E3 2018: tirando le somme

L'**E3** è terminato da appena qualche giorno e, come ogni anno, eccoci qui a tirare le somme. Nei suoi due distinti macromomenti — uno all'interno dei padiglioni, dove era possibile toccare con mano le novità di developer grandi e piccoli e platform holder, l'altro che ha anticipato il momento della bolgia fieristica e che è sempre un nodo cruciale sul piano mediatico e di marketing, quello delle conferenze — l'**Expo di Los Angeles** riveste sempre un'importanza non da poco in termini di vetrina. Proprio il secondo momento risulta importante ormai da decenni per i partecipanti, dovendo calibrare attentamente i contenuti e studiando i messaggi da veicolare, con risultati di anno in anno altalenanti per ogni operatore.

Quest'anno si è mostrato al solito interessante sotto vari aspetti ed è utile tirare un po' le fila di quanto visto.

Ad aprire le danze è stata **la conferenza di Electronic Arts**, che si è svolta in maniera tutto sommato prevedibile: è stata occasione di presentare la nuova edizione delle consolidate IP sportive (***Madden NFL***, ***NHL***, ***NBA Live*** e l'immancabile ***Fifa***, quest'anno impreziosito dalla Champions League), e per rilanciare gli shooter, dal nuovo ***Battlefield***, ambientato stavolta nella seconda guerra mondiale, a un ***Battlefront II*** arricchito con nuovi contenuti. Se tutto questo risultava un po' telefonato, rimanevano due fronti su cui giocare la partita: l'attesissimo ***Anthem*** e "i conigli nel cilindro", quelle IP non annunciate sulle quali ogni volta i fan si aspettano di essere, se non accontentati, quantomeno un po' stupiti. Sul piano **BioWare**, nulla di cui lamentarsi: sul palco arrivano il general manager **Casey Hudson**, l'executive producer **Mark Darrah** e la lead writer **Cathleen Rootsaert**, tre importanti attori nello sviluppo del titolo, che hanno raccontato vari aspetti del development, approfondendo un'idea di setting narrativo che nelle sue fondamenta era

già stata condivisa con il pubblico, nonché le feature e alcune modalità di gioco. Sulla nuova IP sembrano credere molto da tempo sia il developer sia il publisher e, pur nutrendo alcune perplessità riguardo alcune modalità di gioco che potrebbero risultare già viste, e temendo abbastanza gli effetti negativi in fase di scrittura derivanti dalla fuoriuscita dal progetto di **Drew Karpyshyn** (già lead writer dei primi due ***Mass Effect***), la gestione tecnica e narrativa di un prodotto strutturato come *Anthem* dà non pochi motivi per continuare a seguire il progetto. Forse proprio a causa della grande attenzione a quella che è al momento l'IP di punta non si è rimasti del tutto soddisfatti in termini di nuove IP: se l'annuncio di ***Unravel 2***, forte di un'interessante modalità co-op, è salutato con entusiasmo, e se **Cornelia Geppert**, CEO e game designer di Jo-Mei Games, presenta con emozione un ***Sea of Solitude*** dal setting narrativo interessante, sul quale terremo gli occhi fissi, il resto appare un po' povero. Un ***Command & Conquer*** per mobile (denominato ***Rivals***) che ammicca forse troppo alle modalità di *Clash of Clans*, e la cui dimostrazione risulta priva di dinamismo, e un ***Star Wars Jedi: Fallen Order*** che sembra presenziare lì più per ragioni di brand che di sostanza. Nient'altro di rilevante da registrare in una conferenza in cui il CEO di EA, **Andrew Wilson**, risulta asettico e pubblicitario, freddo e puntuale, e nulla può la discreta conduzione di un'**Andrea Rene** che, pur non essendo evidentemente avvezza un pubblico di simile portata, se la cava comunque bene.

Si passa così alla seconda conferenza in ordine cronologico, una delle più attese, **quella di Microsoft**. Da tempo ci si chiede cosa bolle nella pentola di Redmond, considerando che i numeri nel mercato console vedono necessario il ripensamento della propria strategia commerciale. In questi ultimi anni, le conferenze del colosso di Xbox non sono state ritenute soddisfacenti, e un rilancio è quantomai urgente. Il 2018 segna probabilmente un cambio di passo, o quantomeno questo è il segnale che possiamo certamente registrare da una conferenza che oscilla tra la concretezza di certe IP e di alcune **azzeccate mosse di mercato**, e la fumosità di dichiarazione che hanno il brioso e artefatto sapore del disclaimer pubblicitario: bellissimo sentir parlare di un **team dedicato all'AI** e al **lavoro sulla nuova Xbox**, ma meglio non farsi abbagliare da ciò di cui non possiamo avere riscontri certi. Ottimo segnale invece è quello dell'**acquisizione di 5 nuovi studi**

che entrano a far parte dei **Microsoft Studios**, soprattutto **Ninja Theory**, promettente developer che ha mostrato la propria qualità in passato nei lavori su ***Devil May Cry*** e che si è in qualche modo consacrato con l' "indie AAA" ***Hellblade: Senua's Sacrifice*** e che adesso, con maggior risorse economiche, potrà rivelare il suo vero potenziale (nel bene e nel male). Bene anche la presenza di alcuni ospiti del calibro di **Chris Avellone**, che da narrative director spiega lo sviluppo di ***Dying Light 2***, il quale risulta molto interessante in termini di trama. Tirando le somme, quella Microsoft è globalmente la conferenza che impressiona di più, sia per gli ottimi segnali lanciati al mercato, sia per la massiccia presenza di titoli, fra esclusive e world premiere di multipiattaforma di vario genere.

Pur senza faville, la **conferenza Bethesda** qualche ora dopo regala comunque solidità, fra contenuti aggiuntivi (su tutti i DLC di ***Prey*** e ***Wolfenstein II***), nuovi titoli (ci si riferisce a ***Starfield***, il nuovo space RPG su cui la casa e in lavorazione) e nuovi capitoli di IP già presenti in catalogo: ***Doom Eternal*** e ***The Elder Scrolls VI*** sono due uscite molto ben accolte, ma gli occhi sono ovviamente tutti puntati su ***Fallout 76***, annunciato già nei giorni precedenti e che sta destando la maggiore curiosità di pubblico. Conferenza che quadra ma non stupisce.

Al contrario della **conferenza Devolver Digital**, che ci abitua ormai annualmente a veri e propri pezzi d'avanspettacolo condotti con gran ritmo e senso dello show dall'attrice Mahria Zook, qui nei panni di **Nina Struthers**. Fra parodie delle retroconsole e momenti di pura satira nei confronti delle lootbox, lo studio texano trova spazio per **tre nuovi annunci** nei 20 minuti scarsi di conferenza: l'open world ***SCUM***, la remaster di ***Metal Wolf Chaos XD*** e lo spettacolare shooter ***My Friend Pedro***, che a parere di chi scrive è uno dei più interessanti prodotti di questo E3.

Una conferenza forse meno stupefacente dello scorso anno, ma sempre dalla grande carica esplosiva (pur senza teste che saltano in aria come era stato nel 2017), agli antipodi della noia che ci serve su un piatto **Square Enix**: la casa giapponese riserva i suoi pezzi migliori (da ***Shadow of the Tomb Raider*** a ***Kingdom Hearts III*** passando per ***Just Cause 4*** e ***Nier: Automata***) alle altre conferenze, limitandosi a ripetere gli stessi trailer o ad arricchirli. Le piccole aggiunte a ***Final Fantasy XIV*** non bastano, così come il telefonatissimo undicesimo capitolo di ***Dragon Quest***. I migliori annunci risiedono certamente nell'interessantissimo ***The Quiet Man*** e in un ***Babylon's Fall*** di cui non vediamo l'ora di sapere di più, ma la mancanza di interventi (tra developer, creativi e board dell'azienda) si fa sentire, e di concreto rimane ben poco.

