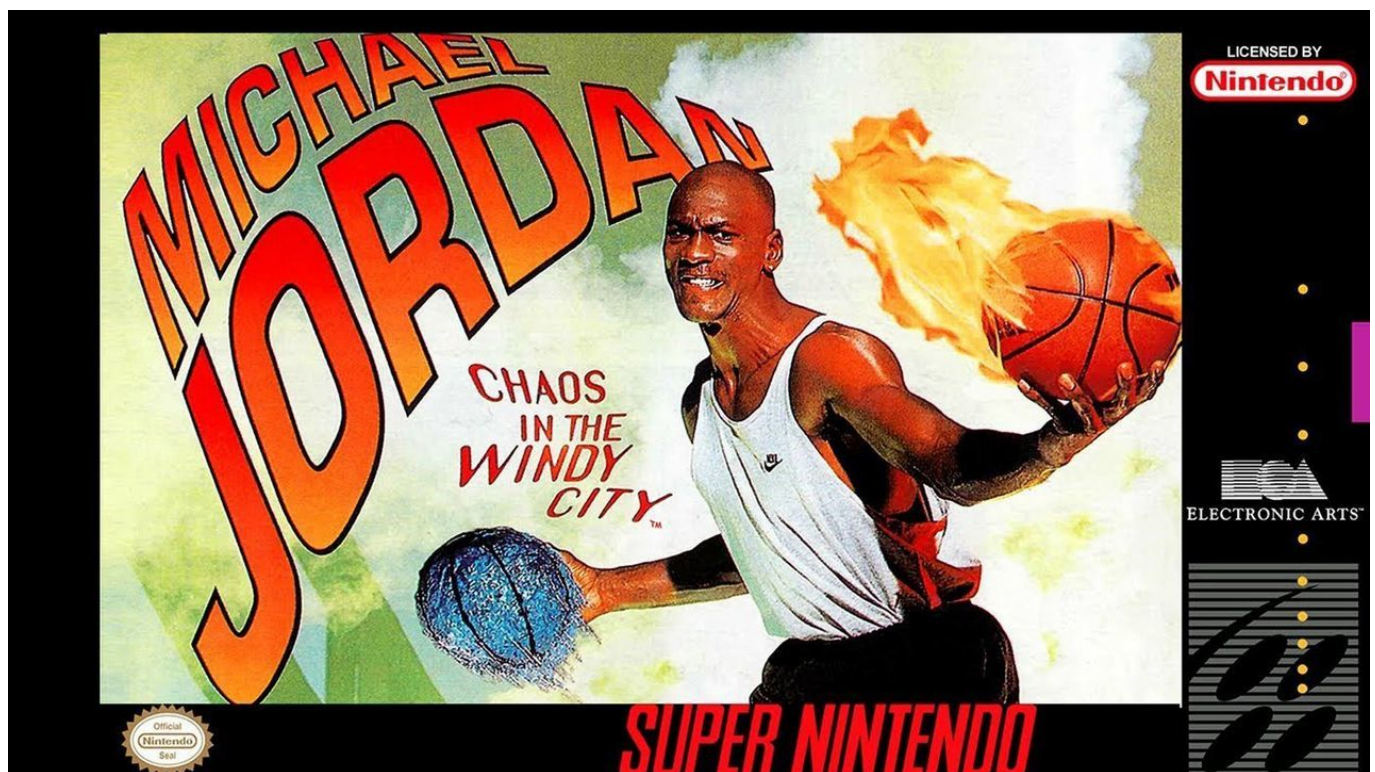


# Dusty Rooms: le celebrità nei videogiochi

**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 schiappare 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!



