GamePodcast #10 – Dagli eSport, Next-Gen a Doom Eternal

Nella puntata di oggi:
– Ma gli **eSport** possono sostituire gli eventi reali?;
– La rubrica di Gero Micciché (Gameloft): la produzione di un videogame da casa;
– Inizia la nuova generazione: cosa comportano realmente le nuove console?;
– Recensione di ***Doom Eternal***;
– Cosa stiamo giocando?
Tutto questo in compagnia di Marcello Ribuffo, Gabriele Sciarratta e Dario Gangi e Andrea Celauro.
Armatevi di auricolari e restate con noi!
Venite a trovarci sui nostri canali:
TWITCH: http://www.twitch.tv/gamecompassit
FACEBOOK: http://www.facebook.com/gamecompassit
TWITTER: http://www.twitter.com/gamecompassit
INSTAGRAM: http://www.instagram.com/gamecompassit
E sul nostro sito ufficiale: http://www.gamecompass.it

Come l'online ha rivoluzionato il mondo dei videogame

Per anni giocare ai videogame ha significato confrontarsi con il proprio PC o la propria console, di fronte al monitor e alla TV di casa, magari organizzando di tanto in tanto piccoli tornei tra amici per creare sfide più avvincenti e divertenti. Con l'avvento di internet però, tutto questo ha subito una rivoluzione, grazie all'abbattimento dei confini geografici e alla possibilità di avere sempre a portata di mano i propri giochi preferiti, anche fuori casa. Vediamo dunque cosa è realmente cambiato in poco più di 10 anni grazie alle nuove tecnologie.

Semplicità ed entusiasmo: i primi videogiochi

La nascita dei videogiochi risale al 1975, anno in cui **Atari** immette sul mercato la prima versione di ***Pong***, un gioco semplicissimo in cui bisognava far rimbalzare una pallina tra due barre in movimento, come in una sorta di tennis molto elementare. Inizialmente disponibile solo nelle sale gioco, negli anni successivi *Pong* viene tradotto anche in versione domestica, aprendo dunque all'introduzione dei videogames anche all'interno delle nostre case. Dalla fine degli anni '70 in poi, la crescita del settore inizia a essere esponenziale, grazie all'introduzione di nuovi titoli come ***Asteroids, Space Invaders* e il mitico *Pac-Man***, tutti giochi dagli schemi molto semplici ma in grado di appassionare e di incollare allo schermo migliaia di utenti.
È così che inizia a diffondersi la febbre da videogame, alimentata dalla produzione di console dalle tecnologie sempre nuove: Atari, in primis, ma anche **Nintendo**, **SEGA**, **Commodore** e **Spectrum**, sono solo alcune delle piattaforme utilizzate per giocare in casa tra gli anni '80 e '90. Parallelamente all'ammodernamento delle console, vengono introdotti sul mercato giochi via via più complessi, come quelli di sport o i giochi cosiddetti "a piattaforme", con personaggi in movimento, quadri da superare e obiettivi da raggiungere — basti pensare all'immarcescibile ***Super Mario Bros***.
Dalla metà degli anni '90, poi, con l'arrivo sul mercato di PlayStation, un nuovo tabù viene superato e dalle classiche cartucce si passa ai giochi su CD-Rom, più capienti e dunque in grado di contenere dati più complessi.

Anni 2000: i videogames sfidano la realtà

Col passare degli anni, i videogiochi si avvicinano sempre più alla realtà, sia dal punto di vista grafico che nelle animazioni. Il livello di complessità dei giochi cresce anno dopo anno e l'esperienza vivibile sia su console che su PC si arricchisce di nuovi elementi. Non solo, dal 2000 in poi arrivano nelle case le **prime connessioni Internet** e diventa possibile effettuare le prime sfide on-line. Il fenomeno per il momento resta piuttosto limitato, anche a causa delle linee ancora troppo lente e di una diffusione non così capillare come oggi, ma apre a un mondo del tutto nuovo che esploderà di lì a poco.

Realtà virtuale e giochi mobile: la rivoluzione degli ultimi anni

Gli ultimi dieci anni hanno rappresentano l'ennesima **rivoluzione per il mondo dei videogame**: le tecnologie sviluppate nel giro di così poco tempo hanno infatti portato all'introduzione di sistemi di gioco completamente diversi rispetto al passato e alla possibilità di vivere in maniera sempre più piena lo scenario proposto.
Un primo passo in tal senso avviene con la **Nintendo Wii**, in cui il joypad viene sostituito da controller che seguono il movimento delle mani e che rendono dunque la fase di gioco più dinamica. In buona sostanza, ora il giocatore si muove esattamente come farebbe se fosse lui all'interno dello schermo, guidando così in maniera diretta il suo personaggio. Con la **realtà virtuale** invece, si riesce a entrare quasi fisicamente nel gioco, prendendo parte alla scena anziché controllarla solo tramite un joypad: lo schermo difatti scompare e diventa possibile, attraverso un apposito visore, immergersi nella realtà alternativa per raggiungere gli obiettivi richiesti dal videogioco.

