

Far Cry 5 è il capitolo della serie venduto più velocemente

Far Cry 5, anche se è sul mercato da poco tempo, è già diventato il titolo più venduto della serie. **Ubisoft** ha dichiarato che durante la prima settimana, *Far Cry 5* ha raddoppiato il numero di vendite raggiunto dal precedente quarto capitolo, diventando così il secondo più grande lancio nella storia di **Ubisoft**, appena al di sotto di *Tom Clancy's The Division*. *Far Cry 5* registra numeri eccellenti anche sul fronte streaming e contenuti video con oltre **55.000 ore di trasmissioni su Twitch** e 117 milioni di visualizzazioni per i contenuti pubblicati su **YouTube**.

Il produttore esecutivo di *Far Cry*, **Dan Hay**, ha dichiarato:

«Sono davvero lieto di vedere che il culmine di tanti anni di lavoro da parte del team stia dando i suoi frutti. Siamo commossi dall'accoglienza che i giocatori hanno riservato a *Far Cry 5* e soprattutto, desiderosi di continuare a espandere e supportare la community di *Far Cry* nei mesi e negli anni a venire».



Playerunknown's Battlegrounds

Negli ultimi anni, il dominio di certi multiplayer in campo videoludico è innegabile, innescando una competizione che ha portato alla realizzazione di numerosissimi titoli che fanno parte del genere.

Fra tantissimi giochi, davvero pochi sono quelli che sono riusciti a realizzare numeri strabilianti, al punto da stravolgere il mercato: uno di questi è certamente ***Playerunknown's Battlegrounds***, MMO di PUBG Corporation che, in appena otto mesi, quando era ancora in fase beta, è riuscito a incassare ben **712 milioni di dollari**. Un successo su cui approfondiremo, iniziando alle origini del gioco fino ad arrivare alla versione odierna e tutt'ora giocata dagli utenti.

Massive Multiplayer Online

Sulle origini di PUBG è stato già detto tanto: si tratta appunto di un MMO, un multiplayer di massa il cui unico obiettivo è sopravvivere a ogni costo sul campo di battaglia contro altri 99 giocatori per un totale di 100 in una mappa che pian piano inizia a diventare sempre più stretta, con red-zone continuamente bombardate e *air-drop* contenenti armi, accessori e oggetti utili alla sopravvivenza, introvabili normalmente sulla mappa di gioco, costringendo i giocatori a scontrarsi e a dover anche ingegnarsi per la sopravvivenza e la vittoria. Il gioco si basa principalmente su due variabili: la **fortuna** e **l'abilità del giocatore**. Quest'ultima non riguarda soltanto la bravura sul campo in un FPS, bensì anche la gestione dell'inventario, razionando cure, munizioni e gadget nello spazio fornito dallo zaino, se lo si trova in tempo, che può variare a sua volta di **3 livelli**, dal meno capiente livello 1 al più spazioso livello 3. Le mappe sono vastissime e spaziano da una regione imprecisata della Russia, **Erangel**, a un deserto Messicano, **Miramar**.

Gameplay

Non avendo il titolo una trama, ci focalizzeremo solo sugli aspetti di **gameplay**: sappiamo solo che ci troviamo su un aereo e che prima o poi saremmo costretti a lanciarci su una mappa enorme, l'uno contro l'altro per la sopravvivenza. Detto questo, il gameplay offre due scelte fondamentali, **FPP** e **TPP**. Il gameplay in FPP permette di avere la visuale in prima persona, come un normale FPS. D'altra parte, il gameplay in TPP permette la visuale in terza persona, con la possibilità di cambiarla in prima quando si vuole con l'ausilio di un tasto. La differenza tra le due è dunque la **visuale di gioco**. Nulla per un giocatore che si rispetti è meglio della visuale completa su tutto il campo da gioco, valutando rischi, osservando il nemico, ecc... Nel menù principale, si può scegliere di intraprendere questa avventura da soli, in compagnia come duo, in trio o in un team da 4 giocatori, con amici o persone casuali accoppiate automaticamente dai server. Il gioco lascia molto spazio ai più intrepidi donandogli la possibilità di affrontare team da due, tre e quattro giocatori in **1 man-squad**.

Passando al **lato tecnico** del gioco, bisogna fare una premessa: normalmente qualche bug ci può stare, ma in un gioco competitivo e pieno di tensione come *PUBG* il minimo errore è punito, e chi ne paga le conseguenze è sempre il giocatore. Come se non bastassero i **bug**, i **lag** e i **server** che vanno in crash, si aggiungono i **cheater** (maledetti, aggiungerei) che, nonostante i 2 milioni di **ban** effettuati da **Battleye**, continuano a persistere e a far imbestialire i giocatori, sin da quando è uscito il gioco in beta. C'è da dire che tutto sommato, dopo il recente aggiornamento, e grazie alle [misure messe in atto per contrastare gli utenti scorretti](#), si trovano molti meno cheater, e forse Battleye è sulla strada giusta per trovare un sistema efficace anti-cheat.

Sulla **fluidità di gioco**, poco da eccepire: data la numerosissima utenza e i continui aggiornamenti, il gioco non fa che migliorare di volta in volta: già attualmente si è raggiunti un buon equilibrio, ma qualche miglioria non può fare altro che stabilizzare il gioco. In termini di ingegno e organizzazione, **PUBG** ha fatto sue queste caratteristiche mettendo al giocatore a disposizione **mezzi, armi, accessori, granate, caschi, vestiti, giubbotti anti-proiettile, cure** (Medkit, FirstAid, Bende, Antidolorifici, energy drink e adrenalina) e **zaini**, di cui i caschi, zaini e giubbotti anti-proiettile sono forniti di **tre livelli** (da 1 a 3) in relazione a efficienza, protezione e capienza. Tutto all'interno del gioco è utile per la sopravvivenza, bisogna solo sapere come e quando usare un determinato oggetto. L'**organizzazione** è tutto in **PUBG**, ma la fortuna non è da sottovalutare, anzi: il 50% delle componenti decisive per vincere la partita lo fanno *loot* armi, zaini ed equipaggiamenti che ci ritroveremo, il 25% di trovarsi in una zona non troppo affollata, il 20% lo fa il ritrovarsi più o meno lontani dalla *safe-zone*, il 3% trovare un veicolo fuori zona e il 2% l'aver la possibilità d'afferrare per primi l'airdrop. L'abilità del giocatore quindi può essere condizionata dalla fortuna, dato che migliori sono le suddette condizioni, più aumenta la possibilità di vincita.

