeva un **lettore floppy**, **modem** ed era possibile connettere una **tastiera** con un **tablet da disegno**, le stampanti **Color Style Writer 2400** e **2500** ed era possibile attaccarlo a un computer **Apple** tramite un apposito cavo. Il retro

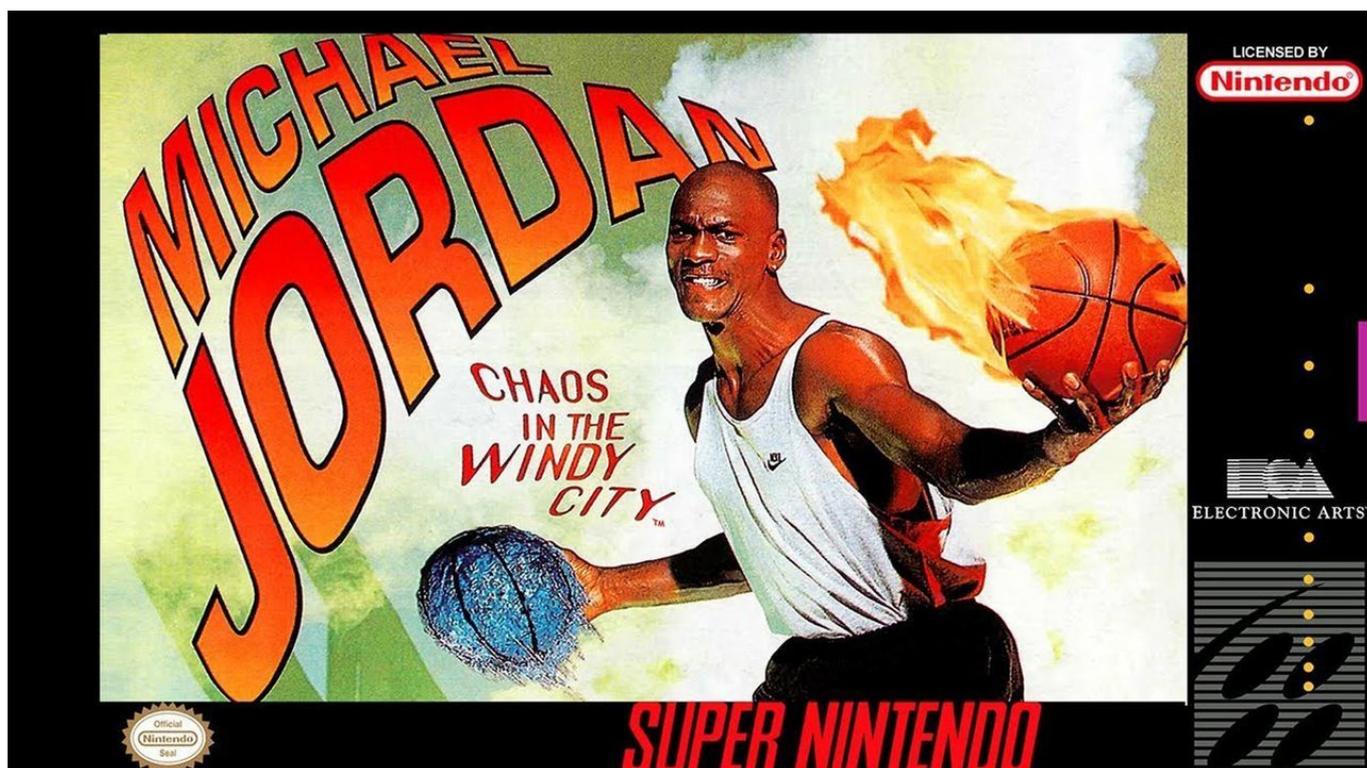
della console ci mostra che era possibile collegarlo alla tv tramite i normali cavi **RCA**, **S-Video** e persino tramite **VGA**, all'epoca il massimo della risoluzione; inoltre, sempre dal retro - e questa è una feature che i collezionisti desidererebbero in ogni console retro - era possibile cambiare la codifica del video da 60 a 50Hz rendendola dunque una console region-free a tutti gli effetti. Il controller aveva una strana forma a banana (molto simile, se ci pensate, al controller presentato con la **PlayStation 3**) ma i consumatori non lo trovarono scomodissimo: insieme alla croce direzionale c'erano quattro tasti frontali, due dorsali, tre tasti per richiamare i menù e un controller a sfera (più propriamente una trackball) che avrebbe letteralmente sostituito il mouse. Ogni gioco per **Pippin** includeva al suo interno una versione del sistema operativo **Mac** e questo sarebbe servito sia a proteggere la console dalla pirateria che per fornire agli utenti una versione di **Mac OS** sempre più aggiornata; questo significava che **Apple** avrebbe potuto aggiornare il sistema operativo senza necessariamente dover ritirare l'hardware ma questo significava anche che, una volta terminata la produzione software, non sarebbe più stato possibile aggiornarlo.

Ad ogni modo, con un solo anno di attività, il sistema operativo non arrivò oltre la versione 7.5.2 e, inutile a dirlo, i giochi rilasciati furono veramente pochi (circa 80). Purtroppo non esistono dei grandi giochi su **Pippin** e, così come per **3DO**, quei pochi titoli validi sono presenti altrove. Tuttavia, vale ricordare che una delle poche compagnie che credette fortemente nel progetto fu **Bungie**, la stessa che ha regalato al mondo la serie di **Halo** e **Destiny 2**; è possibile infatti trovare su **Pippin** delle ottime versioni di **Marathon** e **Marathon 2** ma giocarli lì è un'impresa ardua in quanto le console **Bandai** e **Katz Media** sono molto rare e perciò costano moltissimo su Ebay. A quanto pare non esiste neppure un emulatore per le console **Pippin**, dunque comprare l'hardware fisico è l'unico modo per godere del poco interessante parco titoli di questa console. A ogni modo, sul sito ufficiale **Apple** esiste ancora una pagina [FAQ](#) dedicata al **Pippin** in cui si trova tutto ciò che c'è da sapere sulla console! Questo sì che si chiama supporto!