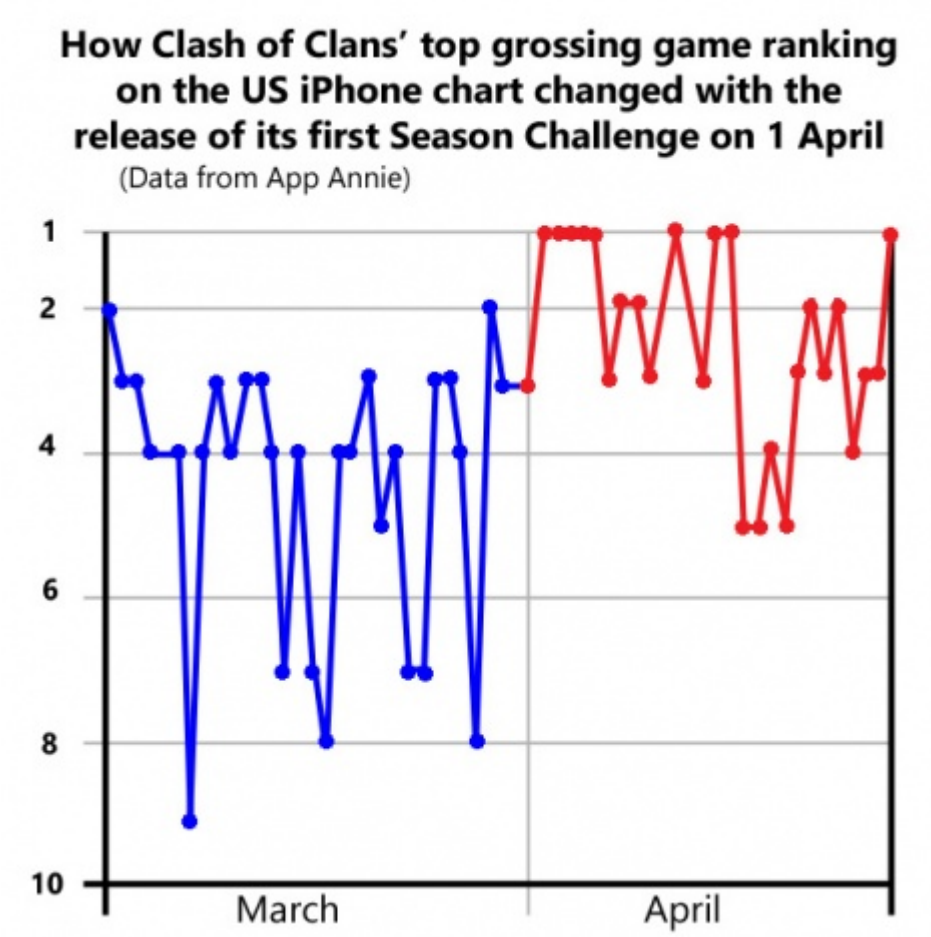
L’altra rivoluzione di questi anni è invece la diffusione dei giochi on-line, in particolare quella connessa alla diffusione dei **dispositivi mobili**. Se già a metà degli anni 2000 le connessioni veloci avevano iniziato ad aprire alla possibilità di partecipare a giochi sul web in contemporanea con altre centinaia di utenti collegati da ogni parte del mondo, è proprio negli ultimi 10 anni che il fenomeno ha raggiunto livelli esponenziali. Un titolo come ***League of Legends***, per esempio, è riuscito a totalizzare numeri incredibili, con **27 milioni** di giocatori connessi quotidianamente e **67 milioni di giocatori mensili**. Proprio *LoL* rappresenta da questo punto di vista il simbolo dell’esplosione dell’on-line gaming, un fenomeno che ha portato a competizioni in streaming di livello globale.

Oltre che dai più tradizionali dispositivi fissi, Internet ha permesso anche la rapida diffusione dei mobile game, grazie anche all’introduzione sul mercato di smartphone e tablet sempre più avanzati e a offerte di traffico dati ormai quasi illimitate. L’avvento di portali specializzati e app specifiche per giocare on-line ha creato vere e proprie community intorno ai titoli più in voga del momento e ha dato la possibilità di organizzare sfide in tempo reale, tanto nell’ambito dei giochi sportivi o di carte quanto in quelli fantasy o di sopravvivenza, settore quest’ultimo in cui titoli come ***Fortnite*** hanno letteralmente sbancato arrivando a milioni di dollari di fatturato.
I mobile device rappresentano forse da questo punto di vista la novità più interessante, oltre che il settore più stuzzicante sul quale puntare per il prossimo futuro: l’arrivo di connessioni sempre più veloce, come il **5G per smartphone**, apre infatti a scenari ancora più caldi, con la possibilità di accrescere le potenzialità dell’intero comparto e di creare interconnessioni ancora più solide. Un’opportunità che i maggiori operatori del gaming difficilmente si lasceranno scappare.

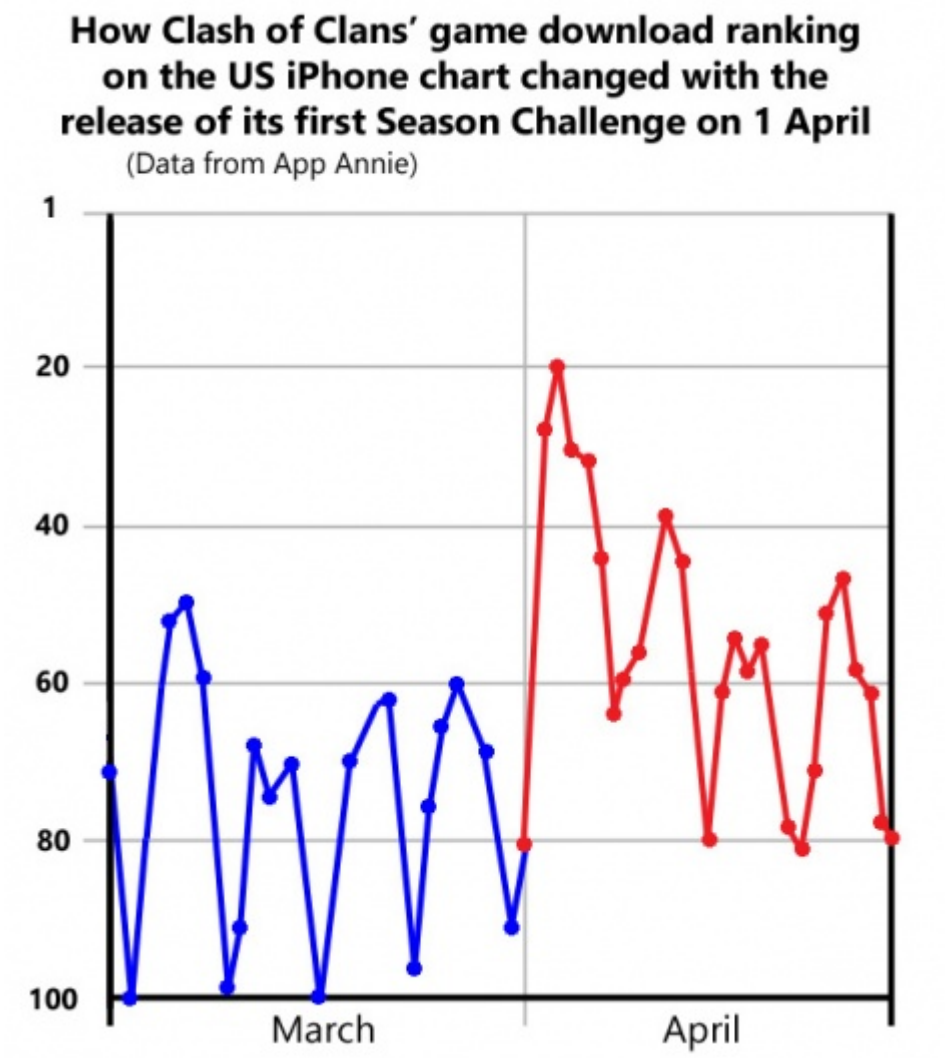
La Grande Sfida (stagionale) di Clash of