La mira si basa anch'essa su **3 livelli**, il **primo** in prima persona, cambiando automaticamente dalla terza alla prima per una mira più precisa a distanza, il **secondo** basato principalmente sulla restrizione del mirino restando in terza persona, rallentando il movimento della visuale per una maggiore precisione da ravvicinato, e il **terzo** livello è quello più tattico, nel quale si può sporgersi da un angolo in modo da non esporre tutto il corpo ma soltanto una minima parte, riducendo la visibilità al nemico, non intaccando la nostra.

Personalizzazione e mercato

Uno degli aspetti che caratterizzano questo gioco è di certo la possibilità di guadagnare giocando, che siano indumenti da poter utilizzare nel gioco o soldi veri. Quando si finisce una partita, in qualsiasi posizione si ci trovi con qualsiasi numero di uccisioni, si guadagnano delle monete di gioco, chiamati **BP**. Ovviamente più alto è il numero di uccisioni, più in cima si arriva più punti si fanno: ma a che servono i punti? Servono ad acquistare delle "casse" di gioco, ognuna diversa per contenuto, rarità e ovviamente prezzo, vengono assegnate in maniera assolutamente casuale tra: **Survivor crate, Wanderer crate, Gamescom invitational crate, Desperado crate, Biker crate, Militia crate, Fever crate, Triumph crate e Raider crate**. La modalità di acquisto è semplice: basta recarsi dal menù principale del gioco e andare nella sezione rewards, dopodiché acquistare la quantità di casse desiderata; le casse passano da un prezzo base di 700 BP al corrispondente raddoppiato dopo l'acquisto di una cassa: da **700** passano a **1400** e da qui in poi sempre raddoppiato. Niente paura, ogni inizio settimana il costo delle casse si azzererà fino allo standard di 700. Dentro le casse si possono trovare indumenti per il proprio avatar di gioco, che posseggono un livello di rarità e valore e skin armi catalogate sempre in base alla rarità. Si può quindi decidere di tenere l'indumento oppure venderlo al mercato di **Steam**, stessa cosa per le skin. Sfatando qualsiasi mito, nessun indumento di gioco può dare abilità in più, né qual si voglia tipo di vantaggio: hanno funzioni puramente decorative.

Conclusioni

PUBG è sicuramente un gioco che suscita interesse, ma non è l'unico nel suo genere: esistono altri titoli (anche Microsoft, [dopo aver portato il titolo su Xbox](#), sta dando la propria risposta con l'interessante [The Darwin Project](#), dallo scorso 9 marzo uscito su Steam) che offrono ormai un'esperienza di **Battle Royale**, primo fra tutto il principale concorrente del titolo di **Bluehole Studio**, [Fortnite](#), Free-To-Play di Epic games: in questa lotta fra Battle Royale [combattuta a colpi di record](#) è difficile decidere, essendo entrambi sfaccettati e completi ognuno per il suo verso ([abbiamo trattato gli aspetti dei due titoli in questo speciale](#)) che abbiamo fatto al riguardo.

In breve, è un titolo che vale la pena provare, soprattutto con gli amici, oppure può essere un'occasione per farsene di nuovi giocando; ad ogni modo l'esperienza provata è uguale per tutti, ansia, paura e coraggio, per poi decretare un vincitore. Su 100 giocatori chi dimostrerà di essere il migliore?

[La storia del più grande Kickstarter del sud-est asiatico](#)

Se siete a **Kuala Lumpur** e state cercando sviluppatori indipendenti, potreste andare al fiorente centro tecnologico di **Bangsar South**.

Grazie a un accordo con **UOA Holdings**, agenzia che si occupa dello sviluppo immobiliare, la **Malesia Digital Economy Corporation (MDEC)** ha compiuto un grande passo verso il suo obiettivo, cioè quello di trasformare rapidamente, **Bangsar South** (zona di **Kuala Lumpur**) nel principale centro del paese per lo sviluppo di giochi di ogni tipo; ospiterà da grandi aziende come **Streamline Studios**, ai tanti team piccoli e creativi che operano da **Komune**.

Forse, il più interessante tra tutti questi sviluppatori è **Magnus Games**, che è riuscito a raggiungere una fama senza precedenti per uno sviluppatore del sud-est asiatico delle sue dimensioni. Lo studio è stato fondato nel 2015 dai due fratelli malesi, **DC Gan** e **Welson Gan**. I loro primi sforzi di sviluppo erano tutti rivolti a un'area del mercato che in tutte le software house emergenti preferiscono scegliere come target: **giochi mobile gratuiti**. Questo portò i due fratelli in una zona inesplorata, visto che non sapevano "creare" un gioco circondato dalle monetizzazioni, infatti, come ha affermato **DC** «**quando compro un hamburger mi aspetto di ricevere un hamburger**».

Quindi, i due fratelli si trovarono rapidamente al di fuori della loro zona di comfort, cercando di programmare titoli che raramente giocavano. Infatti, lo stesso, definisce il loro lavoro di quel periodo come un fallimento.

Magnus Games è sempre stata alla ricerca di *free-to-play* capaci di fornirgli una reputazione e, di conseguenza, fargli ottenere qualche finanziamento per ciò che **DC** chiama "il nostro gioco dei sogni". Tuttavia, vicini al fallimento, i fratelli si riunirono e decisero di puntare il tutto per tutto.

