

VIDEOGAME DA RACCONTARE

Un percorso iniziato dalla stampa specializzata, proseguito in TV e culminato in un recente e originale progetto radiofonico, con il fine principale di far percepire al grande pubblico italiano il videogioco come prodotto culturale al pari di libri e cinema, questo è l'obiettivo di Stefano Gallarini, giornalista radiotelevisivo da sempre appassionato di videogiochi.

«Mi occupo di videogiochi da oltre vent'anni e dopo essere stato direttore di riviste come *The Games Machine*, *Zzap!*, *Consolemania* o *PC Action*, il mio obiettivo è sempre stato quello di parlare del valore culturale del mondo videoludico anche in altri ambiti al di fuori dell'editoria. Così provai a portare i videogiochi in televisione con un programma che si intitolava *Usa Today* e, più recentemente, con un programma andato in onda su *La Macchina del Tempo*. Pare purtroppo però che la cultura in Italia si faccia soltanto con le cose sferiche: palloni, seni e sederi. Mi domando quindi perché anche i cd e dvd, nonostante abbiano forma rotonda, non riescano a entrare nelle grazie delle nostre menti. Lo dico perché mi sono sempre battuto per cercare di far capire quanto anche un videogioco possa essere considerato a pieno titolo un prodotto culturale e perché ancora in Italia quando si parla di videogiochi si storce il naso perché si pensa subito a una dannosissima perdita di tempo. Nel nostro Paese siamo purtroppo ancora schiacciati da una cultura che non riesce a vedere o, almeno, intravedere, nei videogiochi, così come anche nella musica, uno strumento di crescita intellettuale. Lo dimostra l'Iva al 20% che ancora attanaglia queste due opere intellettuali, considerandole, di fatto, dei "demoni" rispetto ai "rispettabilissimi" libri che godono di un'Iva del 4%, perché, appunto, sono considerati "beni culturali". In questi giorni su Internet è nata l'iniziativa dell'onorevole **Roberto Poletti** (www.abbassalamusica.it) per raccogliere firme affinché si consideri la possibilità di abbassare l'Iva sui cd musicali paragonandoli ai libri. A questo proposito sarà mia premura impegnarmi chiedendo di prendere in considerazione anche i videogiochi che, a mio avviso, devono essere considerati veri e propri beni culturali. Cercare di far comprendere al mondo dei "non giocatori" quanto un videogioco possa essere intellettualmente stimolante e culturalmente interessante è sempre stato molto difficile e se sono riuscito talvolta a creare delle trasmissioni televisive con questo obiettivo è solo perché ho sempre cercato di utilizzare un linguaggio



adatto ad un pubblico di "non addetti ai lavori" nella speranza di coinvolgerli in un mondo che non gli appartiene e di cui non intravedono le potenzialità.

Con lo stesso scopo sto attualmente affrontando una sfida ancora più ardua, ovvero quella di portare i videogiochi in radio. In un mondo cioè dove le immagini si possono solo raccontare aiutandosi, ovviamente, con i suoni. Così nel programma *Play Digital*, in onda su *Play Radio* la domenica alle 21:00, ho provato a fare delle vere e proprie recensioni con tanto di pagella dedicate ai giochi per le console next gen e per PC. Il risultato? Gli ascoltatori si fanno trasportare dall'entusiasmo e si appassionano a un mondo che non era ancora riuscito ad entusiasmarli. I giocatori spesso aspettano di ascoltare la recensione per decidere se acquistare un gioco o meno, mentre i publisher hanno intuito come anche la radio possa essere un veicolo interessante per parlare dei loro prodotti in un modo completamente differente rispetto a carta stampata e TV. Il potere della radio, infatti, è quello di riuscire a stimolare l'immaginazione di chi ascolta che, trasportato solo dai suoni e dalla descrizione, riesce ad appassionarsi anche alle storie narrate da un medium, quello videoludico che, appunto, non conosce ma che viene invogliato a scoprire. Esattamente come quando si legge un libro che, grazie al potere dell'immaginazione di chi ne usufruisce, risulta sempre essere più stimolante, ad esempio, della sua trasposizione cinematografica.

POLTRONE

ATOMIC: RINNOVATO LO STAFF COMMERCIALE



Atomic Europe ha rinnovato lo staff commerciale, creando una nuova rete vendita su territorio nazionale costituita da 17 figure esterne che rivestiranno il ruolo di sales area manager. Il nuovo reparto è coordinato da 2 supervisor, ovvero **Maria Pinto** e **Cinzia Franceschina** (nella foto sopra), che avranno il compito di supportare le nuove figure commerciali.

ATARI ITALIA

ACCORDI PER CARD, GIOCHI DA TAVOLO E DVD

Atari Italia ha definito una serie di accordi con **Hasbro**, **Upperdeck** e **Panini** e **25 Edition** per distribuire presso alcuni dei propri principali clienti diversi prodotti esterni al mercato videoludico (core business dell'azienda), tra cui numerose linee di carte collezionabili, alcuni giochi da tavolo e serie in Dvd.

MICROSOFT

UN YOUTUBE PER I VIDEOGIOCHI

XNA Express è un software scaricabile gratuitamente, basato sulla piattaforma di sviluppo e sulle librerie XNA di **Microsoft**, in grado di semplificare lo sviluppo di videogiochi che possono poi essere facilmente adattati sia al PC che a Xbox 360. Creare videogiochi per PC è interamente gratuito, mentre per Xbox 360 occorre essere abbonati al servizio XNA Creator's Club. Secondo **Chris Satchell**, general manager del Game Developer Group presso **Microsoft**, «l'obiettivo è creare un sistema di condivisione di file multimediali simile a YouTube per le immagini audiovideo, andando incontro alle nuove tecnologie per evitare di ripetere gli errori compiuti dalle industrie del cinema, della musica e della televisione, che si sono sentite immediatamente sotto attacco e hanno cercato di contrastarle. Inoltre questo sistema ci permetterà di scoprire nuovi talenti nel campo dello sviluppo videoludico e di esplorare nuove strade grazie a costi di produzione drasticamente ridotti».

NCSOFT

OLTRE TRE MILIONI DI GUILD WARS VENDUTI

Il mmorpg *Guild Wars*, pubblicato da **NC Soft** e distribuito in Italia da **DDE**, ha raggiunto i 3 milioni di copie vendute nel mondo tra i tre capitoli della saga (l'originale, *Factions* e *Nightfall*), usciti negli ultimi 18 mesi. *Guild Wars*, sviluppato da **ArenaNet**, è l'unico mmorpg che non richiede un canone mensile.