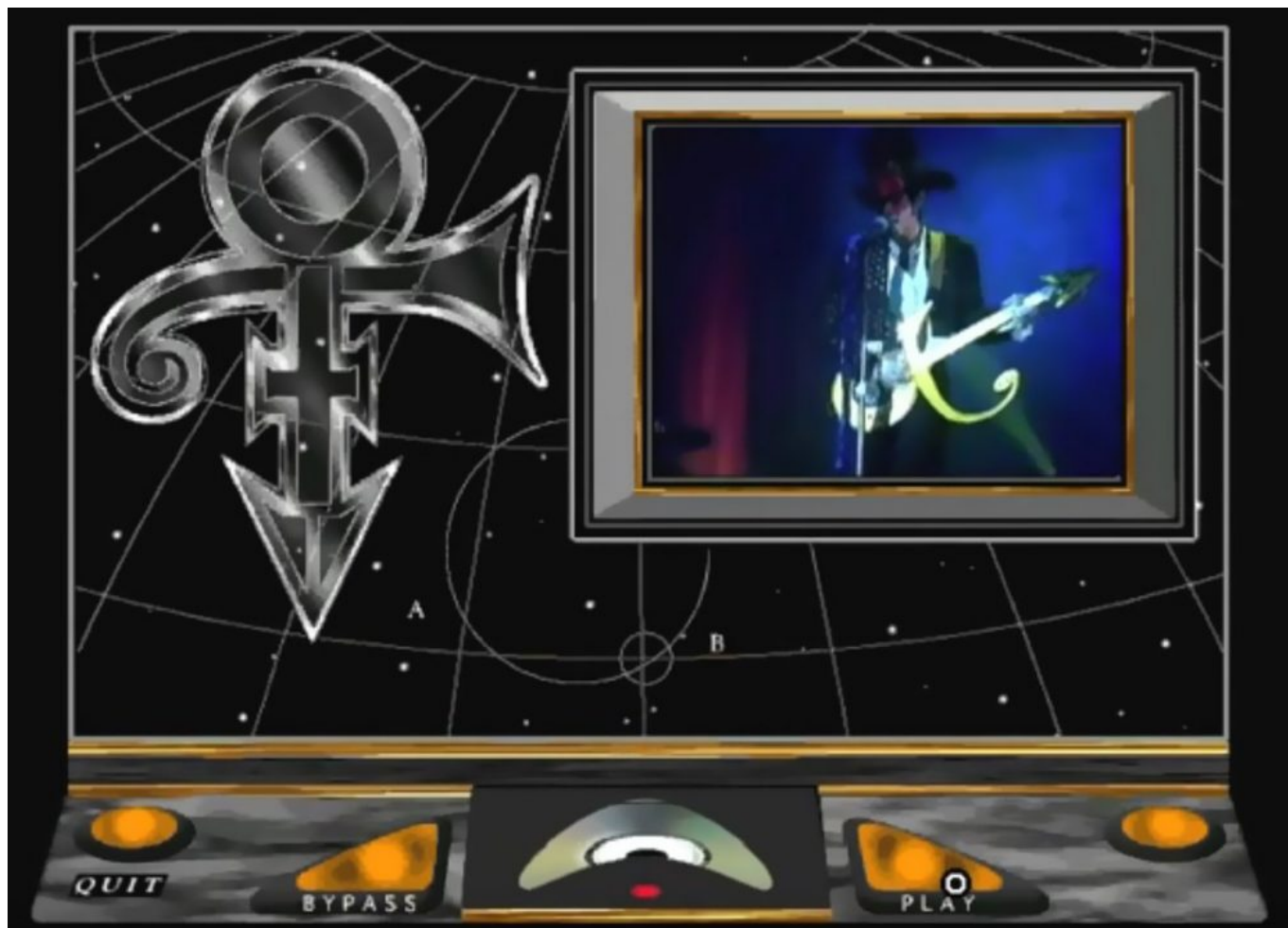
## Gli anni '90

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!**

---

## A metà della guerra: come attrarre nuovi giocatori?

Siamo in un periodo in cui gran parte dei giocatori più assidui hanno già operato una scelta: chi ha optato per **Playstation 4**, chi per **Xbox One** e chi per **Nintendo Switch**, senza contare quei tanti giocatori che hanno saltato la console per l'acquisto di un **PC**. Le tre grandi case produttrici stanno facendo di tutto per amplificare le utenze delle loro rispettive stazioni di gioco, abbassando i prezzi e cercando di portare nuovi titoliche possano attrarre l'utente medio.

**Microsoft** non ha iniziato questa generazione col piede giusto e la strategia di marketing, nonché alcune scelte azzardate come l'obbligatorietà di **Kinect**, gli si è rivolta contro; al volgere di una nuova generazione è fondamentale che l'utenza della precedente passi alla nuova. **Switch** si trova in una posizione diversa rispetto a **PS4** e **Xbox One**, sia perché è l'ultima arrivata, sia per la sua natura ibrida; **Nintendo Labo** è il chiaro segno che la storica compagnia giapponese sta tentando di andare oltre gli storici utenti, la cui media oscilla fra i 25 e i 40 anni, e attirare a sé nuovo pubblico. **Switch** sarà certamente arrivata tardi ma sta riuscendo a ritagliarsi uno spazio nelle case degli giocatori che già possiedono **PS4** o **Xbox One** come seconda console.