Concretezza che invece dimostra di possedere a grandi lettere **Ubisoft**, che sceglie una formula standard mantenuta per tutto l'incontro, fatta di un trailer iniziale seguito da un intervento di uno o due attori coinvolti nello sviluppo del titolo che spesso hanno modo di essere supportati da sequenze di gameplay: gli interventi di **Justin Farren** per ***Skull & Bones***, di **Elijah Wood** e **Benoit Richter** per ***Transference***, di **Jonathan Dumont** per ***Assassin's Creed Odyssey*** permettono uno sguardo più concreto e profondo sui titoli in lavorazione, il loro metterci la faccia è per certi versi rassicurant, ma soprattutto è un segno di grande serietà, che dà solidità anche a ***Beyond Good & Evil 2***, il quale, grazie alle spiegazioni dei due Brunier, si fa più tangibile nonostante la mancanza di gameplay.
C'è spazio anche per il DLC di ***Mario+Rabbids: Kingdom Battle***, un ***Donkey Kong Adventure*** che viene letteralmente suonato di **Grant Kirkhope** e dai Critical Hits che lo accompagnano, dopo un'introduzione di **Xavier Manzanares**. Pur non presente sul palco (ma presenti Soliani e Kirkhope per parlare delle musiche del gioco durante l'E3), il team di **Milano** si conferma elemento importante dell'universo Ubisoft, e c'è motivo di credere che questo sia solo l'inizio dell'ascesa di un team che ha meritato i riconoscimenti e le lodi caduti a pioggia nell'ultimo anno, riuscendo ad appagare anche la pretenziosissima Nintendo. Probabilmente è anche merito loro se, alla conferenza, Ubisoft ha potuto presentare Fox tra i personaggi della propria nuova IP, ***Starlink***.

Una conferenza che non ha troppi picchi verso l'alto, ma che di certo quadra in tutte le sue parti, e dove ogni team ci ha messo la faccia e ha condiviso il lavoro col pubblico.

Condivisione del lavoro che è invece forse quel che è mancato in una delle conferenze più attese: **Sony** si affida infatti a lunghi trailer per dar spazio principalmente a 4 esclusive: ***The Last of Us 2***, ***Ghost of Tsushima***, ***Death Stranding*** e ***Marvel's Spider-Man***. Titoli pregevolissimi — il primo presentato così bene da indurre il dubbio nel pubblico fosse ampiamente scriptato, anche se a un'attenta analisi è possibile confutare questa tesi: in gran parte il video non lo è, in realtà — ma ancora una volta lontani dall'essere accompagnati da una release date. Nessun membro del team di sviluppo a raccontarli, talvolta musicisti a introdurli. Curiosità a parte per nuovi titoli come ***Control*** o per il remake di ***Resident Evil 2*** (uno dei pochi ad essere accompagnato da una data d'uscita), Sony sembra voler dare al pubblico uno sguardo più approfondito delle sue esclusive di punta, offrendo scampoli di gameplay (meno che nel titolo di Kojima, nel quale si intravedono alcune fasi stealth, una di arrampicata e si intuisce la presenza di una componente shooter) ma non andando oltre, accontentandosi del minimo sindacale per non sfigurare.

Una parsimonia, quella di Sony, che contrasta con i **25 trailer** del **PC Gaming Show**, che, ad onta della sufficienza con il quale è guardato ogni anno, offre vari momenti interessanti: la conduttrice, la streamer **Frankie Ward**, riesce a mantenere un certo ritmo nelle due ore scarse che compongono lo show, ed è piacevole notare quanta varietà offra l'ambiente PC. Da avventure story-driven come il lovecraftiano ***The Sinking City***, ma anche ***Neo Cab*** e ***Night Call***, si passa a titoli dallo stile artistico affascinante come ***Sable*** o gestionali molto attesi come ***Two Point Hospital***. Ma il PC Gaming Show non è soltanto riservato alle produzioni indipendenti: c'è spazio anche per ***Hunt: Showdown***, FPS horror su cui è al lavoro **Crytek**, il super chiacchierato ***Star Citizen*** (giunto adesso l'alpha 3.2), ***Overkill's The Walking Dead***, ***Hitman 2*** (anche questo incomprensibilmente non inserito nella conferenza Square Enix) e vari titoli **SEGA**, dalle remastered di ***Shenmue***, a tre novità: ***Valkyria Chronicles 4***, e, per la prima volta su PC, ***Yakuza Kiwami*** e ***Yakuza Zero***, a conferma che l'amata serie nipponica ha ormai trovato una solida fanbase in Occidente. Rimane curiosità, infine, riguardo ***Ooblets***, nuovo lavoro della **Double Fine** di Tim Schafer, ed è solo un altro tassello che si aggiunge a una conferenza poco altisonante nelle forme ma molto interessante nei contenuti.

Si passa così all'ultima conferenza, quella della "vecchia signora" del mondo videoludico: **Nintendo** quest'anno sceglie di esserci, a differenza del 2017, annunciando la propria conferenza, che chiuderà il ciclo di quest'anno. Se la prima parte ha un buon ritmo alternando gli annunci di titoli terze parti (***Daemon X Machina*** e ***Overcooked 2*** fra gli altri) e prime parti (***Super Mario Party*** e ***Fire Emblem: Three Houses*** su tutti), la seconda si arena sul nuovo ***Super Smash Bros. Ultimate***, al quale viene dedicato un lungo deep dive nel quale si sviscerano scenari, personaggi e singole feature, risultando un po' fuori contesto rispetto alle altre conferenze basate soprattutto sulla varietà di contenuti: l'approfondimento di un singolo titolo non è probabilmente il momento migliore per accattivare un pubblico con aspettative di reveal e sorprese last minute.

Poche sorprese eclatanti, ma a guardar bene i titoli interessanti non mancano: **EA** non stupisce, ma *Sea of Solitude* solletica la curiosità, **Microsoft** lancia alcune l'amo di alcune esclusive classiche, ma come detto non è quello il fulcro della conferenza. Probabilmente i titoli più interessanti sono stati presentati durante il **PC Gaming Show**, considerando che **Sony** persevera nella propria politica di dar un assaggio dei propri first party senza accompagnarli a date di rilascio mentre Square Enix non offre alcuna novità di riguardo e Nintendo preferisce l'approfondimento. Anche **Devolver Digital** riesce a incuriosire, in relazione al breve tempo del proprio show, e questo ci conferma forse quanto il mondo indie sia ancora una fucina di creatività nel mondo videoludico. Questo senza sminuire le grandi case: **Bethesda** annuncia comunque dei buoni contenuti speciali, ma soprattutto un altro *Doom*, dopo un primo reboot di buona qualità, e una nuova IP, mentre **Ubisoft**, pur avendo già annunciato gran parte dei titoli mostrati, li approfondisce intelligentemente, trovando il tempo per annunciare anche un'altra collaborazione con Nintendo.
Quali **strategie** daranno buoni frutti sarà il tempo a dirlo. Nel frattempo potremmo anche provare a fare una classifica in relazione a quanto mostrato, mettendo alla base non valutazioni in merito alla bontà dei prodotti (senza una prova dei quali ogni giudizio va sospeso) quanto in relazione al valore aggiunto delle conferenze e quindi riguardo la forza e l'efficacia del messaggio lanciato, non considerando il "fumo" derivante dall'applicazione di pure strategie di marketing ma soprattutto la concretezza di certe dimostrazioni, la volontà di dare un messaggio chiaro ai giocatori e l'effettiva prospettiva di star lavorando per loro, senza voler abbagliare nessuno.

A valutare le sensazioni lasciate da ogni show, ma soprattutto quanto concretamente posso aver tratto dai contenuti mostrati in termini di strategie di mercato e lavoro dietro le quinte, ordinerei le conferenze come segue:

1. **Microsoft**: tanti trailer, fra esclusive e multipiattaforma, per mostrare che a Redmond non interessano soltanto i titoli first party, ma non sottovalutandoli, come dimostrano le acquisizioni di ottimi studios. Buoni anche gli intenti sull'AI, anche se poca concretezza da quel punto di vista. A ogni modo, Microsoft è più viva che mai, e pare pronta già alla guerra della prossima generazione.
2. **Ubisoft**: tanti trailer, tanto contenuto e tante testimonianze per una conferenza solidissima, dove anche i titoli senza release date prendono forma concreta, grazie a team member che ci mettono la faccia e danno uno spaccato del lavoro dietro a ogni IP.
3. **PC Gaming Show**: L'avreste mai detto, di trovarlo sul podio? Ebbene sì: le più interessanti novità escono fuori proprio da questa conferenza, che non dà spazio solo a indie interessantissimi (segnatevi quelli nominati sopra) ma mette in luce anche IP come *Hunt: Showdown* (titolo importantissimo per Crytek, dopo prestazioni di mercato non esaltanti negli ultimi anni) ma soprattutto *Hitman 2*. Vi pare poco?
4. **Devolver Digital**: A loro ormai quasi piace vincere facile: con uno show sopra le righe, parodistico, un po' paraculo (fanno satira su un settore di cui non sono totalmente avulsi alle logiche) puntano dritti all'engagement e propongono pochi titoli ma di evidente interesse. Un garanzia.
5. **Bethesda**: lo dicevamo prima, la solidità premia: anche qui poche IP ma tutte ben calibrate, dal nuovo RPG *Starfield* a nuovi capitoli di *Doom* e *The Elder Scrolls*, oltre al già annunciato *Fallout*. Certo, si poteva fare di più, ma da un lato va bene così.
6. **Sony**: Manca molto la concretezza, vi è un'evidente volontà di "far melina", puntando su hype forti, ad alto potenziale di hype, delle quali però si vede ancora poco. Perché di *Spider-Man* un gameplay allo scorso E3 lo avevamo già, e questo nuovo trailer non aggiunge proprio tantissimo. Ciononostante, apprezzatissimi i trailer, il lavoro è di ottima fattura, siamo contenti anche dell'ennesima riproposizione restaurata di un classico, *Resident Evil 2*, ma qui un po' di

concretezza è mancata.