Clans

L’ottimo riscontro ottenuto da ***Fortnite*** con strategie di monetizzazione quali il **Battle Pass** (pacchetto che garantisce ai giocatori l’accesso a sfide aggiuntive e upgrade estetici, e che a oggi ha fruttato a **Epic Games** ben oltre **3 miliardi di dollari**) ha prevedibilmente generato l’emulazione da parte di tanti altri videogame, che non sempre hanno raccolto gli stessi risultati.
Il prezzo del pass non è alto (circa **10 dollari**/euro a stagione), e il resto della spesa da parte del giocatore dipende dal contesto di game economic design: se in vari giochi gli acquisti possono essere decisivi per determinare il progresso in-game, in *Fortnite* si parla soprattutto di abbellimenti e sfide alle quali non si potrebbe accedere altrimenti.
Risulta chiaro che titoli come *Fortnite*, forte di una base di 250 milioni di utenti registrati, possano ben permettersi di contare su dei Battle Pass tutto sommato a portata di spesa dei giocatori per generare comunque ottime revenue, mentre altri debbano contare su “whale” o “dolphin” (utenti, dunque, che investono cifre non indifferenti negli **in-app purchase**).
C’è chi è riuscito a combinare entrambe le strategie, e non stupisce che a farlo siano stati dei maestri del settore come **Supercell**.
Lo sviluppatore finlandese ha infatti introdotto lo scorso primo Aprile nel suo ***Clash of Clans*** (titolo che dalla sua uscita, nel 2012, ha generato oltre 6 miliardi di dollari di revenue) le cosiddette “**Sfide Stagionali**” (o “Season Challenges”), percorsi fatti con obiettivi e ricompense da sbloccare che hanno avuto un ottimo riscontro.
Già dalla prima settimana i risultati sono stati infatti notevoli, con oltre **27 milioni di dollari guadagnati nella prima settimana**: i giocatori hanno speso circa poco meno di **4 milioni al giorno** nel titolo nei **primi 7 giorni** dopo il lancio in 46 paesi, generando una crescita delle revenue di circa il **145%** (il periodo precedente registrava circa 11 milioni di dollari a settimana, circa 1,6 milioni al giorno).
Clash of Clans è quindi balzato al **primo posto della classifica USA** dei più giocati per iPhone, dove è rimasto per 5 giorni di fila, come può vedersi dal grafico sottostante:



Negli ultimi due mesi l'app ha mantenuto in media un buon terzo **terzo posto**, con qualche sporadico picco verso il basso, e ad aprile è lampante il miglioramento di performance: un risultato molto buono per una strategia di monetizzazione che prevede la semplice **vendita di un pass oro** al costo di **5,49 €** (**4,99 $**, negli USA). Ma non è questo il "core" della strategia delle Sfide Stagionali. Gli obiettivi delle Season, infatti, oltre alla monetizzazione, hanno come target il miglioramento di **engagement** e **retention**, oltre che la **riduzione del churn rate** (tasso di abbandono degli utenti) e la possibilità di reingaggiare parte di quegli utenti che hanno smesso di giocare.



I numeri oggi paiono dar ragione a **Supercell**: le **24 sfide disponibili** con il solo **Pass Argento** (quello non a pagamento, insomma) hanno incentivato gli utenti a giocare, allettati dalla possibilità di collezionare nuovi punti e currency che permettono a loro volta di ottenere risorse in game e boost vari. Nel solo mese di aprile, *Clash of Clans* ha generato circa **71 milioni di dollari**, oltre il **72%** in più del mese precedente, e ben l'**85%** rispetto all'aprile dello scorso anno.
Il gioco ha inoltre registrato il **primo maggio 2019** un guadagno di circa **6,9 milioni di dollari** da acquisti in-app, miglior performance registrata dal Natale del 2015 a oggi.
Il **Pass oro** offre un surplus in termini di risorse e boost, e si fregia di un boccone succulento per molti utenti, che sta nella possibilità di ottenere la skin del **Re barbaro** e quella della **Regina degli arcieri**, sbloccabile dal mese in corso fino alla fine della stagione (che terminerà il prossimo 31 maggio).

Pur avendo portato buoni risultati a Supercell, si capisce come un pacchetto da **5 $** ha effetti limitati: il vero guadagno per lo sviluppatore sta in quel che viene *dopo*. Pare infatti che le sfide stagionali abbiano incoraggiato di rimando i giocatori a spendere più di 5$ all'interno di *Clash of Clans*.

Sarà interessante vedere per quanto tempo Supercell riuscirà a tenere in piedi un evento regolare come le sfide stagionali che a primo acchito sembra volto alla monetizzazione, ma che in realtà è una vera e propria meccanica di engagement che può innalzare nel medio termine le revenue dell'intera economia dell'app.
Clash of Clans potrebbe insomma diventare il primo mobile game da **10 miliardi di dollari** di

revenue generate nel suo intero lifetime, la strada pare essere quella giusta.