(Un video dell'utente YouTube [Applemctom](#) che mostra una buona manciata di titoli **Pippin**)

[Dusty Rooms: le celebrità nei videogiochi](#)

Super Mario, **Link**, **Lara Croft**, **Master Chief**, **Nathan Drake**, **Crash Bandicoot**, tutti personaggi in grado di venderti una console, persino con uno spin-off... Puzzle! Tuttavia, vi era un tempo in cui non a tutti piacevano i personaggi fittizi, in cui si diceva: «Interessante... Ma a questo gioco manca qualcosa». Per compensare queste mancanze nei videogiochi, alcuni imprenditori poco laboriosi pensavano che pagare qualcuno per farlo apparire nel proprio gioco garantisse delle entrate e perciò, a oggi, abbiamo una marea di titoli sponsorizzati dalle celebrità che trasudano di tempi andati e persi per sempre (in alcuni casi, meglio così). Partendo dagli albori, daremo uno sguardo ad alcuni di questi "interessanti" giochi; è difficile mapparli con precisione (tanto quanto tracciarne l'inizio) per cui faremo del nostro meglio per risultare esaustivi. Se ce ne dimentichiamo qualcuno fatecelo presente - con garbo - nei commenti! I titoli che prenderemo in considerazione sono quelli in cui un personaggio celebre sia presente all'interno del gioco interpretando se stesso e non personaggi fittizi per cui potrebbe essere famoso (esempio: un gioco della serie **Indiana Jones** non è un gioco che include **Harrison Ford**, neanche nel caso in cui l'attore originale doppi il personaggio da lui interpretato).



Gli anni '80

Che ci crediate o no, la pratica di schiaffare un personaggio famoso in un software esiste sin dagli albori dei videogiochi. Stando a qualche ricerca, si potrebbe tracciare un inizio con ***Pelé's Soccer*** del 1980 per **Atari 2600**. Già chiarissimo l'intento dei programmatori a far più soldi possibili con un software non fantastico ma sponsorizzato da un leggendario calciatore; è vero che su **Atari 2600** bisogna attivare un po' l'immaginazione e, il gameplay di molti giochi, soprattutto gli sportivi, era in uno stadio particolarmente primitivo. Nessuno, ha ancora capito quale sia Pelé in quel gioco. C'erano due squadre, composte da tre giocatori ciascuno, e perciò è difficile credere che tutti i giocatori siano la celebrità che sponsorizza il gioco; è per questo che alcuni, a oggi, dicono scherzosamente che **Pelé** sia la palla! È giusto dire che solitamente i giochi sportivi sponsorizzati erano per lo più buoni come le serie di ***Tony Hawk's Pro Skater*** e ***Colin McRae Rally*** (ancora viva sotto il *rebranding* ***Dirt***), il particolare ***Mike Tyson's Punch Out!!*** e i diversi titoli arrivati su **Sega Mega Drive al lancio**. A ogni modo, lasciamo perdere lo sport, visto che è un argomento fin troppo vasto, e torniamo di nuovo ai tempi di ***Pelé's Soccer*** per parlare di un altro tipo di celebrità.



Prima del popolare *Michael Jackson's Moonwalker*, i *Journey*, popolarissima band degli anni '70-'80, finirono su un gioco per **Atari 2600** chiamato *Journey Escape* basato sul loro più recente album, intitolato, appunto, *Escape*. Lo scopo del gioco era portare i membri della band e il loro cachet della serata a bordo del loro tour-bus, che era in realtà un'astronave a forma di scarafaggio, evitando fotografi, promoter senza scrupoli e groupies, facendoli aiutare dai *roadie* a forma di *Kool-aid* (qualcuno non ci stava con la testa quando hanno programmato questo gioco, eh si...); il loro brano *Don't Stop Believin* era reso col primitivo chip sonoro dell'**Atari 2600** ma fortunatamente i *Journey* poterono riproporre i loro brani col nuovo gioco arcade del 1983 (intitolato semplicemente *Journey*) che mostrava più chiaramente i membri della band che dovevano andare alla ricerca dei loro strumenti (e non di certo evitare le groupies, cosa a cui nessuna band avrà mai rinunciato!).



Un'altra band diventò iper-popolare negli anni '80 e, come i **Journey**, ebbero il loro videogioco su licenza. **Frankie Goes to Hollywood**, nome del gioco per i principali computer degli anni '80 che promuoveva l'omonima band dance rock, era una sorta di avventura grafica con una distinta componente puzzle; l'obiettivo del gioco era raggiungere il tanto discusso "**Pleasuredome**" raccogliendo dei punti amore, sesso, guerra e fede ma consegnando prima un assassino alla giustizia. Insomma, un gioco veramente strano ma che incarnava quasi perfettamente l'eccentricità della band. Spettacolari inoltre le versioni [Syd](#), ascoltabili dunque nel **Commodore 64**, dei loro successi **Welcome to the Pleasuredome**, **Relax**, **Two Tribes** e l'intro **The World is my Oyster**. Direi imperativo se siete fan di questa band!



Ma lasciamo perdere la musica per un momento e concentriamoci su **Chuck Norris Superkick**, gioco per **Atari 2600**, **Colecovision**, **Commodore 64** e **Vic-20**. Questo fantastico titolo della **Xonox** vi mette nei panni dell'uomo più virile al mondo per far sì che gli sciagurati che osano attaccare **Chuck Norris** capiscano chi è che comanda anche nel mondo dei videogiochi! Il titolo non è ispirato a nessun film, ma il fatto che si giochi nei panni del glorioso **Chuck** basta già da sé; procuratevelo altrimenti **Chuck Norris** verrà a casa vostra sfondando il muro con un calcio volante!