Essi passarono dal *free-to-play* al premium, dai dispositivi mobile al PC e alle console, il tutto reso possibile da una piccola quantità di investimenti privati e denaro preso in prestito da amici e familiari. Grazie ai loro innumerevoli sforzi riuscirono a realizzare il loro sogno sviluppando **Re: Legend**, l'ibrido simulatore di giochi di ruolo. Il titolo è stato approvato da **Square Enix** nel 2016.



In *Re:Legend*, i fratelli hanno cercato di combinare le varie esperienze fornitegli dalle ore di gioco di titoli che hanno fatto la storia.

Ma cos'ha portato la **Magnus Games** tra le braccia di **Square Enix**? Quando la società si è rivolta a **Kickstarter**, era sicura di avere un prodotto che fosse in grado di suscitare entusiasmo in diversi tipi di giocatori e quindi, di attrarre il tipo di pubblico che avrebbe investito in un gioco che potrebbe essere vicino al rilascio.

La campagna "**Re: Legend Kickstarter**" è iniziata alla fine di luglio 2017, con un obiettivo di finanziamento di circa **\$53.000** ma dopo 30 giorni era già a quota 480.000, garantendo al gioco versioni per Xbox One, PlayStation 4 e Nintendo Switch, assicurandogli un doppiaggio completo nei dialoghi. La loro non era solo la più grande campagna **Kickstarter** di uno sviluppatore di giochi in Malesia; infatti è stato, inoltre, il più grande **Kickstarter** nella storia del sud-est asiatico.

Durante questi 30 giorni, **DC** ha affermato che lui e suo fratello lasciarono a malapena la loro casa. Infatti, trascorrevano le giornate gestendo tutto, dalla copertura della stampa, al contatto con gli streamer, inviando centinaia di e-mail e rispondendo direttamente a ogni singolo commento lasciato dalla comunità **Kickstarter**.

Il denaro che **Magnus Games** ha racimolato, quando la campagna è finita nell'Agosto del 2017, è stato abbastanza da permettergli di creare la versione di *Re: Legend* che i fratelli avevano immaginato. In pochissimo tempo, il loro titolo cominciò a essere confrontato con i titoli **AAA**. Il che costringe la società a mantenere il livello di aspettativa che tutti i loro fan si aspettano da questo titolo.

In Malesia, raccogliere fondi per una start-up di giochi non è un'impresa da poco: L'industria locale è ancora troppo giovane ed è per questo che il governo è intervenuto per aiutare le società, con il sostegno e le sovvenzioni con organizzazioni come **MDEC**. Tre anni fa, **Magnus Games** ha deciso di abbandonare il settore mobile e *free to play* per inseguire il suo sogno, ma così facendo, si è trovata davanti a qualcosa di più grande di quanto potesse immaginare. Per la giovane start-up, la nuova sfida è soddisfare il suo pubblico senza rovinare tutto quello che è stato costruito con il loro duro lavoro.

Duke: la storia di un pad che ha rivoluzionato il mercato console

Se siete videogiocatori conoscerete sicuramente il pad **Xbox** e le sue particolarità, ma non tutti sanno che prima di avere un prodotto super compatto ed ergonomico, come quello della One, ci sono voluti anni e anni di **continui test e ricerche mirate** che, in precedenza, hanno portato alla creazione di uno dei controller più criticati e discussi della storia delle console. Stiamo parlando del **Duke**, un pad quasi il triplo più grande del **DualShock PlayStation** e quindi molto più pesante e ingombrante.

Non tutti conoscono la storia della creazione di questo controller e della fatica di Microsoft nel realizzarlo.



La principale ideatrice fu **Denise Chaudhari**, prima donna a entrare nel team Xbox ed esperta di design industriale ed ergonomia. Chaudhari però, non aveva mai avuto a che fare con controller ma questo, l'ha aiutata a entrare nel team, visto che la sua idea non era condizionata da scelte di design e funzionalità di terzi.

Chaudhari non cominciò la progettazione del controller da zero, ma è stata aiutata dal **direttore creativo di Xbox Horace Luke**, fornendole alcuni schizzi e dei prototipi dei circuiti di base. Questi circuiti, però, erano grandi, ingombranti e soprattutto erano stati stampati su un'unica pista che di certo non facilitava la creazione di un prodotto maneggevole e delle dimensioni ridotte, al contrario del **Dualshock** di PlayStation che prevedeva un circuito stampato su due piste differenti e poi sovrapposte per salvare spazio, creando di conseguenza un pad più piccolo.

La stessa Chaudhari cercò di replicare il progetto di Sony, ma trovò moltissima difficoltà nel lavorare con il produttore degli stessi circuiti **Mitsumi**, che ha rifiutato di lavorare con Microsoft, forse perché non giapponese ma americana. Questo episodio non scoraggiò il team Xbox che continuò a lavorare al progetto, creando le caratteristiche che ancora oggi ritroviamo nei moderni pad (**stick analogici** non paralleli, la disposizione dei tasti **A, B, X e Y** e molto altro).



Ma il problema non fu tanto il dover implementare delle sostanziali novità nel mondo dei pad per console, ma la dimensione: molti potranno sostenere che le dimensioni non contano, ma il popolo orientale la pensa diversamente. Infatti la divisione **Microsoft Japan**, al contrario del resto del mondo, disprezzava univocamente il controller; si pensa che abbiano anche consigliato ad alcuni sviluppatori giapponesi di non creare titoli per quella console se prima le dimensioni del controller non fossero state modificate, creando non pochi problemi alla casa di Redmond. Per questo, **Chaudhari** fu inviata, insieme a parte del suo team, nella terra del sol levante per riuscire a studiare e progettare le modifiche in base alle esigenze del mercato nipponico.