Mobile Gaming: i migliori giochi per smartphone dei primi 4 mesi del 2019

Sono passati appena 4 mesi in questo 2019 e già possiamo considerarlo l'anno del **mobile gaming**. Grazie alla costante attenzione per il settore e ai progressi tecnologici degli hardware, gli sviluppatori più importanti hanno lanciato in questo primo quadrimestre alcuni dei più bei giochi mai visti su smartphone e tablet. Andiamo a scoprirli.

L'anno si è aperto con il botto per gli appassionati di mobile gaming sportivo. A gennaio è infatti arrivata la nuova versione di ***PES 2019***, uno dei migliori simulatori di calcio per dispositivi mobili. Basato sull'**Unreal Engine 4**, lo stesso motore grafico della versione console, il gioco è stato migliorato sia nella veste grafica che in quella del numero delle opzioni offerte ai giocatori. Molto interessante al riguardo la possibilità di creare tornei multi player in locale con i propri amici e l'aggiornamento delle skills dei giocatori basato sulle prestazioni messe in campo nel mondo reale.

La principale novità di febbraio è stata l'aggiornamento alla **versione 7.30 di *Fortnite*** per smartphone. Che il titolo della Epic sia uno dei fenomeni del gaming globale degli ultimi anni è ormai cosa nota. Quello che però rende interessante la nuova versione mobile è che è stata aggiunta la possibilità di supportare i gamepad esterni. Una decisione che avvicina le prestazioni del gioco a quelle della versione console. I pad si configurano automaticamente al momento dell'apertura del gioco e permettono esperienze molto più complete e personalizzate.

Quest'anno ricorre anche il decennale dell'arrivo sul mercato italiano dell'app ***Poker Stars Mobile***, vero e proprio punto di riferimento per gli appassionati di Texas Hold'em che non vogliono rinunciare al divertimento anche in mobilità. E se c'è un momento ideale per provare l'app della è proprio questo: in questi giorni ci saranno le celebrazioni per la mano numero 200 miliardi e la Casa della Picca Rossa ha creato eventi ad hoc per festeggiare l'evento, compresi tornei speciali, nuovi bonus per i giocatori ed estrazioni che offrono la possibilità di partecipare agli eventi più prestigiosi.
In questo decennio il gruppo Stars non ha mai smesso di rinnovare il proprio software che oggi permette di disputare, sia agli utenti iOs che Android, partite di **Texas Hold'em** e **Omaha**, le due specialità di poker più diffuse al mondo. Ma c'è di più. Sono state aggiunte molte nuove opzioni di gioco, tra cui multi-tavolo, **Sit & Go** e **cash games** ed è stata migliorata la funzionalità "trova giocatore" e "trova torneo", veri e propri motori di ricerca interni che permettono di individuare avversari ed eventi in ogni angolo dl globo.

A marzo gli appassionati di avventure ai limiti del paranormale si sono esaltati per l'arrivo di ***Life is Strange*** e ***Life is Strange: Before the Storm***, due giochi identici dal punto di vista tecnico e del gameplay, ma diversi per argomenti narrati.

Dopo il successo mondiale ottenuto su Pc e console, la saga di **Dontnod** è arrivata anche su smartphone e tablet e ripropone la ricetta vincente fatta di suspense, colpi di scena e una trama estremamente profonda e articolata. Protagonista del gioco **Max**, che dopo aver assistito a un fatto di cronaca nera scopre di avere il potere di tornare indietro nel tempo e di modificare il corso degli eventi. Il gameplay ricorda quello dei giochi di ruolo più famosi, con risposte multiple e interazioni con i personaggi che modificheranno lo sviluppo della storia. Un titolo dalle prestazioni estremamente elevate per il mobile gaming che rispetto alle versioni per altre piattaforme pecca solo dal punto di vista puramente grafico.

Chiudiamo la nostra rassegna con ***Eternium***, un titolo non recentissimo ma che è stato costantemente migliorato nel corso degli ultimi anni. Ispirato a ***Diablo***, capostipite dei giochi fantasy e pronto ad arrivare sui nostri schermi come serie animata, *Eternium* stupisce per il sistema di controllo del personaggio (basato su gesture e tocchi) e per le grandi possibilità di personalizzazione offerte ai giocatori.
È infatti possibile creare fino a **5 personaggi diversi** e gestirli in contemporanea, richiamandoli in gioco in qualsiasi momento dal menu principale. A differenza di altri giochi di questo tipo, *Eternium* può essere giocato anche in assenza di connessione e non presenta contenuti a pagamento invasivi: due caratteristiche che hanno fatto del prodotto di casa **Making Fun**, uno dei più apprezzati giochi di ruolo a livello globale.

Il dito e la luna: fraintendere il videogame

Ormai avrete sentito tutti parlare della strage di Christchurch, avvenuta il 15 marzo scorso per mano del ventottenne australiano **Brenton Tarrant**: ha attaccato due moschee della città neozelandese e ucciso un totale di 50 persone, stando ai bilanci attuali. Il motivo dell'attacco? Contrastare la "sostituzione etnica" che in questo momento starebbe dilagando in tutto il mondo, come lui stesso spiega nel suo manifesto pubblicato su 8chan, piattaforma su cui tra l'altro aveva annunciato l'attentato.
Pensare che così tante persone siano morte è ovviamente raccapricciante, ma chi bazzica spesso le zone più "remote" dell'internet sa bene che il mondo è pieno di estremisti di ogni sorta, dai nazionalisti agli anarchici, dagli islamici ai cristiani, maschilisti (i cosiddetti **Incel** o i **Redpill**), nazisti e chi più ne ha più ne metta; non è dunque così assurdo pensare che un evento del genere