7. **Electronic Arts**: Di certo non è andata male. Occhi puntati su *Anthem*, con il team che non lesina spiegazioni su lore e meccaniche, ma poco altro. Solite IP annuali, un *Command & Conquer* che a oggi pare ricalcare un po' troppo alcuni classici free-to-play mobile di successo e due nuovi titoli che forse non bastano a distinguersi dagli altri.
8. **Nintendo**: Si parte benissimo, si finisce morti di noia: va bene l'importanza di *Super Smash Bros. Ultimate*, ma lo spiegone di una cinquantina di character, e feature, e luoghi e dettagli vari poteva trovare miglior collocazione. Nel corso di una conferenza all'E3 diventa un tecnicismo inadatto e che uccide il ritmo di chi vuole invece un'overview, più consona al contesto.
9. **Square Enix**: Conferenza spoglia, i trailer migliori sono già affidati ad altre conferenze, a volte sembra di assistere a dei piatti highlights, ci si dimentica presto dell'approfondimento iniziale su *Shadow of the Tomb Raider* e si finisce col chiedersi, a posteriori, perché riservare *Hitman 2* alla conferenza meno seguita dell'E3. Inspiegabile.

Speciale E3: la conferenza EA

L'**E3 2018** ha finalmente aperto i battenti e a dare il benvenuto è stata **Electronic Arts** con il suo **EA Play**, una conferenza però, meno scoppiettante del previsto, con una cattiva gestione dei tempi e scelte comunicative poco azzeccate. Ma andiamo con ordine.

Ad aprire le danze è stato il nuovo ***Battlefield V***, che dopo la presentazione di poche settimane fa, in cui si è visto davvero poco, non è andata meglio durante l'EA Play: il *general manager* di DICE **Oskar Gabrielson** e il *senior producer* **Lars Gustavsson**, hanno illustrato brevemente le nuove feature del titolo, come l'ampia distruttibilità degli scenari in più stadi, saltare attraverso le finestre per sorprendere i nemici, la conferma della **mancanza di *loot box* e *premium pass*** e soprattutto, la **presenza della Battle Royale**, un feature richiesta dai fan ma che purtroppo non è stata mostrata.
Piccolo focus anche sulla campagna single player, dedicata a uomini e donne che con coraggio si sono opposti alle atrocità della Seconda Guerra Mondiale.
Per vedere del gameplay appuntamento stasera alla conferenza Microsoft, che ovviamente seguiremo in diretta dalle 21:30.

Un trailer d'impatto, accompagnato dall'arrangiamento della celeberrima OST della Champion's League a cura di **Hans Zimmer**, ci ha introdotto alla presentazione ufficiale di ***FIFA 19***, calcistico annuale che da quest'anno potrà vantare le tanto agoniate licenze U.E.F.A., comprese **Europa League** e **Super Cup**.
La massima competizione tra club europei sarà il fulcro dell'esperienza, a cominciare dalla modalità

Il Viaggio che vedrà Alex Hunter toccare con mano il palcoscenico più prestigioso. Anche l'**Ultimate Team** avrà feature collegate alla nuova licenza ma come non ci è dato ancora saperlo. Abbiamo però una data d'uscita, il **28 settembre**, quasi un mese dopo il suo rivale *PES 2019*.
Poichè il Mondiale di Calcio è ormai prossimo, EA ha pensato bene di promuovere il suo DLC gratuito dedicato al trofeo più importante al mondo, dando modo a tutti gli utenti di provare una versione demo di ***FIFA 18*** e il contenuto aggiuntivo ***World Cup***, su PlayStation 4, Xbox One e PC.

Spazio anche a **Origin Access Premiere**, una sorta di Game Pass che porterà tutti i titoli EA all'interno del pacchetto a cominciare da *Madden NFL 19*, che dopo 11 anni tornerà su PC, assieme a *Battlefield V*, *FIFA 19* e *Anthem*. Inoltre si avrà a disposizione l'intera libreria del **Vault** che conta ormai decine di titoli, provenienti da Electronic Arts e altri pubblisher. Il lancio è previsto per fine estate di quest'anno.

A un certo punto, la presentatrice della conferenza **Andrea Rene**, si è seduta accanto a **Vince Zampella** di **Respawn Entertainment**, che ha preso le redini del progetto *Star Wars* sviluppato a suo tempo da **Visceral Games**. Nel punto più strano e basso della conferenza veniamo a scoprire il titolo della nuova IP: ***Star Wars: Jedi Fallen Order***. Del gioco non si sa ancora molto ed è probabile che i progetti siano ancora in fase preliminare. L'unica cosa certa è che impersoneremo uno Jedi, armato come da tradizione dalla sua inseparabile spada laser, ambientato durante lo sterminio dei Jedi da parte dell'Impero, collocabile tra Episodio III ed Episodio IV. Svelato anche il periodo d'uscita, **per la fine del 2019**. Ma ci fidiamo?
Ma *Star Wars* è anche ***Battlefront II***, che nonostante le numerose critiche, per lo più rivolte alla gestione delle microtransazioni, ha continuato a esser discretamente supportato, fino all'annuncio di un nuovo pacchetto presentato dal design director di DICE **Dennis Brännvall**. Il nuovo aggiornamento prevede un sistema a squadre per giocare più facilmente con i propri amici. Un'altra aggiunta è la **modalità Caccia Stellari**, in cui potremo salire a bordo delle astronavi più iconiche della saga, tra inseguimenti e battaglie aeree. Ma l'aggiunta più importanete è l'introduzione di personaggi, mappe e mezzi provenienti dalla **Guerra dei Cloni**, periodo storico dell'universo *Star Wars* richiesto a gran voce dai fan. Questa espansione conterrà la mappa più grande mai creata del franchise su **pianeta Geonosis** ed eroi come il **Generale Grievous**, **Obi-Wan Kenobi**, il **Conte Dooku** e un giovane **Anakin Skywalker**.

Annunciato, e già disponibile all'acquisto ***Unravel Two***, un'evoluzione di quanto visto nel suo prequel. Non saremo più soli, ma accompagnati da un nostro simile che potrà essere guidato con la levetta analogica destra – simil *Trine* – oppure, permetterà un vero e proprio co-op, in cui due giocatori dovranno coordinarsi per poter salvare "la lana".
Un altro indie interessante a cura di un nuovo piccolo team di Berlino, **Jo-Mei**, è ***Sea of Solitude***, un gioco che punta a mostrare come le persona possano vivere diversi tipi di solitudine e come questa venga vista dai propri amici o familiari, in un contesto post-apocalittico in cui l'umanità, per qualche ragione ancora ignota, ha cominciato a trasformarsi in qualcosa simile a bestie. Arriverà nel

2019.

Dopo un piccolo spazio dedicato al mobile ***Command & Conquer Rivals***, ampio spazio è stato dedicato ad ***Anthem***. Il titolo di punta di Electronic Arts, che arriverà il **22 Febbraio** del prossimo anno, è un gioco complesso, sia dal punto di vista del gameplay che narrativo. Sotto la supervisione di **Bioware**, la storia potrà prendere diversi percorsi, creando legami a cui il giocatore potrà interfacciarsi, sentendosi parte integrante della storyline. Confermati meteo dinamico e ciclo giorno/notte e un mondo mutevole, che cambierà anche attraverso le nostre azioni. Oltre al focus sul single player spazio anche al multiplayer in forma di MMO, in una struttura simile a *Destiny* e *The Division*. Colpisce dal punto di vista tecnico e nell'uso delle exo-suit denominate Javelin, intercambiabili a discrezione dell'utente.

Con ***Anthem*** quindi si è conclusa una conferenza per certi versi strana, capace di intrattenere per la maggior parte del tempo ma povera di contenuto. Strane scelte hanno portato a non veder nulla di ***Battlefield V***, spostando il tutto alla conferenza Microsoft, e ***FIFA 19***, limitato alla presentazione della Champion's League. Inspiegabile il trattamento riservato al nuovo ***Star Wars*** di **Respawn Entertainment**, un titolo che ha evidenti problemi di sviluppo ma annunciato quasi con svogliatezza, senza nemmeno il logo ufficiale. Tanto spazio anche al mobile, ma che, in una conferenza dell'E3 non è quello che i fan seguono con attenzione.
Sono mancati i cosiddetti "botti"; nessun nuovo blockbuster tripla AAA e nessuna novità in grado di far sognare. Insomma, si spera che questa sera Microsoft alzi un po' il tiro.