Al suo ritorno in America, però, non fu soddisfatta dei test effettuati, anche perché l'interprete giapponese era totalmente contrario al Duke, odiandolo con tutto il cuore e, secondo Chaudhari, aveva sicuramente omesso alcuni particolari per la realizzazione di un pad migliore; inoltre, la maggior parte delle lamentele erano rivolte alla grandezza del controller, cosa che ovviamente il team Xbox non si aspettava minimamente.

Ma anche se i risultati del test diedero esito negativo: il **15 novembre 2001**, in America, uscì l'Xbox e il pad contenuto nella confezione era proprio il Duke, senza alcuna sostanziale modifica nella forma. In Giappone, però, visti i risultati totalmente negativi, i progettisti industriali di Microsoft, crearono un **Controller S**, esclusivo per il mercato nipponico che uscì qualche mese dopo insieme alla console. Questo nuovo joypad era molto più piccolo rispetto al Duke originale (**circa i due terzi**) e apportava alcune modifiche, come la distanza e la disposizione di alcuni tasti o il loro colore.

Il lancio di questo nuovo controller ha avuto moltissimo successo rispetto al Duke, visto che la maggior parte degli utenti si lamentò della grandezza e della scomodità, e fu per questo motivo che

ben presto il Duke, che si trovava all'interno delle confezioni delle console, furono rimpiazzati da questo nuovo modello.

Chaudhari è comunque **orgogliosa del lavoro fatto**, anche se nel giro di pochi mesi il suo controller, dopo moltissimi test e ricerche, è stato "cestinato" da Microsoft per fare spazio al **Controller S**. Questo perché ha lasciato un segno indelebile sullo stile e sull'ergonomia dei pad Xbox: basti pensare agli *stick* analogici che oggi come oggi sono un segno distintivo dei controller Xbox.

[Scribblenauts Showdown](#)

Dopo la disastrosa cancellazione di ***Scribblenauts: Fighting Worlds***, **5th Cells** ci ritenta con ***Scribblenauts Showdown***. Rilasciato su Nintendo Switch, Ps4 e Xbox One il **9 Marzo del 2018**, nuovo capitolo di una saga di gran successo tra i giocatori del Nintendo DS, si tratta di un **puzzle game** con l'aggiunta della componente da **party game**. Ma l'aver trasformato la saga in un party game è stata una buona idea?

L'**originalità del titolo** stava proprio nel poter **risolvere i vari indovinelli del gioco con soluzioni fuori dal comune**, vista la possibilità d'invocare qualsiasi oggetto in nostro soccorso, e questo elemento viene a mancare, ma vedremo meglio più avanti.

Partiamo dal menù iniziale, che ci riserva un'ottima accoglienza con una bella varietà di colori. All'interno della schermata ci ritroveremo a dover scegliere tra **tre modalità, due basate su minigiochi** e l'ultima la tipica **modalità sandbox**.

La **prima modalità** si chiama **Versus**, è giocabile da massimo due giocatori, può essere eseguita contro un amico o contro l'intelligenza artificiale. Sarà possibile scegliere se la sfida **debba essere basata sulle "parole" o sulla "velocità" o su tutte e due**. Se si scelgono le parole come criterio, si dovrà competere utilizzando quello che viene scritto. Per esempio, nella sfida di cucina, il gioco chiede di scegliere che cosa dovranno mangiare i due contendenti. Alcune parole portano evidenti vantaggi, in relazione alla grandezza e lunghezza di quello che si scrive. Le sfide proposte in questa modalità sono godibili e rapide. **Versus** è ottima in una **tipica serata tra amici**, anche se la quantità di mini giochi offerta non è così ampia e alla lunga può diventare abbastanza ripetitivo.



La **seconda modalità** di gioco proposta è probabilmente la migliore sul piano competitivo: si tratta del **Gioco dell'Oca con le carte al posto dei dadi**. Ad ogni turno il giocatore dovrà pescare una carta e, di conseguenza, dovrà toglierne una dalla propria mano di gioco. L'obiettivo finale è quello d'arrivare alla fine prima degli altri giocatori. Esistono **diverse tipologie di carte**: alcune carte ci faranno avanzare, altre fanno retrocedere gli avversari e altre potrebbero ribaltare completamente la situazione. Tuttavia, per attivare la carta, dovremmo vincere il minigioco proposto, anche perché in caso di sconfitta il bonus sarà utilizzato dalla nostra controparte. Questa è la modalità che sta alla base di questo titolo. Gli sviluppatori sembrano aver puntato il tutto per tutto su questa modalità ma, pur essendo questa molto elaborata, risulta manchevole in qualche aspetto: non rende infatti granché se giocata singolarmente, e l'aggiunta di una modalità multi giocatore online era d'obbligo.



Starite? STARITE?? Ebbene sì, eccoci arrivati alla **terza e ultima modalità**, chiamata **sandbox**. Pensavate che il team di **5th Cells** avesse dimenticato la modalità principale dei predecessori della serie *Scribblenauts*? **Sandbox** è strutturata in una serie di livelli dove dovrete “esaudire” i desideri di chi li esprimerà. Tutti i desideri saranno posti in maniera enigmatica, ed è qui che entra la componente da puzzle game, e il giocatore sarà chiamato a risolvere gli enigmi in qualsiasi modo voglia. L’obiettivo principale sarà quindi quello di ottenere tutte le **starite**, stelle luminose usate come “merce” di scambio. All’interno di questo capitolo ci sono ben **8 livelli**. Gli enigmi non sono molto difficili, e in vostro soccorso potrete usufruire di suggerimenti “a pagamento”. Se ogni desiderio espresso correttamente vi garantirà 10 starite, ogni suggerimento richiesto ve ne sottrarrà 5. Un’ottima aggiunta è data dalla possibilità di assegnare degli **aggettivi** a qualsiasi cosa animata, così da rendere un minotauro “docile” o “aggressivo”. Inoltre, sarà possibile scambiare le starite raccolte con vestiti/accessori ed è possibile acquistare oggetti così da aggiungerli tra quelli che si possono già evocare (oggetti esotici presi dai vari livelli). Infine, i vestiti e accessori acquistati potranno essere utilizzati nella personalizzazione del vostro personaggio.



