

Facebook: un'iniziativa per promuovere le donne nel mondo videoludico

Proprio pochi giorni fa, **Facebook** ha lanciato la sua nuova iniziativa per incoraggiare sempre più donne a entrare nel mondo dei videogiochi. L'azienda si impegna in questo settore già da anni, sponsorizzando gratuitamente svariate gamer negli eventi videoludici. Tale iniziativa è chiamata **Women in Gaming Stories**, lanciata con l'hashtag **#SheTalksGames**. A tutto questo viene integrato un sito web con a capo circa 20 donne, impegnate a portare avanti sia la parte inerente l'intrattenimento, quella riguardante il marketing, quella burocratica e quella dello sviluppo del sito stesso. E per la serie "O le cose si fanno bene o non si fanno", **Facebook** sarà il main sponsor della conferenza videoludica europea dedicata proprio alle donne, affermando che far partecipare queste ragazze a fiere come il **Gamescom** può portare senz'altro a una crescita rapida del sito e a un aumento importante dei progetti che lo stesso potrà portare avanti. Quella di **Facebook** è un'iniziativa non isolata a favore delle donne nel mondo videoludico, e pare essere un buon segno in tal senso, come lo è stato anche anche il [recente discorso di Phil Spencer durante il DICE Summit 2018](#).

A marzo a Milano gli Italian Video Game Awards

Si terrà il **14 marzo 2018** al **Teatro Vetra** di **Milano** la cerimonia di consegna degli **Italian Video Game Awards**, già Premio Drago D'Oro. L'evento promosso da AESVI lo scorso anno ha goduto di ospiti del calibro di **Fumito Ueda** e **Hajime Tabata**, e continuerà a porre l'accento sul valore culturale e artistico del medium videogioco e a ospitare personalità internazionali del mondo videoludico.

Anche la Giuria del premio verrà rinnovata. Dopo il biennio guidato da **Luca Tremolada** de Il Sole 24Ore, il timone passerà per le edizioni 2018 e 2019 al giornalista del Corriere della Sera **Federico Cella**. I componenti della Giuria che affiancheranno il nuovo Presidente saranno, insieme al Presidente uscente, i giornalisti **Jaime D'Alessandro** - La Repubblica, **Dario Marchetti** - RaiNews, **Pier Paolo Greco** - Multiplayer.it, **Francesco Fossetti**, Everyeye.it, **Stefano Silvestri** - Eurogamer.it, **Mario Petillo** - SpazioGames.it, **Lorenzo Fantoni** - giornalista e giurato tecnico, **Emilio Cozzi** - giornalista e giurato tecnico. A completare la squadra ci saranno il conduttore televisivo, radiofonico e blogger **Matteo Bordone** e il Professore dell'Università degli Studi di Milano **Dario Maggiorini**. I 12 giurati definiranno le categorie degli Italian Video Game Awards 2018, le nomination e i vincitori nei prossimi mesi in vista della serata finale.

Per quanto riguarda le produzioni "made in Italy", invece, è aperta la raccolta delle candidature dei titoli realizzati in Italia e pubblicati tra l'1 gennaio e il 31 dicembre 2017. I videogiochi candidati entro il 31 dicembre 2017 verranno valutati dalla Giuria e potranno ricevere una nomination per le categorie di premiazione relative ai giochi italiani: **Best Italian Game** e **Best Italian Debut Game**. La Giuria potrà anche decidere di assegnare un premio speciale: **Special Italian Award**. I vincitori di queste categorie e di quelle generali verranno annunciati nel corso della cerimonia di premiazione il 14 marzo 2018.

Maggiori informazioni sono disponibili sul [sito ufficiale dell'evento](#).

Di seguito la **puntata di GameCompass** dedicata al **Drago D'Oro 2017** (con intervista ad **Hajime Tabata**) e la playlist con tutte le [interviste speciali ai principali ospiti della manifestazione](#).

[Il videogioco re dell'audience in streaming](#)

In base a delle ricerche condotte dal team di [SuperData](#), (specializzato nella raccolta di dati statistici sui videogiochi), circa **665 milioni** di persone in tutto il mondo, guardano clip di videogiochi su diverse piattaforme specializzate. Numeri da far girare la testa, se si considera che la stessa agenzia di ricerca afferma che la quantità di spettatori è in costante crescita, e che entro il **2021** dovrebbe avere un incremento del **21%**.

Secondo lo stesso rapporto infatti, canali come **HBO**, **Netflix**, **ESPN** o **Hulu**, non riuscirebbero a raggiungere il numero degli spettatori dei video di gioco, neanche sommando i loro dati di audience. Giusto per sottolineare quanto scritto prima, solo nel mese di febbraio, sono state guardate **100 milioni** di ore di gameplay di *League of Legend (LoL)* e **40 milioni** di ore per *Counter Strike: Global Offensive (CS:GO)* sui canali di **Twitch**.

Benvenuti nel futuro.