FIFA 19: cosa aspettarci dal nuovo titolo EA?

Ogni anno, durante le fasi finali di campionati e coppe, comincia a delinearsi un altro scontro importante, combattutto sin dall'alba dei tempi dai due calcistici per eccellenza: ***FIFA*** e ***Pro Evolution Soccer***. Oggi ci occuperemo di analizzare il titolo EA che, nonostante manchi ancora di presentazione ufficiale – come invece accaduto per il rivale made in Konami – i rumor cominciano a essere insistenti, soprattutto per una licenza in particolare, che potrebbe segnare molto prima del previsto il vincitore di questa stagione calcistica digitale.

L’urlo dei campioni

Partiamo proprio da qui, da quella **Champion’s** ed **Europa League** che tanto si accosta al nuovo ***FIFA 19***. Di ufficiale non vi è ancora nulla, sia ben chiaro, ma se tre indizi fanno una prova, allora la probabilità di vedere la coppa per club più prestigiosa al mondo tra i menu del titolo Electronic Arts si avvicina alla certezza.
Sappiamo già che il contratto che lega le competizioni UEFA a Konami scadrà non appena una tra **Real Madrid** e **Liverpool** alzerà la “coppa dalle grandi orecchie”, ma è chiaro che i giochi siano stati già decisi. Del resto una licenza così importante non può essere acquisita nel giro di qualche settimana.
Ecco quindi che, se tutto andrà come previsto, con una presentazione in grande stile all’**E3 di Los Angeles**, *FIFA 19* potrà vantare la più grande esperienza calcistica mai vista su console e PC, contando, oltre già le numerose licenze di squadre e campionati in possesso, anche il torneo più prestigioso. L’implemetanzione di tale feature permetterebbe infatti in aumentare ancor di più il coinvolgimento nelle numerose modalità presenti: pensate alla terza stagione del **Viaggio di Alex Hunter**, pronto a solcare anche il palcoscenico della UEFA Champion’s League, o le varie trasposizioni della modalità carriera che, oltre ad avere miglioramenti generali, vanterebbe una resa indubbiamente migliore, facendo vivere la stagione dei sogni al proprio club.
Insomma, l’entrata in scena di questi due tornei, oltre alla **UEFA Super Cup** che vedrà scontrarsi la vincitrice della Champion’s League e la vincitrice dell’Europa League, porterebbe, oltre a un evidente aumento del “contorno”, anche un’ulteriore varietà nei già innumerevoli contenuti del titolo EA, e vivere il sogno di realizzare un vero Triplete.
Del **F.U.T.** ci occuperemo più avanti, ma l’implementazione delle nuove licenze potrebbe portare una ventata di aria nuova, con tornei appositi e nuove feature da abbinare ai nostri campioni.

L’abito non fa il monaco

Fin qui tutto interesante ma un gioco di calcio deve innanzitutto divertire e appagare. Lo scontro tra i due colossi non è più accessa come qualche anno fa e l’evoluzione del gameplay ne ha risentito. Certo, l’entrata in scena di nuovi motori grafici quali **Fox Engine** e **Frostbite**, hanno permesso numerose migliorie, soprattuto dal punto di vista “fisico”.
Siamo al terzo anno nell’uso del motore **DICE** nel calcistico EA ed è evindente che molti si aspettino il vero salto di qualità: *FIFA 17* e *18* potrebbero essere solo stati un assaggio di quel che il *19* si appresta a presentaci, contando soprattutto su una maggiore esperienza e su console più performanti quali **PS4 Pro** e **Xbox One X**. L’anno scorso, si è spinto molto sulla differenziazione di calciatori e squadre più importanti, con movenze e tattiche distinte in grado di far riconoscere al volo le caratteristiche del proprio avversario e approcciarci di conseguenza. Queste, sono risultate però meno incisive del previsto, soprattutto con i successivi aggiornamenti che, in base ai suggerimenti – un modo educato per dire feroci lamentele – da parte degli utenti, hanno un po’ appiattito il tutto, influenzando sopratttuto la velocità della manovra. Ma l’idea, sviluppata già da Konami con *PES 2015*, è assolutamente da portare avanti e su più squadre e calciatori, soprattutto nella nostra **Serie A**.
Nonostante sia uno dei campionati più importanti al mondo, il nostro torneo è stato sempre un po’ snobbato, un po’ per colpa nostra – ovvero la FIGC –, un po’ per la mancanza di stadi di proprietà per la maggior parte e per quella mancanza di appeal che la Serie A ha perso da qualche anno a questa parte. Qualche stadio in più dunque, oltre ai classici **San Siro**, **Olimpico** e **Allianz Stadium** sarebbe ben gradito, realizzando almeno il **Marassi** di Sampdoria e Genoa e la **Dacia Arena** dell’Udinese, un vero gioiellino da questo punto di vista. Inoltre, rimane la questione annosa della riproduzione dei volti dei calciatori nostrani, lasciata troppo in disparte, anche per calcatori con notorietà mondiale.
Da questo punto di vista, dalla scorsa edizione, EA ha sviluppato un **nuovo sistema di scan 3D dei volti**, che oltre a renderne più precisa e realistica la realizzazione, ha anche velocizzato il processo. l’uso di questo nuovo tipo di scansione è stato sicuramente ampliato per ***FIFA 19***, sperando che non sia stato trascurato il nostro campionato.
Per questa nuova e auspicata resa della Serie A, è necessario anche un netto miglioramento del commento del duo **Pardo-Nava**. Il problema principale, riscontrabile un po’ da tutti, è il numero di frasi ma soprattutto la lettura del copione, accentuato fin troppo dall’ex difensore del Milan. Il commento inglese, affidato a **Martin Tyler** e **Alan Smith**, probabilmente rimarrà inarrivabile, soprattutto perché vario e naturale. “Andare a braccetto”, cosa che a Pardo riesce più che bene, porterebbe quella ventata di freschezza alle partite, rendendole più reali anche da un punto di vista sonoro.

Il pallone è nostro amico

Infine, addentriamoci nel rettangolo di gioco e nell'**Ultimate Team**. *FIFA* è costantemente aggiornato ma alcune criticità permangono. Non ci addentreremo in leggende metropolitane e complotti come il ***momentum***, che segnerebbe le partite in maniera del tutto arbitraria, falsando il gioco. Basterebbe ragionare un attimo per capire che tale meccanica sia frutto della fantasia di Adam Kadmon; del resto, se tutto fosse vero, non si spiegherebbe come molti utenti riescano a vincere centinaia di partite semplicemente impegnandosi. Ma andiamo avanti.
La caratteristica più riuscita è sicuramente la totale libertà di movimento permessa al giocatore, affinata costantemente durante il corso degli anni e che ha visto ulteriori implementazioni, come difesa tattica e la maggiore precisione sul tocco palla. Ma proprio il pallone o meglio, la sua fisica, è quella che ha impressionato meno negli ultimi anni, risultando molto al di sotto come resa rispetto al suo rivale. Probalmente è necessario restiuire **maggiori feedback dalla sfera**, dal suo peso e magari uno studio approfondito sui suoi movimenti, soprattutto sulla sua dinamica, influenzata magari dall'**Effetto Magnus**. Resta inoltre la **questione velocità di gioco**, sempre molto elevata – per noi italiani sicuramente troppo – anche nei minuti finali di partita. ***PES 2019*** porterà novità da questo punto di vista, rendendo la fatica estremamente visibile, influenzando dunque le capacità di calciatori e squadre nell'imbastire nuove azioni. Se anche ***FIFA*** riuscisse nell'intento, porterebbe quel realismo in più che ogni tanto viene meno, restituendo partite ancor più varie e, in un certo senso, tattiche.
Ma veniamo al **F.U.T.**, vera pietra miliare del calcistico EA. Tralasciando le polemiche sulle ***loot box*** – probabile che aggiusteranno il tiro da questo punto di vista –, sarebbe ora che si implementasse **maggiore personalizzazione del proprio team**, a cominciare da un **editor di maglie e loghi**. Il senso dell'Ultimate Team è proprio questo, realizzare la squadra dei propri sogni e tutto ciò che ne consegue ma, in fin dei conti, l'appartenenza verso la propria squadra decade quando dobbiamo scegliere kit e loghi di squadre già esistenti. Importare o editare noi stessi, con appositi strumenti,

ciò che ci rappresente sarebbe la “trovata” definitiva per una delle modalità più giocate al mondo: lo scontro non solo di calciatori digitali ma anche di ideogie e creatività, rendendo gli avversari ancora più umani.