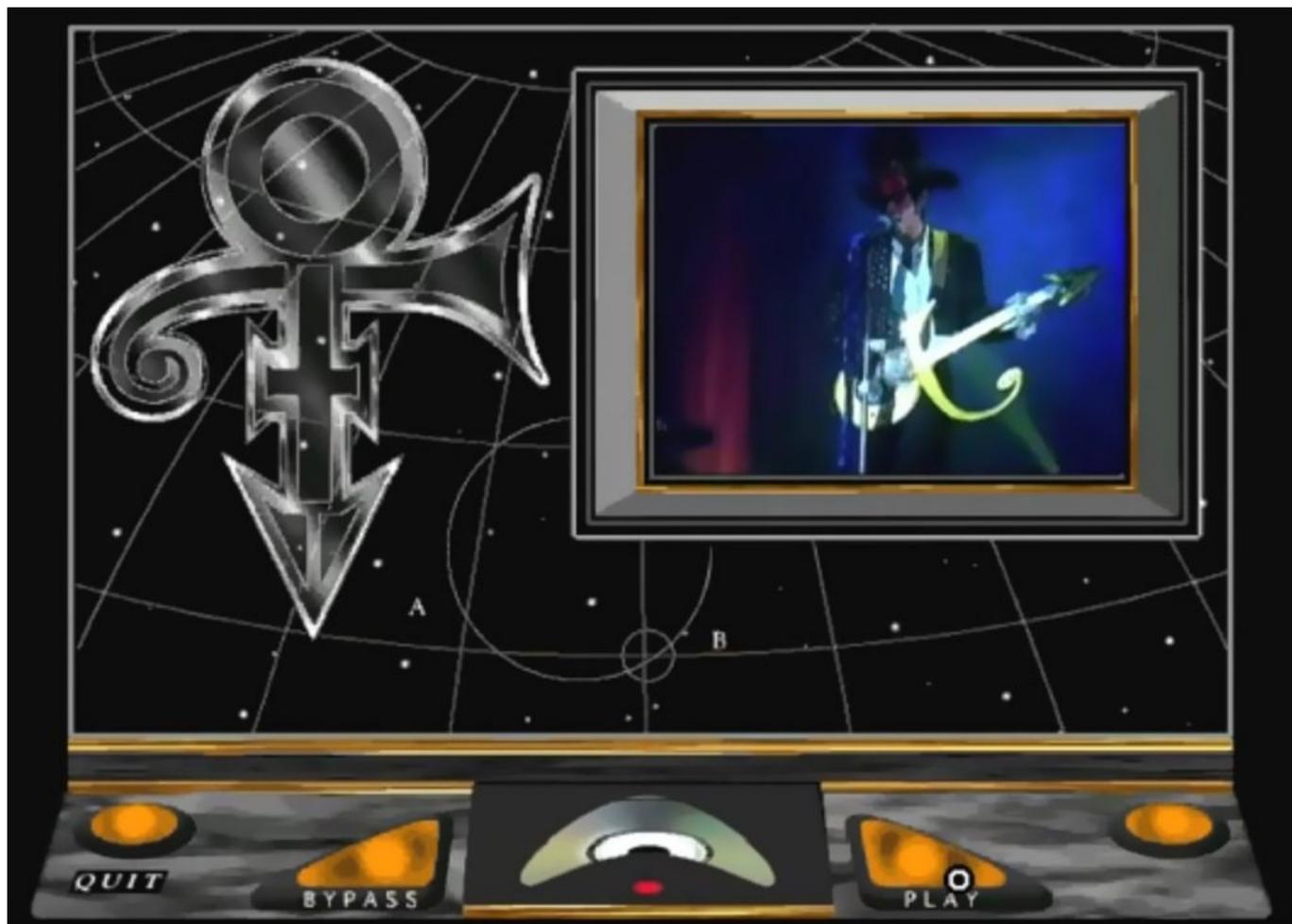


Gli anni '90

La strategia di **Sega**, con la sua nuova console 16-bit, era quella di appellarsi a un target più maturo, e chi incarnava quello spirito di ribellione tipica degli anni '90 meglio dell'iconico cantante **Michael Jackson**? **Michael Jackson's Moonwalker** uscì per prima in versione arcade ma fu con il rivisitato porting su **Mega Drive** che divenne un titolo leggendario (a modo suo). I controlli erano buoni, l'atmosfera si ricollegava direttamente all'omonimo film e il gameplay era tanto semplice da poter essere giocato persino da coloro che non avevano mai toccato un videogioco prima d'ora, anche vostra sorella che vi chiedeva in prestito i vinili di Michael Jackson e ve li restituiva graffiati. Era possibile colpire e far fuori intere orde di nemici con calci e pugni (con una sfumatura prettamente "Jacksoniana"), col cappello, con le piroette ma soprattutto coinvolgendo gli sgherri di **Mr. Big** a danzare fino alla morte a suon di **Smooth Criminal**, **Beat it**, **Bad** e **Billy Jean!** L'obiettivo di ogni livello era ripulire ogni schermata dai nemici e andare alla ricerca di un certo numero di bambini ma, per quanto semplice, era un gioco abbastanza avvincente e divertente... E no, nessuna battuta su **The King of Pop** e i bambini!



Anche se alcuni dicono che la faida fra **Michael Jackson** e **Prince** sia infondata, qualche anno dopo il rilascio di *Moonwalker* l'autore dell'iconica *Purple Rain* rilasciò, puta caso, il suo personalissimo gioco su **Windows** e **Mac**. *Prince Interactive* era un punta e clicca alla *Myst* in cui il giocatore doveva collezionare i cinque frammenti del simbolo di **Prince** (chi conosce l'artista sa di cosa stiamo parlando) fra le diverse stanze dei suoi personalissimi **Paisley Park Studios** risolvendo dei puzzle più o meno completi; un gioco abbastanza semplice e che a oggi è solo uno dei tanti strani giochi **in Full Motion Video** che spopolavano su **PC**, **3DO** e **Sega CD**. Nel caso in cui la sua autopromozione tramite questo videogioco non fosse abbastanza, all'interno in una delle stanze era possibile fare partire delle clip in cui musicisti del calibro di **Eric Clapton**, **Little Richard** e **Miles Davis** parlavano della loro esperienza con **Prince**; una vera e propria agiografia videoludica!