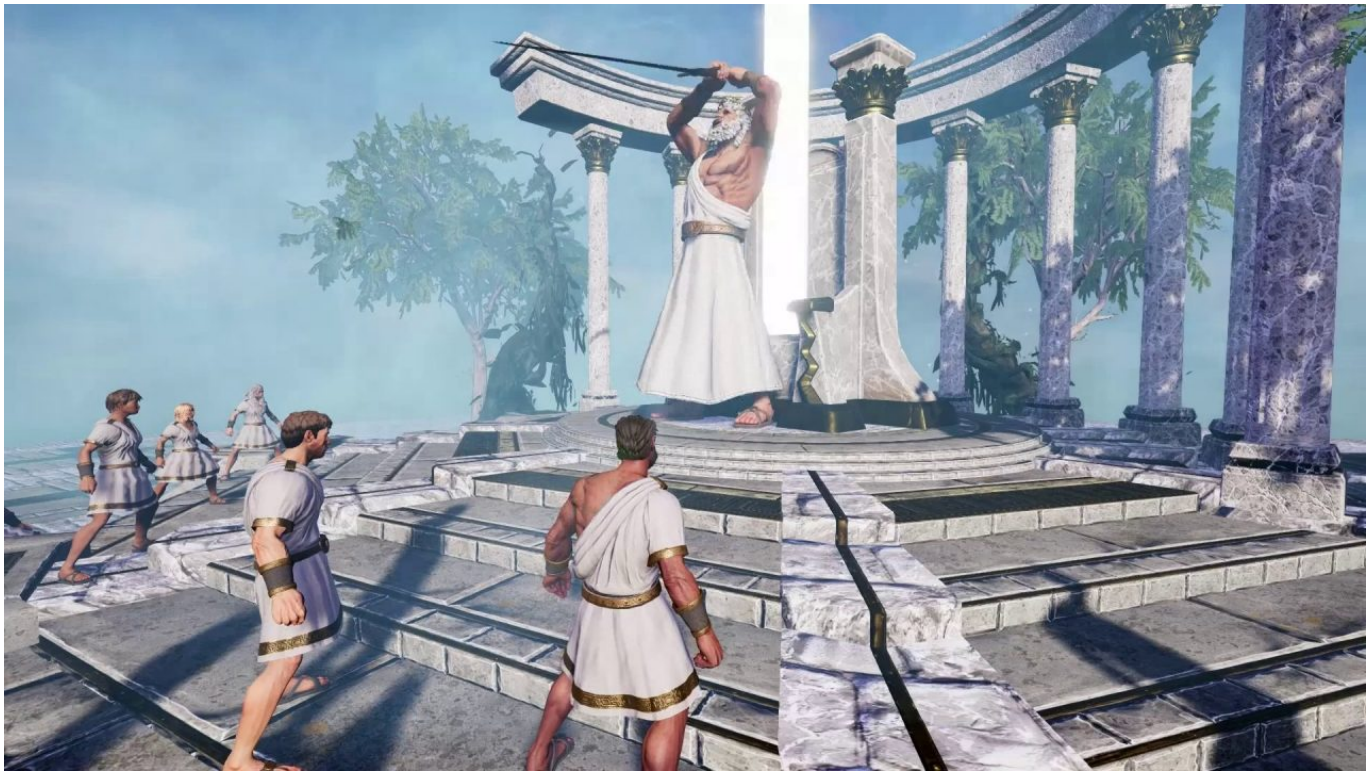
prima o poi, ahimè, accada.

Ma ciò che rende questo attacco così particolare è la presenza di piccoli elementi che lo rendono il perfetto, archetipale esempio di “live streaming terrorism”: il tutto è stato filmato con una videocamera montata sulla testa di Brenton e mandato in diretta su **Facebook**, con tanto di musica di sottofondo e citazione al meme “Iscrivetevi a Pewdiepie” prima dell’inizio della sparatoria. Forse è stata proprio la visuale in prima persona ad aver dato adito a molti giornali e testate (quantomeno italiane) che hanno paragonato il fatto, per l’ennesima volta, a un videogioco sparatutto. Non è un caso che il videogame si trovi anche all’interno del manifesto nazionalista prima citato, dove l’autore afferma, in modo evidentemente provocatorio, che ***Fortnite*** gli avrebbe insegnato a essere un killer mentre ***Spyro 3*** gli avrebbe trasmesso il suo spirito nazionalista.
Insomma, credibile quanto un comizio di Salvini, e l’accostamento non è causale, visto che anche qui qualcuno gli ha creduto davvero, prendendo per veri i deliri – chiaramente di matrice troll – di un estremista della destra più becera. Numerosa letteratura scientifica ha appurato in questi anni come il videogame non porti a diventare assassini, o stupratori, né come si diventi neanche bravi cecchini (anzi, vari studi ritengono che apporti numerosi miglioramenti dal punto di vista cognitivo e intellettivo).
Se qualcuno ha intenzione di compiere una strage, non si allena su *Call of Duty* o *Fortnite*, sa già esattamente dove far pratica dal vivo e come ottenere tutto il necessario. Se qualcuno prova piacere nello stuprare una ragazza, di certo non l’ha scoperto grazie a ***Rapeplay*** (gioco recentemente bloccato da Steam che ha come colpa principale la morbosità e il cattivo gusto) e difficilmente invoglierà persona al male: il male e la criminalità esistono da molto tempo prima dell’invenzione dei videogame.
Puntare il dito verso il videogioco serve solo a demonizzare il media distraendo forse dai veri problemi: è soffermarsi a guardare il dito mentre questo indica la luna. Nel frattempo, 49 persone hanno perso la vita, l’umanità ha dato ancora una volta prova della sua crudeltà, e forse non ci si è soffermati abbastanza sulle cause, sul clima d’odio e xenofobia che prolifera nella nostra epoca.

Bisogna ancora imparare a farsi le domande giuste, e forse bisogna valutare adeguatamente il ruolo del medium nella nostra epoca, ora che tratta temi importanti, ora che molti videogame non sono più intrattenimento, ma opere compiute.

Zeus’ Battlegrounds

Sviluppato da **Industry Games**, *Zeus’ Battlegrounds* è un battle Royale free to play che, a differenza di colossi come *Fortnite* e *PUBG*, propone uno stile di combattimento basato principalmente sul combattimento *melee* (corpo a corpo).
Il titolo è ambientato nell’antica Grecia, dove vestiremo i panni di un combattente che tenterà di prevalere sugli altri così da guadagnarsi il suo posto d’onore nell’Olimpo.