Manca poco dunque alla presentazione ufficiale. La presenza di **UEFA Champion’s League** e **UEFA Europa League** potrebbe realizzare il sogno di molti utenti e segnare già l’andamento di mercato per quanto riguarda i calcistici.
Konami di certo non starà a guardare e l’anticipo della data di lancio al **30 Agosto** del suo ***PES 2019*** mostra la volglia del team giapponese di dare battaglia fino alla fine, magari evitando di rimanere bloccato “al confine”. Ma questo, lo vedremo al prossimo articolo.

Battlefield V includerà la campagna single player

Nuovi dettagli ci attendono in vista dell’uscita dell’FPS principale di **Electronic Arts,** la cui software house, ha rivelato la presenza di una avvincente campagna in **single-player**, che sembra seguire lo stile già introdotto in ***Battlefield 1***, mirando alle battaglie su vasta scala. Al contrario della serie ***Battlefield***, il suo concorrente ***Call Of Duty***, sembra aver tralasciato, almeno per ***Call of Duty: Black Ops 4***, la modalità in single-player, ma **DICE** ed **EA** non sembrano condividere l’idea. Il **CEO EA**, **Andrew Wilson**, ha dichiarato a proposito:

> **«Con il nostro prossimo *Battlefield*, il team di DICE sta dando vita all'intensità del combattimento in modi totalmente nuovi e inaspettati. Ogni battaglia è unica e ogni modalità porta le sue sfide, dal modo in cui interagisci con l'ambiente intorno a te, ad avvincenti storie per single-player, al multiplayer su larga scala che si estende su più mappe e modalità. »**

Questo titolo, che secondo alcune fonti si ambienterebbe all'interno dei maggiori conflitti della Seconda Guerra Mondiale, dovrebbe includere (anche se non si hanno conferme ufficiali) una modalità **Battle Royale**, seguendo dunque la moda del momento. Non ci resta che aspettare le novità che verranno sicuramente annunciate all'**E3 2018** che si terrà il 9 giugno.

Chris Hecker ci racconta il suo SpyParty

Chris Hecker, programmatore di videogame statunitense, ha da qualche settimana lanciato l'**Early Access** del suo ultimo titolo, ***SpyParty***, multiplayer indie in cui il personaggio che interpreta la spia deve finire il maggior numero di missioni e non essere ucciso da un cecchino; al contrario il cecchino deve uccidere la spia con un solo proiettile, visto che si mimetizzerà tra le **IA** del gioco. Quando **Hecker** cominciò a lavorare a ***SpyParty***, era ingegnere e designer presso **Electronic Arts**; il suo progetto era quello di risparmiare denaro per lo sviluppo del titolo indie ma purtroppo una serie di finanziamenti lo costrinsero ad accelerare i tempi del suo distacco, a tal punto che questi tagli al personale lo convinsero a vendere l'accesso della beta al titolo per 15$ (circa €12,50) per auto-finanziarne lo sviluppo. Cosi, nonostante le 24.000 copie vendute, in poco tempo tutti i risparmi messi da parte da **Hecker** terminarono presto. Per giustificare i tempi di sviluppo (circa 10 anni) Hecker ha dichiarato:

> **«Mi prendo molto tempo quando faccio le cose, ma solamente perché mi piace farle per bene. Il mio motto 'Consegnare il lavoro in ritardo rende i producer nervosi, ma ciò vuol dire che il lavoro è stato fatto per bene.'»**

Hecker ha poi continuato dicendo di aver dedicato del tempo alla sua famiglia e alla salute, evitando di diventare uno dei tanti sviluppatori che non si sono più ripresi. In seguito ha dichiarato che lo sviluppo del titolo ha avuto bisogno di molto tempo. Dal suo concepimento a oggi, sono cambiate tante cose in ambito videoludico, i giocatori sono diventati molto più abili, e quindi si è dovuto implementare qualcosa di nuovo di volta in volta. **Hecker** racconta di essere rimasto colpito quando ha visto evolvere le tattiche di gioco: ad esempio, un giocatore ha notato come la spia non parlasse mai per primo in una conversazione, temendo che fosse troppo scontato ed evidente, cosi i cecchini hanno cominciato a essere sospettosi nei confronti di chi non iniziava a parlare subito e, una volta che la spia avrebbe capito la strategia, avrebbe preso parte alle conversazioni più facilmente, confondendo la strategia nemica.

Cosi Hecker ha dovuto passare molto tempo per lo sviluppo del titolo, in particolare per una funzione, quella di poter rivedere un replay della partita, con punti di vista differenti da quello del cecchino, in modo che qualora una spia fallisse può tornare a vedere il replay e capire quale comportamento lo contrassegnasse come sospetto. A sua volta, anche il cecchino può effettuare gli stessi controlli e capire quali comportamenti l'hanno portato al fallimento. Oltre questa funzione, i giocatori possono cercare replay di altri giocatori, per studiare le loro strategie di gioco e adottarle, incrementando la competitività tra le spie e i cecchini. Si può facilmente notare che dal punto di vista degli e-sport, **Hecker** non ha speso molto tempo, in quanto come dichiarato dallo stesso:

> **«Ci sono tantissime grandi aziende che cercano di imporre i loro titoli negli e-sport, molto spesso spendendo parecchio budget. *Counter-Strike* non è diventato e-sport perché Valve ha investito molto denaro, semplicemente lo è diventato perché è stato sviluppato bene, e il pubblico lo ha scelto come per questo.»**

Hecker spera che al lancio, i 24.000 sostenitori di ***SpyParty***, siano pronti ad aiutare i nuovi giocatori, prevedendo una formazione di una community Steam matura. Così Chris Hecker vede quattro possibilità per il lancio del suo titolo: la prima è che al lancio il gioco vada bene ma abbia dei problemi di server da affrontare in seguito; nella seconda si ha un'inizio più o meno roseo ma con il bisogno di sviluppo aggiuntivo; la terza possibilità prevede un lancio tenue e uno sviluppo post-lancio, come ***Rainbow Six Siege*** o ***Subnautica*** mentre nella quarta e ultima possibilità i 24.000 sostenitori del titolo siano gli unici ad acquistarlo. Indipendentemente da come andrà il lancio, **Hecker**, si è detto soddisfatto del lavoro compiuto

Per il futuro Hecker si augura un progetto più piccolo e più breve, tuttavia non ci sarà un abbandono del titolo, che verrà comunque implementato in tutte le sue sezioni con numerose modalità spie/cecchini e funzioni replay.

Brothers: A Tale of Two Sons

C'era una volta un regista, esordirebbe questo scritto se fosse una fiaba. Ma questo scritto parla di una fiaba, e tutto sommato quest'incipit può andar bene.
C'era una volta un regista, che girava film indipendenti di buona fattura. Un giorno, nel 2010, venne chiamato da una scuola di **Örebro** – cittadina svedese che accolse dal Libano la sua famiglia quando aveva soltanto 10 anni – per tenere una lezione in un corso di game design, parlando dalla prospettiva del filmmaker. La lezione ebbe successo, al punto che gli fu chiesto se non volesse cimentarsi ad abbozzare un videogame. Poteva essere un buon passatempo prima del sesto film, un *Balls* che aveva avuto un'accoglienza più tiepida rispetto a opere come ***Jalla! Jalla!*** o ***Zozo.***
Fu così che, in breve tempo, prese forma un mondo fantastico dai contorni immaginifici, sospeso tra l'immaginario dei fratelli Grimm e la mitologia scandinava.
Come ogni fiaba che si rispetti, anche questa non manca di un lieto fine, e fu così che l'idea di ***Brothers: A Tale of Two Sons***, dopo alcuni dinieghi, venne sposata e sviluppata da **Starbreeze Studios**, per poi trovare distribuzione sul mercato nell'agosto 2013 grazie al publisher nostrano **505 Games**.
A pochi giorni dall'uscita della seconda opera di Fares, il cooperativo ***A Way Out,*** rispolveriamo una storia dalle forti emozioni e che offre al giocatore, oltre a un gameplay unico, un viaggio per molti versi difficile da dimenticare sul piano visivo.

Padri e figli

Ogni fiaba che si rispetti riserva ai propri protagonisti un sentiero da percorrere.
La storia di ***Brothers*** inizia all'**ombra di un albero**, su un costone di roccia a strapiombo sul mare, con un ragazzino in ginocchio dinanzi a una lapide. Il sospetto che si tratti della tomba della madre trova immediata conferma grazie a un flashback nel quale vediamo la donna annegare in mare, scivolando da una barca durante una tempesta, mentre il ragazzo tenta invano di salvarla. Da quel momento, il piccolo **Naiee** svilupperà un **enorme terrore dell'acqua**, e potrà immergersi soltanto aggrappandosi alle salde spalle del fratello maggiore, **Naia**, con il quale intraprenderà ben presto un incredibile viaggio. I due, infatti – ed è qui che il gioco ha veramente inizio – si troveranno sin da subito a dover portare il **padre dal medico del villaggio**, che gli diagnosticherà un terribile male, curabile soltanto dalle acque raccolte nel cuore dell'**Albero della Vita** che si trova dalla parte opposta del regno.