Il titolo si presenta con una **grafica colorata e cartonesca**, il team di sviluppatori è riuscito a utilizzare e migliorare nel tempo lo stesso motore grafico utilizzato sin dal primo capitolo della saga, migliorando i colori, i modelli poligonali e le varie rese grafiche, non tradendo l'art style originario ma rendendo il titolo, graficamente parlando, valido ancora oggi.

Il **sonoro** non è certamente di alto rilievo, ma i suoni e le musiche sono molto orecchiabili, le riproduzioni sonore dei vari animali e delle armi e ben rese, anche se tutto l'insieme è un riciclo preso dai capitoli precedenti.

Una grande mancanza rispetto al passato è probabilmente quella della **free-mode**, dov'era possibile trascorrere del tempo evocando qualsiasi cosa vi passasse per la ment (per esempio era possibile far combattere 10 militari contro un drago).

Tirando le somme, **Scribblenauts Showdown**, non riesce a tenere alto l'onore del franchise, visto che il team di sviluppo ha tentato di proporre qualcosa che è abbastanza lontano da quello che rappresenta il marchio originario.

Il titolo rimane comunque abbastanza godibile e, per chi volesse comunque usufruire di un gioco simpatico da tirar fuori in una serata con gli amici, l'acquisto può essere consigliabile, ancora meglio quando si troverà a un prezzo leggermente inferiore.

[Nuovi record per PUBG e Fortnite](#)

Microsoft e **PUBG Corp.** hanno recentemente annunciato che **PlayerUnknown's Battlegrounds** ha superato i **5 milioni di giocatori** su **Xbox One** nei primi tre mesi di vendita. Nonostante questi numeri siano davvero impressionanti per un titolo in accesso anticipato, non sono sorprendenti considerando che **oltre 3 milioni di persone** hanno acquistato il titolo all'inizio di gennaio, mese di uscita del gioco su console, ma nonostante ciò il tasso di vendita è rimasto costante

negli ultimi due mesi.

Una lode non da poco va sicuramente a **PUBG Corp.**, la quale, nonostante i numerosi problemi che il gioco ha avuto all'uscita sulla console di casa Microsoft, ha continuato a supportare il titolo al massimo delle capacità, aggiornandolo costantemente con nuove patch. Infatti, con l'ultimo aggiornamento rilasciato dalla casa produttrice, il gioco ha quasi raggiunto il suo completamento.

Non è solo *PUBG* ad aver battuto dei record videoludici nell'ultimo periodo: infatti, come se non fosse già abbastanza avere più di **3 milioni di giocatori** e aver battuto il record di spettatori nelle live **Twitch**, il noto *Fortnite* è adesso anche l'app più scaricata e gettonata dell'**App Store**. La versione **iOS** del gioco supporta ancora il *cross-play*, ovvero la possibilità di poter giocare con i possessori di PC e console, che alimenta ulteriormente la rapida crescita di popolarità di *Fortnite*. Il **gameplay** e la progressione del gioco possono essere salvati su tutte le piattaforme, aumentando la mobilità del gioco, tanto che la versione mobile non ha nulla da invidiare dalla versione console, tranne per un leggero downgrade grafico.

La risposta di *PUBG* pare sarà a breve, al punto che si attende il lancio su mobile per Android e iOS già da **domani 20 marzo**.

La sfida di Facebook a Twitch e Youtube

Nei primi mesi dell'anno, **Facebook** ha introdotto il suo **Gaming Creator Pilot Program**, un'iniziativa mirata ai *content creator*, come **PewDiePie**, che offre la possibilità di streammare a 1080p/60fps e con possibilità di monetizzazione dei video. Una mossa che conferma la decisione del social network di puntare più sulla creazione di una vera e propria stazione televisiva a portata di smartphone, ovvero **Facebook Watch**: difatti, se nel lato sportivo fanno eco gli accordi con **Fox** per trasmettere la **UEFA Champions League** e alcune partite pomeridiane della **MLB** (la lega americana di baseball), sul lato videoludico risaltano gli accordi per portare su **Facebook Watch** alcuni tornei della **Electronic Sports League**, principalmente i tornei di *Paladins* e di *Counter Strike: Global Offensive*.

Tutto ciò che manca a **Facebook** per competere con **Twitch** e **Youtube** sono gli *influencer*. Come citato da **Guy Cross**, direttore delle partnership americane della compagnia:

«Stiamo cercando dei partner che hanno la capacità di attirare pubblico, ma che credono anche nel progetto. Vogliamo costruire qualcosa di speciale che unisce sia gli strumenti già a disposizione per gli *streamer*, che le novità proposte da Facebook. I *content creator* videoludici sono i benvenuti sulla piattaforma: lo scorso anno abbiamo sperimentato molto e abbiamo ricevuto molti suggerimenti che ci hanno permesso di migliorare e di investire ancora di più i nostri sforzi su questo lavoro.»

Facebook vuole puntare a diversificare la propria proposta da **Twitch**: in quest'ultimo i giochi di tendenza la fanno da padrone, mentre **Facebook**, forte dei 2,2 miliardi di utenti (secondo i dati degli ultimi mesi del 2017), vuole abbracciare qualsiasi tipo di gioco. Gli streamer registrati al nuovo programma hanno già la possibilità di ricevere donazioni dagli utenti, lo streaming a 1080p, e secondo **Cross** «si sta lavorando insieme ai *content creator* per l'aggiunta di altre opzioni».