Arrivati a questo punto nel mercato gli utenti sono diversissimi gli utenti, tutti con bisogni e storie diverse: quelli che hanno acquistato una console al lancio e sono in cerca di una seconda console, bambini che finora si sono arrangiati con le console della generazione precedente, *casual gamer* che vogliono comunque trovare un modo comodo e moderno per poter giocare a **Call of Duty**, **FIFA** o **Madden** di tanto in tanto... Esistono poi diversi modi per appellarsi a queste fasce di pubblico e per farlo bisogna prendere in considerazione dei punti fondamentali.



## Fascia di prezzo

I soldi non fanno la felicità ma averli è necessario per considerare l'acquisto di una console! Per questo un buon prezzo è una delle chiavi per attirare nuovi utenti all'acquisto di un nuovo dispositivo. Per quanto **PS4 Pro** e **Xbox One X** sono i combattenti di un match senza esclusione di colpi, le vere protagoniste sono le console slim e ridisegnate, solitamente in *bundle* con qualche gioco particolare, che aprono la porta ai giocatori più squattrinati. **Nintendo** si trova in una posizione diversa in quanto, essendo la console più recente sul mercato, sta tentando di mantenere il prezzo di lancio il più a lungo possibile, dando agli utenti un nuovo modo di giocare; si sa, **Nintendo** è da sempre un brand che riesce ad attirare a sé hardcore gamer e famiglie e, **Switch** ci sta decisamente riuscendo.



## Software per un pubblico più ampio

Siamo stati tutti testimoni del fatto che **Nintendo Wii** e i popolarissimi **Wii Sport**, **Wii Fit**, **Wii Music** e molti altri abbiano avvicinato giocatori mai presi in considerazione. **Sony**, che in passato era riuscita nell'impresa grazie a titoli come **Buzz** e **EyeToy**, a oggi sta faticando a ritagliarsi una fetta in questo mercato e ci sta provando tramite l'iniziativa **PlayLink**; anche se questi titoli si rivolgono potenzialmente a qualsiasi persona con uno smartphone, è improbabile che **Sony** indirizzi questa fascia di mercato verso l'acquisto di una console per piccoli titoli digitali, che dunque non godono di una buona visibilità. Certo, sono dei titoli molto divertenti ma probabilmente questi titoli non hanno certamente lo stesso appeal di titoli come **Singstar**.

Tuttavia, è da notare che **Sony** è la compagnia con la più ampia fascia di pubblico e dunque è quella che più si sta mettendo in gioco per soddisfare i giocatori più svariati: hanno potuto sviluppare titoli esclusivi sia per i giocatori più casual, come il remake di **Ratchet & Clank**, la serie dei titoli **PlayLink**, i svariati titoli **VR**, i giochi di baseball **MLB**, sia per gamer più indirizzati verso generi specifici con titoli come **Gran Turismo Sport**, **God of War**, **Horizon: Zero Dawn** e **The Last**

**Guardian.** Di certo **Sony** conta di più su titoli come questi ultimi ma il fatto di non lasciare indietro i giocatori più casual, e il fatto che queste siano esclusive **PS4**, è certamente un loro punto a favore.



## E Nintendo Labo?

Tanti sono stati quelli che hanno visto con scetticismo la nuova mossa **Nintendo** quanti quelli che ne sono rimasti affascinati. Molti genitori potrebbero vedere in Labo una vera e propria fregatura e potrebbero essere molto scoraggiati a comprare essenzialmente dei pezzi di cartone molto costosi. Tante volte si tende a vedere **Nintendo** come una compagnia di giocattoli, intenti a consegnare il “giocattolo dell’anno”, e il **NES mini** ne è la prova; **Nintendo Labo** sicuramente non sarà da meno e con quasi certezza vedremo presto, magari il prossimo Natale, le vetrine dei negozi colme di questi stravaganti giochi/accessori. Quello a cui punta **Nintendo** è far sentire la propria presenza sul mercato, essere dappertutto per poter attirare l’attenzione di giocatori e non e spingerli verso l’acquisto di **Switch** e **Labo**. Il vero problema però sarà convincere i genitori a comprare questa nuova stravaganza, specialmente in combinazione con **Switch**; se i prezzi rimarranno gli stessi allora sarà molto difficile che i bambini troveranno **Nintendo Labo** e **Switch** sotto l’albero di natale.





**NINTENDO  
LABO™**