In cooperare in single player

Fin dai primi passi, il giocatore si ritroverà dinanzi a un **sistema di controlli** totalmente inedito: il tragitto che va dal punto di partenza alla casa del medico è un buon momento per familiarizzare infatti con un sistema che ci permette di governare i due fratelli **contemporaneamente sullo stesso pad, ma separatamente con i due stick analogici**. Con lo **stick destro** controlleremo il giovane **Naiee**, mentre il **sinistro** ci permetterà di direzionare **Naia**. L'operazione all'inizio difficilmente risulterà agevole, specie se si vuol andare avanti spediti: i giochi ci hanno abituato a focalizzarci sul **controllo di un singolo personaggio**, con il quale al massimo ci rapportiamo ai vari NPC e alle intelligenze artificiali, anche in termini cooperativi. Qui dovremo costringerci a **scindere abilmente il pensiero**, sincronizzando i movimenti per superare i singoli puzzle: ci sarà la necessità di sollevare oggetti pesanti in due, bisognerà muoversi in modo da trasportarli aggirando gli ostacoli, si incontreranno puzzle dove sarà richiesto effettuare **in sincrono** movimenti totalmente diversi. In tal senso ***Brothers: A Tale of Two Sons*** **rappresenta un'esperienza musicale**: è come imparare un giro d'accordi su un nuovo strumento, la coordinazione fra mano destra e mano sinistra aumenta con la pratica, e il risultato si fa sempre più armonico.
Parimenti, prenderemo confidenza con le singole caratteristiche dei due fratelli e impareremo a sfruttarle nei singoli puzzle in cui incapperemo: **il più grande è più alto, più forte, può nuotare** (e trasportare il fratellino sulle spalle) e **interagire meglio con gli adulti**, mentre **il minore può adattarsi agli spazi stretti** (dove spesso l'altro non passa) e ha **maggior empatia con bambini e animali**. Muoversi in questa maniera non risulterà complesso, a lungo andare, ma bisogna concedere alla mente il giusto tempo per abituarsi, avere un approccio paziente soprattutto quando, credendo di aver ormai il controllo della situazione, ci si potrebbe trovare a mischiare i comandi e a doverne rapidamente tirare le fila.
Da questo punto di vista, ***Brothers: A Tale of Two Sons*** **è un vero gioiellino, con un sistema di controlli altamente gestibile, efficiente ed efficace**, che fanno gioco a vari **puzzle dalle meccaniche elaborate**, raramente di difficile risoluzione, ma che mettono alla prova il giocatore in termini di abilità.

Grammelot

Quel che rende straordinario il **control system** non è soltanto l'aspetto riguardante la gestione dei personaggi nella loro interazione con gli ambienti e nei singoli puzzle. I controlli qui sono una **forma di linguaggio**, prendere confidenza con la gestione dei personaggi ci mette in relazione diretta con i due fratelli, è il primo mezzo per instaurare un rapporto sinergico tra i character e sentirne anche noi l'affetto, gli attriti, le tensioni, le emozioni. Il **legame** in tutta la sua profondità, insomma. Un meccanismo fondamentale in un titolo sostanzialmente **privo di dialoghi**. O meglio, i dialoghi fra i personaggi ci sono, ma non fanno riferimento ad alcun linguaggio codificato o conosciuto. Quel che vediamo nella *mise-en-scene* di *Brothers: A Tale of Two Sons* è un vero e proprio **grammelot**: né voci, né linee di testo, nessun sottotitolo, solo il **teatro dei gesti**, della mimica e dei versi inscenato in un vasto palcoscenico fiabesco, dove tutto risulta miracolosamente comprensibile, dai dialoghi fra i due fratelli a quelli con i vari NPC che incontreremo nel percorso. Intuiremo i dissapori con un dispettoso ragazzo del villaggio, l'amarezza di un troll a cui è stata rapita la compagna, fino ai momenti di emozione più intensa che si scopriranno nel corso di questo straordinario racconto odeporico.

Echi norreni

Dal punto di vista visivo, non si può non ammirare lo straordinario lavoro del Concept Artist e illustratore **Bradley Wright**, che restituisce su schermo scenari che sembrano presi a piene mani dai **fratelli Grimm in una fantasmagoria di fogliame dai colori tenui, ruscelli abbacinanti, alte vette e orizzonti lontani**.
È un libro di fiabe illustrato che prende vita, *Brothers*, e il suo impatto su schermo è

straordinario, con una **policromia ben dosata** che si stende in immagini eleganti e quiete come un'acquarello; anche nei paesaggi più crudi, dove si rappresenta la **ferocia della guerra e dove regnano ormai soltanto morte e silenzio**, il tratto dei disegni tende a deformare ogni evento tragico sotto la lente lenitiva del fiabesco, con un effetto di lieve straniamento nei confronti di tutto quel che vediamo.
L'**art-style** è straordinario sotto molti aspetti, e ci rende facile passare sopra alcuni dettagli tecnici poco curati e certamente perfettibili: del resto è il **comparto artistico** qui a farla da padrona, e non quello strettamente tecnico.
A far da appropriato corredo alle immagini del gioco è certamente la **colonna sonora** di **Gustaf Grefberg** che non risulta mai fuori luogo, ed è anzi **curatissima nella sua orchestralità**, ma che alla lunga può risultare a tratti monotona nel ripetersi dei principali leitmotiv e nell'eccessivo indugiare su un certo lirismo che dovrebbe invece rappresentare un suo punto di forza. Il **comparto musicale** ha certamente una sua solidità e supporta egregiamente il divenire della storia, ma all'ascolto solitario non riesce a risultare incisivo nonostante sia certamente ben elaborato.

La perdita, la crescita, la vita

Come tutte le grandi fiabe, *Brothers: A tale of Two Sons* tratta argomenti importanti attraverso un racconto dai contorni quasi infantili. Ma chi ha letto le storie dei Grimm o di Andersen sa bene che dietro a quel fiabesco stava anche un mondo per niente confortevole, con finali spesso tutt'altro che lieti.
Brothers non fa eccezione in tal senso, ma un finale tutt'altro che lieto non è affatto casuale né a effetto, contribuendo invece alla funzione formativa della fiaba.
Come scrive lo psicanalista austriaco **Bruno Bettelheim** nel suo ***Il mondo incantato. Uso, importanza e significati psicoanalitici delle fiabe***:

> **«Soltanto uscendo nel mondo l'eroe della fiaba (il bambino) può trovare se stesso; e quando trova se stesso trova anche l'altra persona con cui potrà vivere felice per il resto dei suoi giorni, cioè senza dover più provare l'angoscia di separazione. La fiaba è orientata verso il futuro e guida il bambino. La fiaba è orientata verso il futuro e guida il bambino — in termini che egli può comprendere sia nella sua mente conscia, sia in quella inconscia — aiutandolo ad abbandonare i suoi desideri infantili di dipendenza e a raggiungere una più soddisfacente esistenza indipendente.»**

Da *Brothers* usciamo formati noi, e anche il bambino che è in noi. ***Brothers* è un racconto d'amore – filiale e fraterno – un racconto sulla crescita, sulla perdita e sulla scoperta di se stessi: è un racconto di formazione e, come tale, porta con sé il suo preziosissimo insegnamento**.

È una storia intensa e dilaniante, in cui la compenetrazione negli stati d'animo dei personaggi è quasi totale, portandoci a viverne i **dolori più intensi**. È un viaggio attraverso paesaggi immaginifici e creature fantastiche che in qualche modo gioca con gli emisferi cerebrali, scissi e al contempo in continua interazione, come i due fratelli, un racconto che tende a unire il **nostro lato emotivo e il nostro lato razionale**, che ci invita a imparare a governarli entrambi e ad armonizzarli, proprio come è necessario per i due piccoli fratellini. Per poter vivere e sopravvivere. È un gioco in cui non si guidano solo Naia e Naiee, ma la **nostra stessa mente**, che in qualche modo si fa protagonista tramite i due personaggi.

Tre ore scarse, ma estremamente intense in un un titolo che ci **insegna l'importanza della cooperazione**, anche con quel piccolo fratello (maggiore o minore) che si nasconde da qualche parte dentro la mente di ognuno di noi.