Insomma, sembra proprio che il social network creato da **Mark Zuckerberg** stia seriamente

puntando sul mercato dello streaming video, ma ci sarà spazio per loro in un mercato dominato da **Twitch** e **Youtube**? **Cross** dice la sua al riguardo:

«Molte aziende, come sviluppatori di giochi tripla A o *broadcaster* di eventi e-sport, si sono dimostrati molto interessati al nostro progetto. Il settore del gaming è vasto e continuamente in crescita: su Facebook abbiamo più di 800 milioni di utenti che usano i giochi della piattaforma, e se contiamo anche gli utenti che partecipano attivamente ai gruppi riguardanti i videogiochi, oppure che condividono video appositi, i numeri sono davvero importanti.»

Ma **Cross** e **Facebook** devono stare attenti alla percezione del pubblico riguardo al social network: essendo un social più diretto i contenuti rapidi la fanno da padrone, con video dalla durata molto ridotta, e dove, in generale, gli utenti non passano molto tempo, preferendo più un approccio “mordi e fuggi”:

«Sappiamo che Facebook non è necessariamente un posto dove passi gran parte del tempo, gli utenti sono più abituati a loggare continuamente in più fasi del giorno. Per questo abbiamo bisogno di puntare su Facebook Watch, dove verranno offerti contenuti dalla durata maggiore, come serie tv, eventi sportivi o varietà d'intrattenimento.»

Eppure, la più grande sfida per **Facebook** resta quella dei puri numeri: lo scorso anno, il social network ha ospitato **27.500 streamer** attivi. Numeri irrisori rispetto agli **814.000 di Twitch** e ai **293.000 di Youtube** e, considerando che **Twitch** e **Youtube** sono già facilmente a disposizione degli utenti **Playstation 4** e **Xbox One** che vogliono cimentarsi nel *live streaming*, sembra proprio che **Facebook** stia per intraprendere forse la sua sfida più difficile negli ultimi dieci anni. Nonostante tutto, **Cross** sembra fiducioso nella riuscita del progetto:

«Stiamo tenendo d'occhio altre piattaforme per vedere i loro pregi e difetti. Ci vorrà un po' di tempo prima di partire attivamente con questo progetto, ma nell'anno appena passato abbiamo compiuto molti test che ci hanno permesso di fare molti passi in avanti.»

Insomma, vedremo se **Facebook** riuscirà a emergere come seria contendente al trono del *live streaming*, detenuto da **Twitch**. Anche se, visti i record ottenuti da **Ninja** (che recentemente ha avuto in live una star del mainstream come il rapper **Drake**), sembra che il social di **Mark Zuckerberg** dovrà prepararsi a un'ardua salita.

[Life is Strange: Before The Storm - Episodio Bonus: Addio - See You Space Max](#)

Nel mondo degli Indie, **Life is Strange** si è già conquistato un posto tra i cult dell'ultimo decennio, riuscendo a tessere una perfetta trama che lega i vari personaggi, prima ancora di essere un **teen sci-fi** ben strutturato. Il lavoro di **Deck Nine** è riuscito a interfacciarsi perfettamente ai giocatori, con storie e personaggi credibili e capace di rispondere al pensiero che almeno una volta nella

nostra vista abbia fatto, ovvero cambiare una nostra scelta passata qualora ne avessimo la possibilità. Tolta la componente sovranaturale e persino la protagonista Max, il prequel **Before the Storm** è riuscito a innalzare ulteriormente il valore del lavoro del team, dimostrando che il titolo può autosostenersi grazie alla sceneggiatura e la messa in scena.

In esclusiva per i possessori della **Deluxe Edition** dell'ultima fatica di Deck Nine, arriva questo episodio bonus denominato **Addio**, il cui tutto sarà incentrato sull'**ultimo saluto tra Maxine e Chloe**, prima del ricongiungimento nella saga originale. Questo ulteriore prequel è un capitolo particolare ma nonostante ciò, riesce ad aggiungere un bellissimo pezzo del puzzle al già stimato *Life is Strange*.

The Maxine show

Addio è un episodio interamente incentrato sul legame fraterno tra **Max e Chloe**, prima che tutto venga sconvolto dagli eventi che noi giocatori conosciamo ma che è meglio non divulgare per evitare spoiler. Il giorno peggiore della vita di Chloe viene vissuto dal punto di vista di Max, in un **percorso abbastanza guidato** rispetto ai precedenti capitoli ma non per questo banale: il valore dei rapporti è e resterà una componente fondamentale delle vicende e, nonostante sia un episodio della durata di circa un'ora e mezza riesce a suscitare fortissime emozioni - a volte contrastanti - in eventi di cui comunque siamo a conoscenza. Si viene a creare così una netta distinzione tra "raccontato" e "vissuto", una differenza presente costantemente nelle nostre vite ma a cui non facciamo caso, ed è proprio questa la forza di **Life is Strange**: un punto di vista esterno rispetto a episodi di vita che la maggior parte di noi ha vissuto, riesce a far riflettere sulle nostre scelte, desideri e conseguenze. Un'opera formativa che, sfruttando storie che a un primo sguardo possono risultare banali, permette una crescita personale che ben poche opere videoludiche e non riescono a ottenere. La differenza è data dal come si racconta una storia, non dalla storia stessa.

Ma veniamo al punto focale delle vicende. L'intero episodio è ambientato a casa Price, nell'ultima manciata di ore prima del punto di non ritorno. Il pretesto della "pulizia generale" della stanza di Chloe, ci permette di fare una gita tra i ricordi e aggiungere elementi narrativi precisi che impreziosiscono la caratterizzazione dei personaggi: l'ammissione alla **Blackwell** da parte di Chloe e i suoi altissimi voti a scuola, la spensieratezza fanciullesca e i tratti distintivi della prima Maxine, insicurezza e amore per la sua seconda famiglia. Fa un certo effetto vedere il duo prima dei profondi cambiamenti che stanno per arrivare, soprattutto in Chloe, solare, giocosa e con l'ottimismo in poppa.

Una volta trovato un vecchio album di disegni, partirà una caccia al tesoro che sarà ben più di un semplice gioco tra due amiche.