Ad ogni modo, i giochi dei rispettivi **Michael Jackson** e **Prince** coinvolgevano, in un certo senso, il loro animo musicale nel gameplay; fu così che la **Midway** pensò di inserire gli iconici **Aerosmith** in un contesto che rispecchiava quella voglia di casino tipica dei loro pezzi, ma che con la loro musica centrava ben poco! Un governo corrotto, nel futuristico anno 1996, mette al bando la cultura giovanile, inclusi musica, televisione, riviste e videogiochi; toccherà a noi dunque salvare gli **Aerosmith** (la missione più importante a cui pensare in tempi di crisi del genere) a colpi di mitragliatrice e CD esplosivi (avete capito bene) in **Revolution X**! Il gioco era uno shooter in stile **Virtua Cop** o **Time Crisis**, con una forte componente **FMV**, uscito originariamente in versione arcade prima che alcuni programmatori avessero la rivoluzionaria idea di togliere la compatibilità con le *light gun* casalinghe su **Super Nintendo**, **Sega Mega Drive**, **Saturn** e **Sony PlayStation**; e menomale che gli **Aerosmith** cantavano **"I don't want to miss a thing"**!



Il peggiore

Ci sono ancora una marea di giochi sponsorizzati dalle celebrità come *Bad Day on the Midway* dei **Residents**, la misteriosissima band Avant-Rock, *Spice World* delle **Spice Girls**, il first person shooter *Psycho Circus: the Nightmare Child* dei **Kiss**, *Ed Hunter* degli **Iron Maiden** e molti altri. Tuttavia, vorremo finire questa carrellata anni '90 con il più iconico in termini di bruttezza: abbiamo visto che i giochi finora discussi avevano sempre qualcosa di pertinente con la celebrità o la band proposta nel gioco; il gioco di cui parliamo invece è un puro volo pindarico, impossibile immaginare come si possa aver collegato il giocatore di basket **Shaquille O'Neal** con il **Kung Fu**. Ovviamente stiamo parlando dell'infimo *Shaq Fu*, un picchiaduro che include dei personaggi fittizi in un mondo di fantasia... e **Shaquille O'Neal**! Il gioco non solo è una delle peggiori trovate commerciali mai concepite nella storia dell'umanità, ma anche uno dei peggiori giochi mai creati in termini di gameplay e controlli. Pensate che esiste un apposito [sito](#) creato appositamente per distruggere ogni singola copia di *Shaq Fu*, sia per **SNES** che per **Sega Mega Drive**. Tuttavia, il culto di questo gioco su internet ha permesso nel 2014 di lanciare il Kickstarter per *Shaq Fu: a Legend Reborn*, progetto che è stato finanziato con successo e che ha visto il suo rilascio proprio pochi giorni fa. Evidentemente, le cose alla fine sono girate per il verso giusto per **Shaquille O'Neal**!



E oggi?

Oggi i giocatori sono fin troppo svegli e un gioco del genere, buono o cattivo che sia, non sopravviverebbe alle ire degli utenti di **Reddit**, **Twitter** e **Facebook**. A ogni modo, non troppo tempo fa abbiamo comunque visto dei bei party game che si sono saputi distinguere e hanno offerto ai giocatori tante belle ore di gioco: parliamo ovviamente dei titoli tematici di **Guitar Hero** direttamente pubblicizzati dalle band (vedi **Guitar Hero: Aerosmith**, **Guitar Hero: Metallica**, etc...), **Beatles & Green Day: Rock band** e **Singstar** che ha visto persino la promozione dell'italianissimo **Vasco Rossi**.

La storia di **Shaq Fu: a Legend Reborn** ci insegna che tutto è possibile e perciò, chissà, magari presto vedremo giochi assurdi come **Al Bano in Wonderland**, **Sgarbi Fu** oppure un **Leisure Suit Silvio!**

[Bandai Namco ha tre nuovi marchi registrati in Europa](#)

Bandai Namco ha appena registrato tre nuovi marchi della serie **Taiko: Drum Master** in Europa. In particolare i giochi sono: **[Drum Master](#)** (29 giugno), **[Drum Session!](#)** (13 luglio) e **[Drum 'n' Fun!](#)** (13 luglio).

Il primo marchio non ha bisogno di presentazioni, mentre il secondo dovrebbe riferirsi a **Taiko Drum Master: Drum Session!** uscito su PS4 nel 2017 sia in Giappone che in Asia con i sottotitoli in inglese. Il terzo marchio si riferisce probabilmente al prossimo titolo per Nintendo Switch: **Taiko Drum Master: Nintendo Switch Version!**, che uscirà in Giappone il 19 luglio, e in Asia con una patch per i sottotitoli in inglese il 9 agosto.

[Shuhei Yoshida racconta gli alti e bassi di PlayStation](#)

PlayStation è da sempre stata uno dei migliori brand di console al mondo, vivendo anch'essa di alti e bassi, lanciando sul mercato console di successo come **PlayStation 4 Pro** ma anche **PlayStation Vita**, di cui noi tutti conosciamo storia ed esiti. Il presidente di Sony Interactive Entertainment Worldwide Studios, **Shuhei Yoshida**, ha fatto luce su cosa è andato bene e cosa no nella storia di **PlayStation**.

Ricordando il successo di **PlayStation 2**, Yoshida ha dichiarato:

«A causa della rapida transizione tra PlayStation e PlayStation 2, non avevamo idea di come l'industria avrebbe reagito»

Yoshida ha scherzato sul fatto che quando è stata lanciata PlayStation 2 non c'erano molti titoli disponibili, ma ha notato che i prezzi delle console erano sconvolgenti, soprattutto quando gareggiavano per emergere anche sul mercato dei lettori DVD. A tal proposito:

«È stato davvero un successo fin dall'inizio; PS2 è stata venduta oltre le aspettative. Ma quando è stata lanciata in Giappone, il software più venduto era in realtà il DVD Matrix. Il DVD stava ancora prendendo piede, ma era un sistema molto costoso ma PS2 uscì con la stessa capacità di lettore DVD di alta qualità con prezzi molto più bassi e dirompenti»

Il successo è stato molto meno incisivo con il lancio di **PlayStation 3** e Yoshida ha ricordato il prezzo rivelato all'E3 come un "momento orribile". Accoppiato con un catalogo limitato di terze parti e un'infrastruttura hardware che era notoriamente difficile da realizzare per i giochi, PS3 è stata nei guai fin dal primo minuto.