Il punto sulle Loot Box

Recentemente, **Patricia Vance**, presidentessa dell'**ESRB**, equivalente americano del **PEGI**, ha annunciato un nuovo avviso da piazzare sulle copie fisiche dei giochi che utilizzano il meccanismo delle ***loot box***.

La **Vance** ha dichiarato:

> **«In molti ci hanno chiesto di entrare più nello specifico ma, dopo molte ricerche fatte negli ultimi mesi, soprattutto indirizzate ai genitori, abbiamo scoperto che molti di loro non sanno cosa siano le *loot box* e, anche quelli che ne hanno sentito parlare, non ne capiscono bene il meccanismo. Quindi per noi è importante concentrarci non solo sulle *loot box*, ma sulle microtransazioni in generale.»**

La storia, quindi, tende a ripetersi: negli anni '90, quando sui telegiornali scorrevano le immagini di ***Doom*** o ***Mortal Kombat***, i genitori pensavano che tali giochi non fossero adatti ai bambini. Per non parlare dei polveroni scaturiti a ogni uscita di ***Grand Theft Auto***, oppure, le ridicole polemiche nostrane, su ***Mafia*** e ***Resident Evil 2***. Veniva considerato tutto non adatto per i propri pargoli.
Ma questa volta le proteste vengono direttamente dai giocatori: che si parli delle microtransazioni di ***Star Wars Battlefront II***, scandalo finito addirittura sui giornali, oppure del disegno di legge contro le *loot box* presentato da **Chris Lee**, rappresentante statale delle Hawaii e gamer di lunga data, gran parte delle persone facenti parte del settore concordano sulla loro limitazione o, addirittura, abolizione.

Le *loot box* sono il risultato della continua corsa a una certa assuefazione da gaming: in passato bastava comprare il singolo oggetto, e anche il più agguerrito dei giocatori poteva ritenersi soddisfatto. Mentre con il metodo attuale delle *box* diventa tutto un'attività casuale votata alla costante ricerca dell'oggetto desiderato. Tale meccanismo viene sfruttato fino all'osso dai produttori di videogiochi, così come testimoniato dal direttore finanziario di **Electronic Arts**, **Blake Jorgensen**, che, a proposito di ***Fifa*** e della modalità **Ultimate Team** ha dichiarato:

> **«Un film al cinema, negli Stati Uniti, può costarti venti dollari, ancora prima di prendere il popcorn, il che va bene. Ma allo stesso tempo un videogioco costato sessanta dollari che viene giocato dalle tremila alle cinquemila ore l'anno ha un valore maggiore. Se continui a spenderci soldi vuol dire che lo fai per divertiti ancora di più. Stiamo puntando sul dare ai giocatori quello che vogliono, e in grandi quantità, piuttosto che concentrarci sullo sviluppo di un nuovo gioco o di qualcosa di diverso.»**

Il problema delle *loot box* viene proprio da dichiarazioni del genere: questa volta non è un fattore dovuto all'ignoranza dei genitori o dei media, ma alla convinzione da parte degli sviluppatori di fare giochi col puro scopo di spremere gli utenti, quando in realtà dovrebbe essere l'opposto.

EA, già sotto l'occhio del ciclone per il caso ***Star Wars Battlefront II***, ha recentemente presentato un brevetto per il *matchmaking* basato sulla sequenza sconfitta/vittoria. Anche **Activision-Blizzard** è arrivata a concepire un'idea simile: difatti il loro sistema arriverà a premiare di più chi usa le microtransazioni. Così facendo, le *loot box* rischiano di scendere nello spinoso territorio del **gioco d'azzardo e della ludopatia**. È un problema che, se non dovesse venire affrontato seriamente dai produttori di videogiochi stessi, potrebbe passare nelle mani dei governi, com'è successo recentemente dall'indagine condotta dalla commissione che vigila sul gioco d'azzardo in Belgio. E visti gli aggiramenti legali da parte di **Activision-Blizzard** in Cina o la mancanza di concrete iniziative da parte dell'**ESRB**, questo scenario potrebbe diventare presto una realtà.

La tutela degli abandonware online

Dopo il baratro nel quale sono sprofondati svariati giochi (vedi ***Grand Theft Auto Online*** per PS3 e Xbox 360), lo **U.S. Copyright Office** sta valutando se aggiornare o meno le disposizioni antielusione del **DMCA** (**Digital Millennium Copyright Act**), che impediscono al pubblico di utilizzare liberamente contenuti e dispositivi protetti dal **DRM** (**Digital Rights Management**), il cui significato letterale è "gestione dei diritti digitali".
I file audio o video vengono codificati e criptati in modo da garantire una diffusione più controllata e renderne più difficile la duplicazione, consentendone l'utilizzo più adeguato possibile. Questi aggiornamenti avvengono ogni tre anni attraverso una consultazione pubblica, dove vengono prese in esame svariate richieste.
Una su tutte, riguarda l'abbandono dei giochi online datati e lasciati ormai al loro corso. Infatti, fino a ora, per preservare questi titoli per le generazioni future e per i giocatori nostalgici, **l'Ufficio** ha adottato norme specifiche, che permettono a biblioteche, archivi e musei di utilizzare emulatori e altri strumenti analoghi per rendere giocabili i vecchi classici. Tuttavia, queste norme sono molto restrittive e non possono essere applicate a giochi che richiedono una connessione a un server online e, di fatto, quando i server vengono chiusi, il gioco scompare per sempre.
Proprio per queste ragioni il **MADE (Museum of Art and Digital Entertainment)** ha recentemente chiesto allo **U.S. Copyright Office** di estendere le norme correnti e includere giochi che richiedono una connessione online. Ciò consentirebbe alle biblioteche, agli archivi e ai musei di gestire tali server e mantenere così in vita questa tipologia di giochi.

Questo problema è più che mai attuale, poiché centinaia di giochi multiplayer online sono già stati abbandonati. Difatti, si tratta di circa 319 titoli, molti dei quali sono i noti *FIFA* e *The Sims*. Purtroppo, proprio nell'ultima settimana, la **Entertainment Software Association (ESA)**, che agisce per conto di membri di spicco, tra cui **Electronic Arts**, **Nintendo** e **Ubisoft**, si è opposta alla richiesta, affermando che le modifiche proposte consentirebbero e faciliterebbero un uso illecito dei software in questione e che se questi, ormai datati, venissero supportati ancora al pieno delle loro possibilità, il mercato diventerebbe troppo statico, rallentando la vendita dei nuovi titoli.
Qual è, quindi, la strada giusta da percorrere? È difficile rispondere ma per quanto i nuovi titoli abbiano bisogno della massima attenzione e pubblicità per poter far andare avanti il mercato, non possiamo dimenticare i loro "antenati" dai quali, probabilmente, sono nati.

Come gli sviluppatori mobile stanno cambiando le strategie di lancio

Il lancio di un nuovo gioco **mobile** di successo è qualcosa di rischioso e costoso. **Emily Putze**, *dev manager* di **Google Play**, ci descrive le diverse modalità di sviluppo, che vanno da un metodo più tradizionale fino alle evoluzioni dello sviluppo e delle strategie di mercato odierne.

Riguardo al metodo classico, la sviluppatrice dichiara:

> **«La strategia tradizionale di solito consiste in fasi di testing interno estese in varie ore, seguite da varie fasi di testing esterno (per esempio ottimizzazione tecnica e monetizzazione). Nonostante le differenze tra diverse nazionalità, di solito il raggio d'azione è ridotto a un minimo di cinque a un massimo di sette nazioni, con lo sviluppo limitato esclusivamente ai *device* di fascia alta per questioni di stabilità. In generale, queste fasi di test, durano tra i due e i tre mesi, con il team di sviluppo concentrato a raggiungere certi livelli di prestazione adatti alla pubblicazione su scala globale.**
> **Non è un metodo di lavoro necessariamente malvagio o antiquato, visto che funziona ancora per molti. Ciò nonostante, noi di Google Play, crediamo sia importante valutare i processi come il fine che giustifica i mezzi, soprattutto in un mercato che si evolve continuamente.»**

Sul passato del mobile gaming e le differenze odierne:

> **«Tra il 2010 e il 2014 la bassa difficoltà iniziale e la grandezza della base installata ha attirato migliaia di sviluppatori a entrare nel mercato mobile. Durante questa "corsa all'oro" i giochi potevano essere sviluppati e lanciati in tempi relativamente brevi e con bassi costi nello sviluppo e nel marketing. Si poteva lanciare un nuovo gioco, vedere se portava profitti e decidere se valeva la pena continuare a investirci.**
> **Oggigiorno il mercato è cambiato: con più di un milione di giochi disponibili su Google Play, gli utenti preferiscono concentrarsi più sulle app di tendenza che su i nuovi titoli. Aggiungendo anche l'aumento dei costi di sviluppo (dovuto principalmente al prolungamento dei tempi di sviluppo e alla ricerca di tecnologia sempre più innovativa), e maggiori spese sul marketing (che somigliano sempre più a quelle dei giochi su console), vediamo sempre meno giochi in arrivo negli store digitali e degli sviluppatori che preferiscono optare per delle soluzioni più sicure piuttosto che lanciarsi in progetti ambiziosi.»**