Un tesoro per tutti

Questo episodio è un'immensa allegoria: Max e Chloe stanno per dirsi addio ma c'è ancora il tempo di fare un viaggio, approfittando di un gioco iniziato ben cinque anni prima. L'intera **caccia al tesoro** che ne seguirà non è altro che un pretesto per porre una **prima pietra sulle proprie convinzioni personali**, in una realtà velocemente mutevole come quella dell'adolescenza. Sul piano del gameplay non si presentano grosse "fatiche", tutto risulta scorrevole, il focus del gioco si sposta sui pensieri di Maxine e sulle sue titubanze; il tesoro dunque, una volta trovato, avrà tanti significati per il duo, e servirà da perno della discussione principale che si apprestano ad affrontare.

Questa giornata passata assieme a Chloe, come detto, è molto importante: per la prima volta - approfittando delle informazioni già acquisite nella pentalogia originale - possiamo assistere alle prime "rotture" nella vita della Price, che per sua sfortuna avvengono quasi tutte nello stesso momento. Se fino a oggi abbiamo solo potuto immaginare e speculare riguardo le ragioni della sua indole e delle sue azioni e reazioni, vivere questi momenti fa nuova luce sulla sua caratterizzazione, completando il quadro sulla sua psiche. Come ci ha abituati Deck Nine, in *Life is Strange*, abbiamo a che fare con personaggi plausibili e reali, con problemi e pensieri che hanno il tratto della quotidianità. Questo "tornare indietro" nella vita di qualcuno è ben più di un semplice flashback: in questo capitolo bonus possiamo sentire il peso non solo delle nostre azioni ma anche quelle degli altri personaggi, rendendo tutto tangibile e drammaticamente vero.

Unendo tutte le tessere del puzzle, dunque, avremo una visione più chiara delle due opere principali precedenti e questo, senza dubbio, spinge a rigiocare entrambi, magari riscoprendo il valore di piccoli gesti a cui, forse, non abbiamo dato il giusto peso.



In conclusione

Questo episodio conferma la qualità e soprattutto la passione che **Deck Nine** ha mostra nell'intero progetto di *Life is Strange*. Anche se le vicende raccontate in **Addio** erano già di nostra conoscenza, lo spaccato della vita di Max e Chloe prima degli eventi tragici, fa una bella luce sul loro passato: vedere Chloe leggiadra e sorridente è un momento unico, lieto ma, al contempo, un po' triste quando pensiamo a lei come co-protagonista nell'originale **Life is Strange**. **Addio** è dunque un bel regalo per tutti i fan e chiude il cerchio su un lavoro che aspetta la sua prosecuzione con l'attesissimo secondo capitolo.

[Microsoft Mixer pronto a rivaleggiare con Twitch](#)

Microsoft Mixer, piattaforma fondata nel 2016 dalla omonima azienda, è una validissima alternativa a **Twitch**, con una possibilità di intrattenere il pubblico molto più elevata e una qualità video praticamente paragonabile all'ormai famoso portale Amazon. Grazie all'ultimo aggiornamento, è stata aggiunta un'ulteriore funzione, la quale permetterebbe, se ben implementata e pubblicizzata, alla nuova piattaforma di poter competere con tutte le maggiori piattaforme streaming esistenti. Ma in cosa consiste questa funzione? Ebbene, durante lo streaming di un gioco tramite **Mixer**, è possibile consentire a uno spettatore di assumerne il controllo, utilizzando l'emulazione del gamepad

su schermo o il proprio controller collegato a un PC. Gli utenti che prenderanno possesso, **non saranno in grado di usare il tasto home** per uscire dal gioco o per controllare la console; potranno soltanto giocare o da soli o con lo streamer di turno per superare livelli particolarmente difficili.

Oltre a questo, l'aggiornamento è intervenuto su altri aspetti: il browser **Microsoft Edge** è stato reso più semplice, facilitando la navigazione, nuovi strumenti di filtro per i club, e infine, la risoluzione **1440p** è supportata sia su **Xbox One S** che su **Xbox One X**, oltre a una nuova opzione che consente di bilanciare l'audio del gioco con la musica di sottofondo in esecuzione in una playlist.

[Nintendo Switch e l'esperienza Wii U](#)

Il **Wii U** è stata una ottima console: non sono certamente venuti a mancare i titoli, una campagna di marketing mirata e una solida base d'utenza ma sappiamo che la precedente console **Nintendo** non è andata come da Kyoto speravano. Quando se ne parla nei siti d'informazione, specialmente in paragone col **Nintendo Switch**, troviamo spesso le parole "fallimento", "pasticcio" o "mediocre": è chiaro che qualcosa è andato storto ma anche che qualcosa è cambiato radicalmente grazie all'esperienza **Wii U**.

Il criticatissimo gamepad della precedente console, evolutosi dalle precedenti console portatili **Nintendo DS** e **3DS**, ha permesso esperienze uniche e mai sperimentate in nessun'altro sistema (se non nelle loro stesse portatili): basti pensare a **The Legend of Zelda: The Wind Waker HD**, **Pikmin 3**, **Super Mario 3D World** e lo strabiliante **Super Mario Maker**, gioco che ha veramente sfruttato a pieno le sue funzionalità. Persino alcuni 3rd party non sono rimasti estranei alle sue funzionalità e giochi come **Batman: Arkham City** o **Lego City Undercover** ne sono la dimostrazione.

Wii U è chiaramente l'anello di congiunzione fra il **Wii**, con i loro innovativi **motion control**, e **Switch**, la prima console ibrida. Dire che la precedente console **Nintendo** sia stata un fallimento è riduttivo. Proviamo quindi ad andare oltre i semplici numeri di mercato12:26:33.