Fin dalla schermata iniziale avremo la possibilità di scegliere il sesso del nostro personaggio, e di personalizzarlo a nostro piacimento così da creare qualcosa di più vicino alla nostra forma ultra-terrena. Una volta finita l'attesa nella piattaforma dove ci "accoglierà" **Zeus**, verremo catapultati fuori e come meteore ci schianteremo sulla terra. Una volta atterrati ci ritroveremo disarmati. L'obiettivo primario sarà quello di cercare delle armi fra le molte all'interno del titolo, da asce, martelli, doppie spade e altro ancora. Inoltre, sarà possibile trovare armi da lancio, e anche delle magie elementari consumabili. Per facilitarci i movimenti gli sviluppatori hanno inserito anche le cavalcature, infatti, in svariati punti della mappa sarà possibile trovare dei cavalli da poter usare come mezzi di trasporto. Tuttavia, il controllo di quest'ultimi è abbastanza impreciso ma, fortunatamente, essendo un gioco in **early access** tutto può ancora variare. Inoltre, come in ogni titolo del genere potremo scegliere diverse modalità quali **solo**, **duo** e **team**.

Durante la nostra permanenza nel battleground, potremo dotarci di vari tipi di armi, grazie all'enorme quantità di varianti presenti. Anche le armature non sono da meno: infatti, potremmo trovare 4 livelli d'armatura e vari tipologie di quest'ultime. Come ogni altro titolo del genere, ogni tanto per la mappa verrà "inviato" un forziere sacro che conterrà armi di tutt'altro livello, in una parola "divine". Inoltre, all'interno della mappa saranno presenti i templi di dei come **Atene** e **Zeus**, dei quali, una volta raggiunti, si otterrà il loro favore, che conferirà un'abilità temporanea atta a favorire il nostro personaggio con alcuni vantaggi. Al momento, il titolo necessita di alcuni bilanciamenti su alcune armi che risultano troppo forti, o altre dove l'hit box è pessima. Infatti, in alcuni casi, mi sono ritrovato realmente in difficoltà nell'effettuare delle lotte con determinate armi.

La **mappa di gioco** è veramente gigantesca e molto variegata, talmente grande che è come se si giocasse a nascondino. Il titolo presenta una coerenza ammirevole, non sono presenti forzature visibili, ogni scelta stilistica risulta congrua. Un punto in suo favore è sicuramente la possibilità di poter giocare il titolo **sia in prima che in terza persona**. Il FOV è ben regolato in entrambi i casi. Una delle pecche è la resa **grafica**, vedere tante di magnifiche ambientazioni semplificate nella definizione è veramente uno strazio per gli occhi, spero vivamente che la migliorino al più presto, anche se da quel punto di vista c'è da dire che il team di sviluppo ha fatto un buon lavoro con la **gestione dei modelli** e delle **texture**. Dal punto di vista del **sonoro**, la OST è orecchiabile e gli effetti sono discreti.

Per gli amanti del genere battle royale, il titolo è assolutamente da consigliare, *Zeus' Battlegrounds* merita sicuramente una possibilità. Togliendo i vari bug e la grafica di medio livello, questo gioco ha grandissime chance di riuscire a farsi valere con la grande quantità di opportunità che un titolo del genere, se migliorato, può proporre. Infine, vi ricordiamo che il titolo sarà disponibile su PC e PS4.

In arrivo il betting per gli e-sport

Quanti di voi hanno mai pensato o desiderato di poter scommettere sugli e-sport? Bene sta finalmente per diventare realtà: la piattaforma di betting online **Unikrn** sarà lanciata in 20 paesi dopo che la sua licenza per le scommesse è stata approvata nell'Isola di Man questa settimana.
L'approvazione della licenza ha aperto la strada a Unikrn per portare il gioco d'azzardo negli e-sport in gran parte dell'Europa, della Corea del Sud e di altri paesi asiatici e alcuni paesi dell'America Latina.
Momentaneamente le scommesse non saranno disponibili negli Stati Uniti, perché ostacolati dalle leggi federali sul gioco d'azzardo. **Rahul Sood**, CEO di Unikrn, sostiene che il mercato statunitense, se risulterà proficuo quanto previsto, potrebbe valere circa 9 miliardi di dollari entro il 2020.

> **«C'è finalmente un operatore legittimo e regolamentato sul mercato, che ha un'offerta piuttosto completa; è enorme.»**

Ha detto all'**Associated Press**.

In precedenza, **Unikrn** era stato autorizzato per le scommesse in contanti sugli e-sports solo nel

Regno Unito e in Australia, ma con questa nuova licenza, hanno portato il servizio a livello globale. Non solo gli utenti saranno in grado di scommettere su tornei live di e-sports come ***League of Legends*** **World Championship**, ma saranno in grado di piazzare scommesse basate sulle abilità dei partecipanti ai tornei. I giocatori possono scommettere sulle proprie abilità in giochi come ***Fortnite***, ***Hearthstone*** e ***Starcraft II***, abilità che verranno analizzate e generate collegando il loro profilo giocatore alla piattaforma **Unikrn**. Nell'aprile di quest'anno la società con sede a Seattle ha acquistato la piattaforma per i tornei di gioco **ChallengMe.gg** per facilitare la struttura di scommesse basata sulle abilità. Tuttavia, nel mese di agosto di quest'anno è stata avviata un'azione legale contro la società, in base alla quale vendeva titoli non registrati al pubblico durante la sua ICO.

Fear the Wolves: un battle royale, un perché

Le mode sono una brutta bestia: da quando il genere **battle royale** ha cominciato la scalata verso il successo, sembra essere l'unica caratteristica che possa spingere un progetto verso sogni di gloria. Inutile raccontare della diffusione di ***Fortnite*** o ***Playerunknown's Battlegrounds***, o di come persino Electronic Arts e Activision siano sottostate alle spietate leggi di mercato, inserendo questa modalità – forse in ritardo – negli imminenti ***Battlefied V*** e ***Call of Duty: Black Ops IIII*** ma una cosa possiamo dirla: anche i titoli più acclamati non vantano elementi qualitativamente eccelsi; sì, qualche idea di fondo è interessante ma diciamoci la verità: tutto ruota intorno al marketing, spietato e anche "manipolatore", capace di portare il pubblico da una sponda all'altra in men che non si dica. E gli altri? Si, ci sono altri battle royale e ***Fear the Wolves*** è uno di questi, ancora in early access ma che, senza dilungarci tanto, probabilmente è già morto.