Infine, sui nuovi metodi di approccio allo sviluppo:

> **«Durante una conferenza con sviluppatori provenienti da Electronic Arts, Wooga, Miniclip, Playrix, King e Big Fish Games abbiamo condiviso dei nuovi metodi di approccio. Uno di questi consiste nell'implementare dei giudizi più severi durante le varie fasi di sviluppo, arrivando, nel peggiore dei casi, anche alla cancellazione completa del titolo. Così facendo si evita che un'IP mediocre e poco giocata diventi causa di perdite monetarie. Un altro metodo recentemente implementato con successo è quello delle beta aperte (o chiuse), più utili in quanto non viene rovinato il *rating* sugli store digitali e da la possibilità di un feedback privato tra tester e sviluppatori. Tale metodo di lavoro è stato ampiamente abbracciato da Big Fish Games, che, dopo il successo della open beta del loro gioco *Cooking Craze*, hanno deciso di lanciare tutti i loro successivi giochi con questo sistema.**
> **Vi è stato anche un cambio di mentalità, con gli sviluppatori che preferiscono ragionare più sul**

> **lungo termine: ne sono la dimostrazione giochi come *Candy Crush* e *8 Ball Pool*, app con un supporto superiore ai 5 anni, che hanno cambiato così tanto le carte in regola da far passare un colosso come Electronic Arts dallo sviluppo di app annuali, allo sviluppo a lungo termine. Basti vedere l'ultima incarnazione di *Fifa*, *Madden* o *NBA Live* per smartphone.**
> **L'ultimo punto riguarda l'ottimizzazione dei giochi, non solo sul lato tecnico (il 50% delle recensioni da una stella su Google Play riguardano principalmente problemi di stabilità e bug) ma anche per quanto riguarda il gioco stesso: una buona campagna marketing sui social, degli eventi multiplayer durante la beta e tante cose da fare già al lancio del gioco, si sono dimostrati molto utili per il successo.»**

Metacritic: qual è il suo peso nella produzione videoludica?

L'**industria videoludica** si muove molto velocemente e dunque, coloro che producono direttamente per essa, hanno una tendenza a guardare al futuro senza tener conto del passato; in tempi recenti, persino i produttori più grossi ci confermano quanto sia importante attingere dal passato per ottenere dei grandi risultati.

Quanto è bello un titolo?

Come in ogni business, la qualità dei prodotti viene stimata e il suo valore viene preso in acconto dalle case produttrici; il metro di valutazione nel gaming, per i critici, si basa principalmente sulle uscite passate; il loro giudizio verrà preso in considerazione dalle aziende per pianificare le loro strategie per le uscite future. Il problema è che le case produttrici devono prendere in considerazione ogni giudizio da parte del critico medio la cui valutazione è superficiale, mutevole e soggettiva.

Più o meno nella scorsa decade, molti publisher prendevano molto in considerazione le valutazioni di **Metacritic**, un aggregatore di recensioni che genera un valore che si basa su una media dei giudizi di alcune testate maggiori (anche se alcune non propriamente affidabili) accompagnato dalla valutazione di ***Metascore***, basata invece sul giudizio dei giocatori, in una scala da 1 a 10. Pur non perfetto, era ritenuto "il sistema metrico" del gaming, così decisivo che il CEO della **Electronic Arts**, **John Riccitiello**, aveva tirato in ballo il sito durante una conferenza con gli investitori avvenuta esattamente 10 anni fa, comunicando la poca soddisfazione dei recenti sforzi della **EA**:

> **«Nonostante siamo il *third party* leader nel settore non siamo soddisfatti di ciò che siamo. […] Non abbiamo titoli EA che squadernino lo scenario videoludico e nessun nostro gioco raggiunge il 90 o più su Metacritic… Quando sono tornato in EA mi sono preso l'impegno di indagare sulla qualità, sia perché penso sia è la giusta soluzione per il benessere finanziario di questa azienda e sia perché i nostri clienti se l'aspettano.».**

La decisione di investire sulla qualità fu un modo per ritardare l'uscita di ***Battlefield Bad Company***

e ***Mercenaries 2: World in Flames***, tuttavia con la volontà di consegnare ai giocatori un titolo di qualità, in modo da poter costruire un migliore rapporto di fiducia con i clienti per una migliore economia. Anche se nessuno di questi due giochi raggiunse propriamente la soglia del 90, durante l'incarico di **Riccitiello**, in cinque anni, dopo la suddetta conferenza, **EA** potè vantare ben 15 giochi oltre tale soglia, con titoli come ***Mass Effect 2 & 3***, alcune versioni di ***FIFA 10***, ***12 & 13***, ***Dragon Age: Origins*** e ***Dead Space 2***.

Sfortunatamente per **Riccitiello**, quei punteggi alti su **Metascore** non si traducevano in successo per **EA**: durante il suo incarico il valore delle azioni della compagnia caddero da 52$ a circa 19$. Rivendicando l'accertamento delle responsabilità a seguito del venir meno delle aspettative finanziarie, **Riccitiello** diede le dimissioni il 18 Marzo del 2013. Il **DLC *Citadel*** per la versione **Playstation 3** di ***Mass Effect 3***, rilasciato meno di due settimane prima delle dimissioni di **Riccitiello**, rimane a oggi l'ultimo gioco **EA** a mantenere un punteggio di 90 su **Metascore**. La compagnia non ha più immesso nel mercato giochi acclamati quanto quelli usciti durante l'incarico di **Riccitiello** anche se, tuttavia, continua ad avere un buon mercato. Le azioni di **EA** si sono chiuse ieri a 126.96 $, un record per la compagnia.

In contrasto alle affermazioni di **Riccitiello**, **Robin Kaminsky** di **Activision**, durante il **Summit DICE del 2008**, prese un approccio quasi opposto alle parole dell'allora CEO della **Electronic Arts**:

> **«Un tempo, in Activision, pensavamo fosse necessario semplicemente produrre dei bei giochi. […] Tuttavia un buon gioco non garantisce vendite stellari.»**

Kaminsky ha fatto notare che su 18 titoli che l'anno precendente hanno ricevuto una valutazione di oltre 90, 7 di loro hanno venduto meno del milione di copie e due terzi di questi hanno avuto delle vendite totali di poco meno di due milioni di unità.

A tal proposito, ecco alcuni dei titoli **Activision** che hanno preso oltre il 90 su **Metacritic** durate la scorsa decade:

- *Geometry Wars 3: Dimensions* (94 su Metascore, iOS, 2015)
- *Skylanders Trap Team* (90 su Metascore, iOS, 2014)
- *Call of Duty: Modern Warfare 2* (94 su Metascore, ottenuto sia per PS3 e Xbox 360, 2009)

Ai tempi della presentazione di **Kaminsky**, le azioni della **Activision** valevano 13$; ieri le loro azioni si sono chiuse per 74.13$, un record per la compagnia.

L'occasione mancata

La qualità non fu solamente l'unica cosa a cui Riccitello puntò come **CEO** di **Electronic Arts**; fece in modo che i giochi diventassero più un servizio per i giocatori (anche se durante il suo periodo non riuscì a vedere i frutti di questo suo approccio) e, sempre sotto la sua direzione, acquisì diversi studi di produzione come **Bioware-Pandemic**, **Playfish**, **Chillingo** e **PopCap**, anche se non riuscì ad acquisire **Take-Two**.

Nel Febbraio 2008, **EA** pubblicò apertamente di voler comprare **Take-Two** per due miliardi di dollari; una mossa che **Take-Two** ritenette "inadeguata" e "inopportuna", e soprattutto al momento sbagliato visto che mancava poco al lancio di ***Grand Theft Auto IV***, titolo che avrebbe fatto

decollare le azioni della compagnia.

Una volta che ***GTA IV*** uscì nei negozi, **Take-Two** si dichiarò disposta a negoziare con **EA** ma i piani della compagnia cambiarono; **EA** tentò di imporsi, comprando le azioni della **Take-Two** ma, in otto mesi, decidettero di lasciar perdere con l'acquisizione di quest'ultima.

Quando **EA** provò ad acquisire **Take-Two**, le loro azioni valevano poco più di 17$; ieri le loro azioni si sono chiuse per 126.67$, un record anche per questa compagna.