«Ken Kutaragi è stato un geniale ingegnere: la squadra che ha lavorato per lui era molto motivata, infatti era un grande motivatore»

E a proposito:

«Forse stava usando i videogiochi come un trampolino di lancio per realizzare la sua visione e i suoi sogni. Voleva diventare il prossimo Intel o qualcosa del genere. Non ha visto il bisogno di coinvolgere gli sviluppatori di giochi nella progettazione del sistema: è così che è stata realizzata PS3 ed è stato molto efficace»



[Dusty Rooms: qualcuno sa cos'è il Nuon?](#)

Abbiamo già trattato su **Dusty Rooms** alcune delle console più strane o sottovalutate e che - certamente - non sono rimaste nella mente dei giocatori (o lo sono rimaste per i motivi sbagliati). Oggi, non sappiamo dirvi se ciò di cui stiamo parlando è effettivamente una console, ed è anche per questo che nessuno ne ha memoria. Il **Nuon**, sviluppato da **VM Labs** di **Richard Miller**, non era propriamente una console ma bensì una tecnologia costruita all'interno di alcuni lettori DVD per leggere una serie di giochi 128-bit e, con alcuni film, avrebbe permesso l'accesso a menù esclusivi. Questo esperimento durò pochissimo, tanto è vero che il **Nuon** non appare mai nelle liste delle peggiori console mai costruite. Ma come mai i giocatori non ne sentirono mai parlare e, soprattutto, di cosa si trattava?

movie discs. One thing Toshiba and other manufacturers won't be able to do, though, is sell the hardware at a loss to drive sales; that could keep Project X systems at a higher price than other game systems, although Project X DVD players should cost about the same as other DVD players. It is likely that Project X-enhanced DVD players will be marketed as DVD players, not game machines, so Project X will have an entirely different marketing strategy from that for traditional game machines.

COMPETITIVE ANALYSIS:

Project X is so different from traditional game systems that it is difficult to make direct comparisons. The only comparable system was 3DO, but the comparison is unfair, since 3DO was ultimately only a game machine. Multifunction set-top boxes traditionally have not done well, but they've been overpriced and underpowered. We can say this: If Project X can achieve a 30% penetration in the DVD market, it will have active units in more homes than any console ever. And with that level of penetration, development is almost inevitable.

THE COMPANY LINE:

One of the criticisms leveled at VM Labs recently was that the company was trying to position Project X as an edutainment platform as well as a game system. Richard Miller, CEO, responds: "Are you kidding?"

Hardcore games with powerful 3D graphics, that is the price of entry. We'd be crazy not to focus on that, and that is our number one focus. All I am trying to say is that because Project X is going to be embedded in the next generation of video entertainment platforms, which are likely to have a much broader demographic and a larger user base, there is an opportunity for publishers and developers to develop new applications, where previously the niche market was just too small. There's an opportunity for companies like Purple Moon to actually get to their audience. So it's an opportunity, but high-performance, kick-ass, 3D titles, that is what we're all about, and that's really where all our attention is."

And what about the lack of dedicated 3D hardware? How much of a liability is that? "Developers don't want polygons, they want MIPS [laughs]. Polygons are all well and good, but if you ask

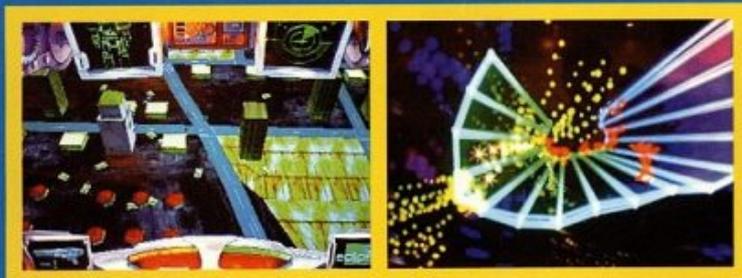
developers, what they really want is the ability to be able to program each pixel individually with their own routines, their own functions, their own filters, their own effects, and there isn't a platform in the world that lets you do that today. You know, polygons are still great ... [but] don't prejudge what [developers] would like to do. Don't design a 3D polygon engine that says, "You really want to do your polygons this way." Let them go and decide for themselves. Our developers are writing their own 3D polygon pipelines. Even though we have provided them with what we think is a pretty good one, they still want to write their own because that's the way they can really differentiate their title."

FUTURE PROGNOSIS:

The implications if Project X succeeds are staggering: Game machines in every home attached to a TV could completely change the industry. The Project X business plan is nothing short of brilliant, and with the announcements of hardware partners, it's already working. Will it do as well as hoped? If prices of Project X-enhanced DVDs are kept close to those of regular DVDs, and the company signs one or two more major hardware players (like Matsushita), Project X may have a good shot of reaching critical mass, either in late 1999 or 2000. But in the end, of course, it all comes down to software support.

BOTTOM LINE:

If the software is there, if the cost isn't prohibitively high, and if the hardware manufacturers stand behind the system for more than one or two hardware iterations, Project X could succeed. But that's a lot of "ifs," and the only thing that's certain right now is that Project X is a very, very neat idea.



These visuals don't necessarily compete graphically with Dreamcast, but they're not supposed to. They are basically programmer demos designed to show off different engines and techniques

(La tecnologia Nuon fu presentata al mondo come "Project X")

Contenuti ancora più speciali

La **VM Labs**, come già accennato, era stata fondata da **Richard Miller**, che a un certo punto fu vicepresidente di **Atari**, e con lui, dopo l'esperienza nella leggendaria compagnia americana, si portò dietro diverse persone che lavorarono al **Jaguar**. Come per il **3DO**, la tecnologia del **Nuon** sarebbe stata venduta a terze parti per far sì che potesse essere prodotta e commercializzata. Davvero un bel quadretto! Le stesse persone che portarono alla luce il fallimentare **Atari Jaguar**, seguivano le stesse orme che portarono **Trip Hawkins** all'insuccesso. A primo acchito sembrava che **VM Labs** non aveva idea di ciò che stesse facendo ma per i tempi che stavano per arrivare era una mossa interessante poiché, anche se le compagnie produttrici di hardware non avrebbero guadagnato nulla dalla vendita dei giochi, la tecnologia proposta non era per niente proibitiva e, probabilmente, era il

momento giusto.