C'è nessuno in casa?

Partendo dalla **personalizzazione** del proprio avatar, con la possibilità di acquistare pacchetti con moneta in game (almeno per ora), i problemi cominciano già dal **matchmaking**, capace già di segnalare la qualità dell'infrastruttura online ma soprattutto del traffico, ovvero il numero di giocatori presenti sul server desideroso di darsi battaglia. Quando venne annunciato l'early access, lo stato di salute di *Fear the Wolves* era già preoccupante visto che normalmente la community, solitamente senza freni inibitori, invade l'internet con commenti, immagini, hype e tanto altro ancora ma, per sfortuna di **Vostok Games**, tutto sembra essere caduto nell'anonimato, facendo sorgere un'annosa domanda se sia meglio in questi casi l'insulto o l'indifferenza.
Nonostante l'influenza di ***S.T.A.L.K.E.R.*** si faccia sentire, l'anonimato è il punto dolente del titolo: l'obbiettivo dei 100 giocatori è praticamente impossibile da raggiungere arrivando alla quindicina – se tutto va bene – dopo aver aspettato anche decine di minuti la creazione di una partita. È già chiaro che non si comincia con buoni presupposti.

E quindi?

E quindi si arriva alla partita, paracadutati su una mappa che propone una **Chernobyl** distrutta dalle radiazioni. Comincia dunque la corsa agli armamenti, per nulla faticosa, visto le tanti abitazioni presenti, insediamenti industriali e così via. La mappa dunque è molto vasta e al suo interno possiamo scovare un paio di differenze quantomeno interessanti: oltre allo scontro con altri giocatori potremmo aver a che fare anche con entità guidate da intelligenza artificiale, dei mostri generati dall'avvelenata terra ucraina. L'aggiunta di **meccaniche PvE** all'interno di un battle royale è effettivamente una difficoltà in più in quanto gestire le già risicate risorse a nostra disposizione risulterà più difficoltoso. Possiamo dunque utilizzare proiettili per difenderci ma creando l'eventualità di rimanere senza colpi durante lo scontro a fuoco con il nemico, oppure darsela a gambe e pregare di non essere seguiti. Ma tecnicamente ci sarebbe una terza via, solo immaginata visto il risicato numero di giocatori: nel caso in cui potessimo avvistare in tempo questi NPC, potremmo sfruttarli a nostro vantaggio, sfruttando la derivata disattenzione del malcapitato nei nostri confronti ed eliminarlo senza problemi. Oltre a questo, intervengono anche alcuni **modificatori ambientali**, oltre al ciclo giorno/notte: la **componente survival**, anche se non molto approfondita, ci costringe a star attenti anche alla temperatura e soprattutto alle radiazioni, che possono diventare letali qualora non riuscissimo ad allontanarci in tempo o curarci. Questi modificatori inoltre fungono anche da **restrizione territoriale**, sostituendo il cerchio di fuoco convergente verso gli ultimi superstiti.
Ma queste differenze sono ben poca cosa quando di giocatori non ce ne sono. Anche il feeling con le armi è pressoché simile alle altre produzioni, fornendo feedback risicati e per nulla soddisfacenti. Per lo meno una volta defunti potremmo divertirci ancora un po': come per ***The Darwin Project***, gli spettatori possono decidere alcuni cambiamenti da apportare alla mappa, come una violenta variazione meteo in grado di modificare leggermente il gameplay.
Escludendo dunque questi fattori, di *Fear the Wolves* rimane molto poco, davvero troppo simile alla concorrenza e, con uscita prevista per il 2019, servirà tanto lavoro per rendere questo titolo appetibile. Da non dimenticare anche la pericolosa concorrenza dei top di gamma come *Battlefied V* e *Call of Duty: Black Ops IIII*, che con le loro modalità **Firestorm** e **Blackout** potrebbero stravolgere il mercato da qui in avanti.

In conclusione

È veramente difficile valutare ***Fear the Wolves***, anche se in versione early access. Almeno finora, il titolo sembra affetto più da problemi che riguarderanno il marketing e chi dovrà lanciarlo sul mercato, non proponendo qualcosa di realmente nuovo. Le poche differenze presenti infatti, non giustificano la migrazione dal vostro battle royale preferito a questo e, se il buongiorno si vede dal mattino, il lavoro di Vostok Games potrebbe arenarsi ben prima di partire. Vedremo come si evolverà la situazione, sperando che questo team sappia convergere i propri sforzi verso un gioco quantomeno autorevole.

