

# Come spiegare alla stampa i propri videogiochi secondo Ryan Schneider

Spesso davanti a una telecamera può capitare di essere imbarazzati o letteralmente pietrificati. A tal proposito, [Gameindustry.biz](http://Gameindustry.biz) ha chiesto al **Chief Brand Officer** di **Insomniac Games**, **Ryan Schneider** di rivelare qualche trucco del mestiere a tutti gli sviluppatori che si avvicinano a un'intervista.

**Schneider** esordisce spiegando come le domande che attanagliano la maggior parte degli sviluppatori alle prime armi siano sempre le stesse, e non nasconde che anche lui spesso si trovi a combattere con le stesse preoccupazioni, nonostante la grande esperienza; ha ammesso infatti, di convivere con la pressione di dover trasmettere la passione di tutto lo studio per un progetto, quando si trova davanti a un microfono. Ecco quindi i suoi consigli partendo dal tema principale:

**«Il concetto è questo: non importa se siamo nervosi ma il modo in cui incanaliamo la nostra apprensione in un'intervista difficile, a dispetto delle emozioni che proviamo»**

## **La paura dell'ignoto**

L'ansia nasce principalmente da una paura che lui chiama "**paura dell'ignoto**" che deriva dal non sentirsi sicuri nell'affrontare una situazione mai vissuta prima. Per questo motivo si deve riuscire a capire, prima dell'intervista, il tema su cui si baserà l'intera discussione; anche se i giornalisti non sono inclini a rivelare le proprie domande prima dell'intervista, spesso lasciano trasparire la loro visione sull'argomento. Infine, suggerisce di esprimersi diversamente se l'intervista sarà scritta o in video.

## **Fare pratica**

Per **Schneider** ciò che rende perfetti è la pratica, quindi prima dell'intervista bisogna prepararsi, prendendo come esempio il suo studio; lui stesso prepara i colleghi ad affrontare un'intervista e, per farlo bene, prepara gli scenari peggiori, come una domanda riguardo lo studio e alla quale lo sviluppatore può per errore rispondere rivelando dati sensibili. Il suo metodo consiste anche nel chiedere ai colleghi che saranno intervistati cosa vogliono trasmettere, ovvero il messaggio principale, da lui chiamato "**home base**", al quale bisogna sempre ritornare, soprattutto quando il giornalista svia il discorso usando le tecniche che lui chiama "**deviare e schivare**"; molto semplicemente, è molto utile usare alcune frasi che riportino al discorso principale. Il messaggio, nella maggior parte dei casi e in base alla sua esperienza, è l'elemento che contraddistingue il gioco.

Consiglia di essere il più naturali possibili poiché, se ci si affida alle parole di un **PR**, spesso non si è molto amati dal pubblico per la freddezza delle dichiarazioni. Ritorna poi sul messaggio principale spiegando che per poterlo trasmettere senza problemi, bisogna essere trasparenti col giornalista mentre si scelgono i parametri dell'intervista, in modo da poterlo veicolare al meglio, o si può anche decidere di presentare i propri parametri in modo da rivelare qualcosa sul gioco solo quando lo si vuole e soddisfare il giornalista.

## **Le conclusioni**

Infine, l'esempio ricade sul *creative director* di **Insomniac**, **Bryan Inthiar**, che incarna alla perfezione questi consigli, ovvero sicuro di se, fa suo il messaggio ed è se stesso mentre parla del gioco che sta sviluppando. Sostanzialmente, quando si affronta un'intervista, si deve sapere cosa si vuol dire e cosa non; serve tanta pratica prima di ottenere la giusta sicurezza nel far proprio il messaggio che si vuole trasmettere e far sì che questi suggerimenti funzionino.