Differenze sostanziali

Da poco **Nintendo Switch** ha compiuto un anno e i risultati sono senza precedenti. Per quanto strano possa sembrare, l'esordio di **Wii U** non fu così disastroso; il suo lancio, avvenuto nell'ormai lontano **novembre 2012**, non passò inosservato, tanto che nel Natale 2012, **Nintendo** esaurì le sue **400.000 scorte in Nord America**. Sembrerebbe un buon risultato ma la richiesta della console più recente sul mercato era altissima e molti giocatori non riuscirono ad avere la console durante le feste; per questa ragione molti utenti, delusi anche dalla debole linea di lancio, finirono per vendere questa console molto presto su siti come **eBay** a prezzi da capogiro.

Nintendo, per il lancio di **Switch**, ha aumentato le scorte (visti anche i più che positivi pre-order) ma la richiesta si è rivelata comunque [più alta del previsto](#). Ma, se la storia in tal senso sembra essersi ripetuta, come mai la console ibrida ha continuato a vendere come il pane? **Wii U** aveva alcuni limiti: presentò problemi con le connessioni Wi-Fi e HDMI, un aggiornamento "pericoloso" che se bloccato avrebbe brickato la console, un prezzo che non accennava a diminuire, né sul fronte "nuovo" né sul fronte "usato" (lì era persino più alto, in certi casi), e soprattutto tanta confusione su come funzionasse: i consumatori non capivano se si trovassero in mano una console casalinga o portatile e il collegamento con il gamepad era ridicolo; **Nintendo**, per il lancio di **Switch**, si assicurò infatti di mettere nei primi trailer un giocatore che usava la console in bagno "seduto sul trono"! La stampa, visti tutti questi problemi, non riuscì a dare al **Wii U** una bella immagine e le vendite non sono mai decollate.



Gioia e rivoluzione

L'interfaccia utente semplificata, la connettività online, la sua natura ibrida e la buonissima linea di titoli di lancio sono stati fattori vincenti per **Nintendo Switch** e la stampa e i reviewer su **YouTube** non hanno fatto altro che spingere i consumatori verso questo splendido hardware. Le sue vendite dopo il lancio non sono per niente calate e già a questo punto la nuova console **Nintendo** aveva già superato il precedente **Wii U**; anche se le caratteristiche online non erano (e forse sono a tutt'oggi) poco definite, non si può negare che i fattori positivi sono certamente superiori e la compagnia giapponese ha sempre trasmesso tanto entusiasmo nel promuovere la sua nuova fantastica console. È molto strano che **Nintendo** lanci il servizio online vero e proprio 18 mesi dopo l'uscita della console ma, ad ogni modo questo non ha intaccato per nulla l'appeal che Switch ha sugli utenti (anche perché per ora il servizio è gratuito).

Il solo entusiasmo trasmesso con **Switch** è anche uno dei motivi per cui la console ha tanto successo e bisogna ammettere che lo stesso non è mai stato trasmesso per il **Wii U**.



Tante difficoltà

I giochi sul **Wii U** non sono mancati ma non c'è mai stata una vera killer app, soprattutto al lancio; ricordate forse grosse file per ottenere una copia di **New Super Mario Bros U**, **ZombieU** o il poco convincente **Nintendo Land**? Noi no! Successivamente ci sono stati altri grossi titoli come **Super Smash Bros for Wii U**, **Pikmin 3**, **Star Fox Zero** e **Donkey Kong Country: Tropical Freeze** ma nessuno di questi è stato in grado di risollevare le vendite di questa sfortunata console; gli unici giochi a far rimanere la console rilevante durante una console war spietata sono stati forse **Mario Kart 8**, ad oggi il titolo più venduto sulla piattaforma, **Super Mario Maker** e **Splatoon**, entrambi favoritissimi dalla critica.

Switch invece è stato lanciato con **The Legend of Zelda: Breath of the Wild**, una vera e propria definizione di killer app; ovviamente il titolo di **Eiji Aonuma** è uscito anche per **Wii U** ma, inutile a dirsi, gli occhi erano tutti puntati verso la versione per la nuova console **Nintendo**. Al di fuori di **Breath of the Wild**, i restanti titoli erano un po' deboli ma la console è riuscita a vendere comunque ben 2.74 milioni di copie nel solo mese di marzo.

Se guardiamo ai primi 12 mesi di vita della scorsa console possiamo affermare che **Nintendo** ha imparato tanto dalla precedente esperienza. Quello che è successo a **Wii U** è un po' quello che è successo con la **Playstation 3** e allo stesso modo **Nintendo**, così come **Sony**, che ha saputo evidenziare le migliori caratteristiche di **PS4**, con **Switch** ha preso ciò che ha reso la sua precedente console buona e migliorato tutte quelle caratteristiche che la azzopparono.



Fallimento?

Nei primi 12 mesi, **Wii U** ha venduto solamente circa 3.91 milioni di console; nello stesso lasso di tempo **Switch** ha superato i 10 milioni di unità (quasi oltre il totale della vecchia console). Non possiamo andare contro proiezioni del genere, sul piano numerico, ma bisogna tener conto di vari fattori nel valutare adeguatamente la precedente console **Nintendo**. Il timing è stato il motivo il motivo del successo di **Switch** e la caduta del **Wii U**: quest'ultima è stata lanciata circa un anno prima delle più potenti **Xbox One** e **Playstation 4** e i giocatori erano poco propensi ad acquistare una console di potenza inferiore; **Switch** invece è stato lanciato dopo circa 3 anni e mezzo dall'uscita delle concorrenti, in un periodo in cui i giocatori cercavano un qualcosa di fresco e innovativo.

Il nuovo anno per **Nintendo** prospetta per la sua console ibrida un futuro decisamente migliore della sua console precedente; nonostante la sua potenza, inferiore rispetto a **PS4** e **Xbox One**, il futuro di **Switch** sembra luminoso e, anche se la nuova generazione sembra sia alle porte, la grande N ha un sacco di tempo per riuscire a farsi valere in un mercato spietato.