La tecnologia **Nuon** fu ceduta a **Samsung**, **Toshiba** e **RCA** e messa all'interno di alcuni lettori DVD, formato che nei primi anni 2000 era pronto a esplodere; era più o meno la stessa mossa che fece **Sony** per la sua **PlayStation 2**, ovvero offrire una console ai giocatori e un lettore DVD a coloro che erano interessati soltanto al nuovo formato, con l'incentivo però di ulteriori menù extra accessibili solo dai lettori **Nuon**. Tuttavia, i menù esclusivi non erano nulla di che infatti, non solo quello che venne proposto fu raggiunto in poco tempo da tutti i lettori DVD concorrenti, come lo zoom durante l'azione, lo storyboard interattivo e la selezione dei capitoli con anteprime in movimento, ma vennero prodotti solo quattro film con le **migliorie Nuon**: questi sono **Le Avventure di Buckaroo Banzai nella Quarta Dimensione**, **Indiavolato**, **Il Dottor Dolittle 2** e **Il Pianeta delle Scimmie** di **Tim Burton**. Già nei primi 2000, nonostante il formato DVD fosse nuovo di zecca, il **blu-ray** era già in fase di sviluppo e dunque nessuno si volle concentrare su una sorta di DVD+ che ben presto si sarebbe rivelato obsoleto e non avrebbe offerto nulla sul piano dell'innovazione; pertanto la **20th Century Fox**, che fu l'unica a interessarsi alla tecnologia, non si scomodò più di tanto per far sì che il **Nuon** spiccasse nel mercato e dunque rilasciò solamente quattro film per niente eccezionali (diciamo che un **X-Men** o un **Fight Club** avrebbe potuto attrarre giusto qualche curioso in più). Perciò, sia gli spettatori più casual che quelli più esigenti, avrebbero lasciato perdere questa nuova tecnologia per i propri film. Tuttavia, cosa proponeva la console in termini di gaming?



TKO!

Questa macchina, letteralmente a metà fra una console di gioco e un lettore DVD, sarebbe entrata in competizione con **PlayStation** e prestissimo con **PlayStation 2** e dunque aspettarsi una bella lineup di titoli era più che giustificato; in ogni caso, al di là del fatto che addirittura alcuni **Nuon** non avrebbero avuto un lettore di giochi, furono rilasciati solamente otto titoli dal 2000 al 2003, anno in cui la produzione venne interrotta. Molti molti di essi erano disponibili anche per **PlayStation** e le vere esclusive non furono nulla di speciale:

- **Space Invaders XL**: da come ci si può aspettare, non era altro che una riproposizione del popolare titolo arcade, giusto con qualche ghirigori e qualche modalità in più; un gran titolo per mostrare le capacità 128-bit del **Nuon**!
- **Crayon Shin-Chan**: basato sull'adorabile omonimo manga, finì praticamente per diventare il gioco più raro e criptato al mondo! Questo gioco uscì esclusivamente in Corea del Sud e perciò, per via del *region locking* (che è più severo per ciò che riguarda i DVD), è possibile giocare a questo titolo esclusivamente con un **Nuon** sudcoreano... di marca **Samsung**!
- **Merlin Racing**: un titolo a metà fra **Mario Kart 64** e **Diddy Kong Racing** e, come quest'ultimo, ha una modalità storia. Nulla di ciò che ci viene presentato è degno di nota: personaggi per niente interessanti, gameplay disastroso (massimizzato dal terribile controllo per **Nuon**) e mediocrità generale.
- **Freefall 3050**: un virus ha infettato il mare e perciò la civiltà si è trasferita in degli edifici fluttuanti. Nonostante il trasferimento delle città nel cielo, il crimine continua a dilagare e perciò gli agenti di polizia agiscono saltando degli edifici nel vuoto sparando ai criminali in volo. Il gameplay è molto arcade e le sezioni d'azione terminano in poco tempo; tuttavia, un po' come per il gioco di **Shin-Chan**, questo titolo non è compatibile con tutti i controller **Nuon** e dunque per giocareci dovrete ritrovarvi con quello adatto.
- **Tempest 3000**: così come **Tempest 2000** (a sua volta sequel del classico arcade **Tempest**) finì per diventare il titolo più popolare per **Atari Jaguar**, il suo sequel finì per diventare il titolo più interessante nella libreria **Nuon** (interessante è anche il fatto che lo svilupparono le stesse persone). Il gameplay rimase pressappoco lo stesso del gioco precedente: azione frenetica, *addicting* e accompagnata da della musica techno eccezionale. Nonostante dei lievi rallentamenti, **Tempest 3000** potrebbe seriamente rappresentare l'unico motivo per comprare un lettore DVD **Nuon**.
- **Iron Soldier 3**: un altro sequel di una serie di giochi per **Atari Jaguar**. Anche questo titolo presenta un gameplay interessante e valido; tuttavia è anche disponibile per **PlayStation** perciò, semplicemente, non vale la pena giocarlo qui.
- **The Next Tetris**: una versione del popolare gioco russo che si concentra sulla modalità cascata. Anche questo disponibile per **PlayStation**, **PC** e **Sega Dreamcast**.
- **Ballistic**: il titolo in bundle con i modelli **Samsung**. Il gioco presenta un gameplay simile ad **Actionloop** o **Zuma** (noi, un po' di tempo fa, abbiamo messo le mani su [Sparkle 2](#), gioco molto simile); ancora nulla di che per una console a 128-bit e, ancora una volta, disponibile anche su **PlayStation** e **Game Boy Color**.

(Tutti i giochi sopracitati in un montaggio video dell'utente YouTube Applemctom)

Si o Nuon?

Comprare un lettore **Nuon**, viste le sue limitazioni coi controller e con la compatibilità dei giochi stessi, comporta un rischio anche se non troppo grande (visti i prezzi abbordabili). È possibile trovarne alcuni sullo store americano di **Amazon**, ma andare alla ricerca dei giochi, ovviamente, è un'altra ardua impresa; se siete interessati vi consigliamo inoltre, se andrete per qualche [mercato dell'usato](#), di controllare bene i lettori DVD in vendita in quanto alcuni potrebbero inaspettatamente presentare il marchio **Nuon** e i proprietari, essendo le sue caratteristiche così criptiche, probabilmente non hanno idea del loro utilizzo (si stima infatti che molti dei lettori venduti siano stati comprati senza avere una chiara idea delle sue capacità). Tuttavia esistono dei siti dedicati al **Nuon** ed è possibile riscoprire questi otto titoli con un emulatore. Come per i computer [MSX](#), [eticamente](#), non arrechiamo nessun danno a nessun developer o produttore in quanto nessuno di questi titoli è reperibile per un sistema recente né nuoceremo alla **VM Labs** che, dopo **Nuon**, sembra sia scomparsa nel nulla.