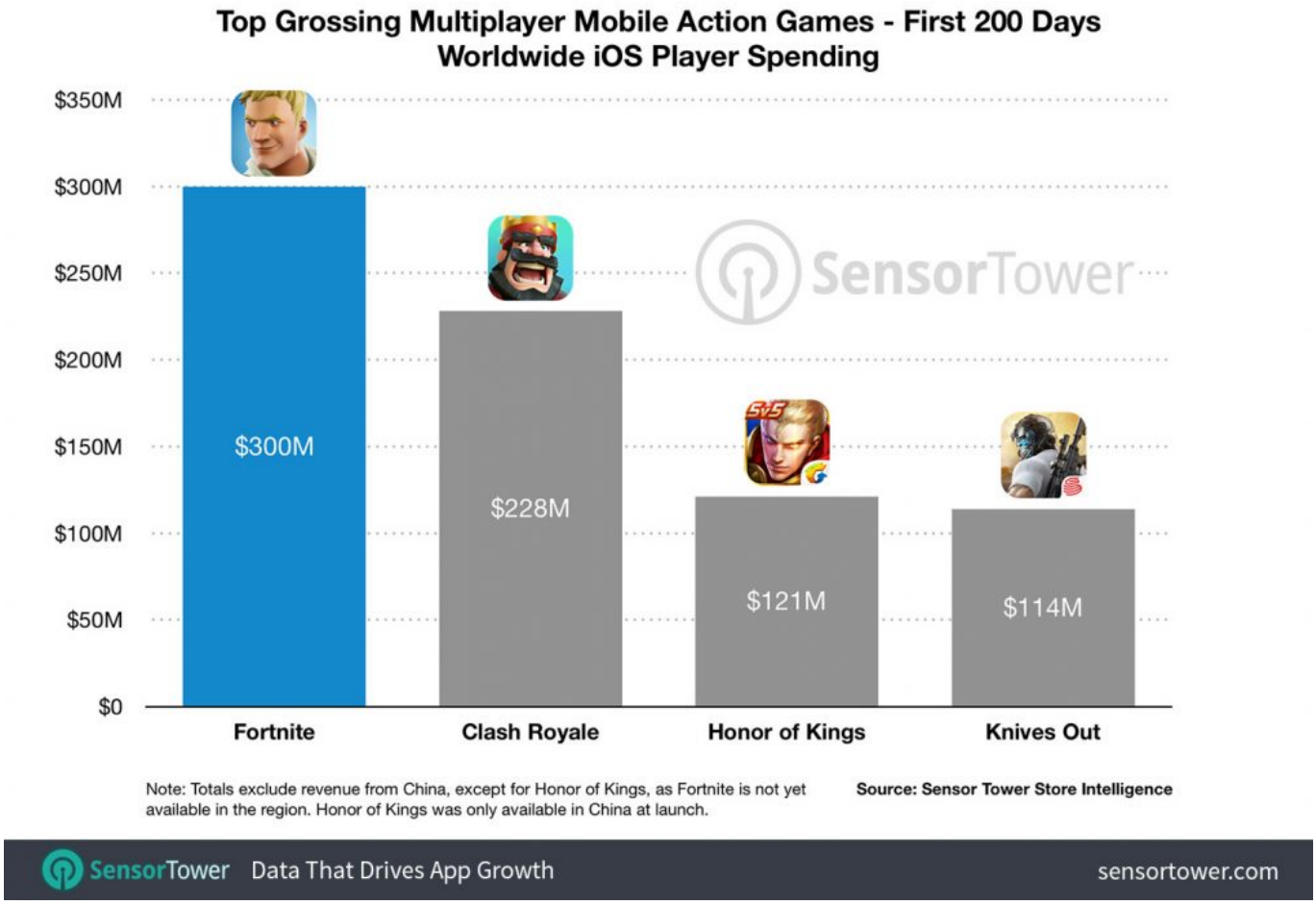
Videogiocare è soprattutto imparare

Durante un'intervista rilasciata a **GameInformer**, il **creative chief officer** di Ubisoft **Serge Hascoet**, è sembrato molto emozionato riguardo al futuro del settore videoludico.

«Questa è un'industria fantastica» afferma **Hascoet**, secondo lui il settore è in un momento di crescita esponenziale, l'anno scorso il VR era una tecnologia da poco, ma adesso sembrerebbe prendere piede ed è fantastico che ci sia l'avanzare di giochi come *Fortnite*, che portano uno "svecchiamento" delle normali tematiche videoludiche.
Tuttavia, secondo il creative chief officer, al settore manca qualcosa di molto importante: un'anima. Il suo pensiero è che, al momento, non si stia facendo abbastanza per migliorare l'esperienza dei giocatori, visto che molti videogiochi sono basati sull'intrattenimento ma, invece, dovrebbero inoltre far apprendere qualcosa ai giocatori.

Il suo principale “punto di riferimento” sono i giochi da tavolo e i card game, i quali, oltre a divertire, aiutano a comprendere il comportamento umano, stimolando la comprensione degli avversari e quanto siano veritieri i loro comportamenti. Infatti, queste nozioni vengono imparate divertendosi, quindi si dovrebbe cercare un modo di portare questo tipo d’insegnamenti all’interno dei giochi.
«I videogame riguardano il gaming, e il gaming non è solo entertainment: riguarda soprattutto l’apprendimento learning. Quando impari, puoi divertirti. Quando il gioco si ferma all’intrattenimento stiamo dunque perdendo qualcosa. Ragiono sempre col team riguardo i benefit che il giocatore trarrà dal gioco per usarli nella vita reale: allo stato attuale stiamo facendo poco in tal senso. Quel che mi emoziona è invece pensare di fare qualcosa che diverta e al contempo che abbia benefici nella vita reale.»
Hascoet ha continuato dicendo che si dovrebbe puntare alla creazione di giochi con modalità simili a quella introdotta in *Assassin’s Creed: Origins*, cioè, la modalità ***Discovery,*** dove gli utenti possono effettuare un “tour” delle creazioni storiche egiziane.
Infine, **Hascoet** ha affermato che **Ubisoft** è piena di marchi adatti a formare i più giovani, come *Child of Light*, *Rayman*, *Mario+Rabbids: Kingdom Battle*, ma sono giochi che non vendono tanto quanto giochi del calibro di *AC*. Infatti, è per questo motivo che i team di sviluppo della software house tendono a cercare di accettare tendenzialmente più titoli che coinvolgano un audience più adulta.

Record anche su iOS per Fortnite

Fortnite continua a macinare risultati su risultati; ultimo arrivato è il raggiungimento dei 300 milioni di dollari guadagnati sullo store dell’azienda di Cupertino in appena 200 giorni, a partire dal 15 marzo (giorno di rilascio della Beta), superando colossi del **mobile** come ***Clash Royale***. Il record per il raggiungimento del guadagno di 300 milioni più veloce resta però a ***Pokemon GO*** che raggiunse il risultato in appena 113 giorni. Ma il guadagno di ***Fortnite*** su ***iOS*** non accenna neppure

a uno stallo o a una diminuzione: sembra infatti che dall' 1.5 milioni di dollari al giorno si sia passati, grazie alla **Stagione 6** a 2.5 milioni di guadagni, già dalla scorsa settimana. Il grafico di ***Sensor Tower*** può aiutarci più delle parole, a comprendere i grandi traguardi raggiunti dal gioco.