[Dusty Rooms: la triste storia del 3DO](#)

Verso la metà degli anni '90 i nomi che componevano la scena videoludica erano ben di più di delle semplici **Microsoft**, **Sony** e **Nintendo** (se è per questo la prima non c'era proprio). Al di là delle leggendarie **Sega** e **Atari**, di tanto in tanto entrava qualche nome che provava a sfondare nel mercato videoludico ma non sempre lasciava un'impronta decisiva: gli arrivi degli hardware **Casio**, **Philips** o **Apple** (eh sì... un giorno ne parleremo) fecero storcere il naso a molti giocatori - tanto è vero che come arrivavano dal nulla, svanivano nel nulla - ma nel 1993 una console ebbe la possibilità d'inserirsi nel mercato, piantare radici e, chissà, a oggi poter essere ancora presente. Tutto cominciò quando **Trip Hawkins**, fondatore di **Electronic Arts**, si incontrò nel 1989 con **Dave Needle** e **R.J Mical**, designer dei computer **Amiga** e **Atari Lynx**, per creare una console in grado di imporsi nel mercato, dettare gli standard per le generazioni a venire e che il pubblico, sempre più interessato alla grafica poligonale, avrebbe apprezzato. L'esperienza del fondatore di **EA**, trascorsa a produrre giochi per console e PC dell'epoca, unita all'abilità di due designer che portarono alla nascita di due potentissime macchine da gioco, avrebbe dovuto essere una garanzia per una console spettacolare; fu così che da un tovagliolo di un ristorante nacque il progetto del **3DO**, macchina che di lì a poco sarebbe diventata realtà.



(Trip Hawkins)

Un modello rivoluzionario?

3DO Company, fondata principalmente per sviluppare l'hardware, presentò la nuova console nel **Computer Electronics Show** del 1992 richiamando non poca attenzione da parte di fan, critici e persino stampa nazionale essendo stato discusso nella sezioni business del **New York Times** e **Chicago Tribune**. La console, il cui supporto ottico erano i **compact disc**, aveva un processore a 32-bit che girava a 12.5 MHz, in grado di garantire ben 20.000 poligoni dotati di texture, un'ottima risoluzione di 640×480, supportato anche dal segnale S-Video proprietario, e un chip sonoro in grado di campionare le tracce audio a 44.1 KHz; il controller, che ricalcava lo stile e il design di quello del **Sega Mega Drive**, includeva 5 tasti, un jack per gli auricolari e la seconda porta per i giochi multiplayer (in grado da poter collegare un numero indefinito di controller alla console... altro che conga!). **Trip Hawkins** era ambizioso e perciò aveva offerto ai developer un accordo imbattibile, ovvero il pagamento di soli tre dollari di royalty a **3DO Company** per ogni gioco venduto, molto più competitivo rispetto alla concorrenza **Nintendo** (15\$) e **Sega** (13\$). Più di trecento developer firmarono per produrre su questa nuova potentissima macchina, anche se non tutti rispettarono il loro accordo. Sul fronte hardware invece la compagnia avrebbe ceduto le specifiche tecniche a terze parti affinché queste, con i loro mezzi, producessero la loro versione del **3DO**. Pertanto, **Trip Hawkins** si rivolse alle maggiori compagnie giapponesi sia per produrre una console con componenti di qualità, che per sfruttare l'ottima reputazione di quest'ultime. I suoi obiettivi principali erano **Sony** e **Panasonic** ma riuscì solamente a firmare con la seconda (in quando la prima stava già lavorando al progetto **PlayStation**) anche se in compenso riuscì anche a coinvolgere **Sanyo** e **Goldstar** (che sarebbe divenuta più tardi **LG**). Nell'Ottobre 1993 il primo modello di **3DO**, il **Panasonic FZ-1** (ed è per questo che spesso l'intera console è spesso attribuita a questa compagnia), fu rilasciato al pubblico in bundle con **Crash 'n Burn**, il primo gioco di **Crystal Dynamics**, e stando alle previsioni di **Trip Hawkins** avrebbe dovuto stravolgere il *landscape*

videoludico grazie alla sua spaventosa potenza; tuttavia i problemi cominciarono dal day one.

Badaboom!

Il **3DO** fu promosso in televisione e nelle riviste con pubblicità competitive e “toste”, similmente alla competizione nel mercato e pertanto, puntavano allo stesso target demografico di **Super Nintendo** e **Sega Mega Drive**. Tuttavia, sebbene la libreria di giochi fosse abbastanza valida, il prezzo di **699,99 dollari** era ben fuori dalla loro portata. Il motivo di questo sovrapprezzo era dovuto principalmente al coinvolgimento delle compagnie produttrici di hardware: **Panasonic**, **Sanyo** e **Goldstar** non avrebbero ricevuto nulla dalla vendita dei giochi e perciò dovettero gonfiare il prezzo affinché potessero ottenere dei profitti da questo progetto. Ci furono inoltre problemi di reperibilità hardware e software: **Crash 'n Burn** finì per essere l'unico gioco disponibile al lancio della console per via del fatto che l'hardware finale è stato cambiato fino all'ultimo momento e perciò, i developer che avevano promesso delle uscite per lancio, non poterono testare i loro titoli rimandando così l'uscita a data da destinarsi. Per via dei cambi all'ultimo minuto, inoltre, si potevano spiegare anche le poche unità presenti nelle maggiori catene di negozi di elettronica; vennero distribuite circa due unità per negozio alienando così quei già pochi che potevano permettersela. A tutto questo si dovette aggiungere anche l'annuncio di **Sony PlayStation**, **Sega Saturn**, **Nintendo 64** e **Atari Jaguar**, che sarebbe uscita un mese dopo il **3DO**; anche se nessuna di queste console sarebbe stata reperibile in tempi brevi, i giocatori già in possesso delle console 16-bit erano più propensi ad aspettare e, semplicemente, lasciar perdere questa nuova costosa macchina che ben presto si sarebbe rivelata obsoleta.

Già nel 1994 il **3DO** era in pericolo e perciò dovevano essere presi dei provvedimenti: ispirato dalle compagnie già esistenti, **Trip Hawkins** decise di contrattare con **Panasonic** per vendere le console in perdita recuperando così con la vendita dei giochi. Il prezzo passò da **699** a **499 dollari** e più tardi, sempre nel 1994, **Goldstar** vendette la sua versione del **3DO** per **399**, che era per altro il prezzo di lancio del **Sega Saturn**. Nonostante questi saggi cambiamenti e una libreria di giochi rispettabilissima, verso la fine del 1994 **3DO Company** rimaneva a galla per miracolo e le loro azioni in borsa crollarono da **37** a **23 dollari** a Dicembre. Il 1995 si aprì abbastanza bene per **3DO Company** in quanto riuscirono a registrare delle buone entrate (anche se ancora non bastavano per coprire tutti i costi finora sostenuti) e videro il rilascio di alcuni dei suoi migliori giochi ma il periodo di rinascita cessò ben presto: [Sega annunciò e rilasciò il Saturn nel Maggio del 1995](#) per 399 dollari e più tardi, a Settembre, **Sony** rilasciò la **PlayStation** all'imbattibile prezzo di 299. Questo fatale 1-2 segnò praticamente la fine del **3DO**, sia in termini di competitività hardware che software in quanto molte delle loro migliori uscite finirono poco dopo su **PlayStation** e **Saturn**. **Electronic Arts**, che era il developer di bandiera del sistema, decise di abbandonare il progetto di **Trip Hawkins** definitivamente e così, deluso dalla decisione della sua stessa azienda, la abbandonò fondando **3DO Studio** per poter produrre nuovi giochi di qualità per la sua console e per quella successiva. Nel 1996 infatti, venne annunciato un successore del **3DO** chiamato **M2**: la console sarebbe stata prodotta esclusivamente da **Matstushita** e fu proprio con l'annuncio del nuovo hardware che la **3DO Company** registrò il suo primo profitto di 1.2 milioni di dollari. Tuttavia la competizione era spietata e **PlayStation** dominò per tutto il 1996; a questo punto, nel 1997, non rimase altro che chiudere la divisione hardware e concentrarsi esclusivamente come software house per le altre console, fino alla bancarotta di **3DO Company** nel 2003. **Trip Hawkins**, nonostante avesse perso la partita, fondò **Digital Chocolate**, compagnia tuttora attiva sotto il dominio della **RockYou**, che ha prodotto diversi giochi per **mobile** e **Facebook**; abbandonata la presidenza nel 2012 a oggi è professore di **pratica** nel corso di “**technology management**” dell'**università di Santa Barbara** in

California.



L'impatto del 3DO

Cosa rimane oggi del **3DO**? Fare una top ten dei migliori giochi di questa console, come abbiamo fatto per il [precedente Dusty Rooms](#), è un po' inutile in quanto molti di essi sono apparsi su altre console e le vere esclusive, non sono proprio fantastiche. Il **3DO** è stata la casa di bellissimi porting da **PC**, come *Alone in the Dark*, *Myst* e *Lemmings*, alcuni arcade, come *Samurai Showdown* e il porting definitivo di *Super Street Fighter II Turbo*, e altri titoli originali che sono apparsi poi sulle altre console dell'epoca e PC come *Return Fire*, *The Need for Speed* e *Killing Time*. Su **3DO** è possibile giocare ai primissimi giochi di **Crystal Dynamics** come il già citato *Crash 'n Burn*, *Total Eclipse* e il fantastico *Gex*. Tuttavia, e questo può anche essere citato come uno dei motivi del fallimento della console, **3DO** ha ospitato una marea di giochi **FMV (full motion video)** che a oggi risultano bizzarri, brutti... E semplicemente fantastici! Come non si possono amare titoli come *Night Trap*, *Mad Dog McCree* e *The Daedalus Encounter* con le loro recitazioni di basso livello e il gameplay tutt'altro che user-friendly? E che dire dell'orrendo *Plumbers don't Wear Ties*? Se vi addenterete in questo genere vi garantiamo risate a mai finire!

A ogni modo: quanto vale l'acquisto di un **3DO** di seconda mano? La nostra risposta è: dipende. Il prezzo, a oggi, è certamente invitante in quanto potrete aggiudicarvelo per una frazione di quel che costava all'epoca; tuttavia la libreria di titoli è veramente particolare e non sono giochi che potrebbero piacere a tutti, specialmente perché alcuni di essi sono reperibili in altre console. Inoltre, il **3DO** è una console molto fragile dunque, se ne considererete l'acquisto su internet, fate in modo che il venditore vi mostri la console funzionante (sempre se il viaggio non la danneggia). Se siete interessati ad avere questo hardware originale e magari siete appassionati della scena videoludica di nicchia a cavallo fra il '93 e il '96 allora il **3DO** è la console che fa per voi.

La tecnologia del **3DO M2**, prima della sua cancellazione, era stata ceduta per lo sviluppo e perciò esistono alcuni giochi arcade **Konami**, usciti regolarmente nelle sale giochi, che girano su

quell'hardware: fanno parte di questa rosa **Polystars, Total Vice, Battle Tryst, Evil Night e Heat of Eleven 98**. Inoltre, ma questa è una chicca per i soli "Indiana Jones" del retrogaming, sono stati prodotti anche dei prototipi dell'**M2** ed è possibile vederli funzionare su [YouTube](#); tuttavia, trovarli su **eBay** sarà pressappoco impossibile.

Speciale E3: Black Ops III gratis per un tempo limitato

Durante la conferenza Sony, è stato annunciato che a partire da stanotte, **Call of Duty Black Ops III** entra a far parte dei titoli gratuiti per i possessori di PlayStation Plus, ma solo per un mese: dall'11 giugno all'11 luglio. Insieme a ciò, sono state annunciate delle nuove mappe, chiamate **Back in Black Maps**, ottenibili preordinando *Black Ops III*.

<https://youtu.be/RdYCdeu4rII>