

Domina

Come esclamava il comandante **Massimo Decimo Meridio** ne *Il Gladiatore*, «al mio segnale, scatenate l'inferno!». E alla fine l'inferno si scatenò per davvero... ma nei nostri monitor. Tutto grazie a **Domina**, seconda fatica degli sviluppatori canadesi di **Dolphin Barn**.

Domina è ambientato in un Impero Romano ai suoi titoli di coda: la situazione politica è tragica e il Senato, allo scopo di distrarre i propri abitanti dalla crisi imperiale, comincia a puntare i propri sforzi sullo spettacolo dei gladiatori. Uomini, schiavi, mandati al macello uno contro l'altro, o contro le fiere, il tutto per soddisfare la voglia di sangue degli spettatori. E noi, lì nel mezzo, a occuparci di qualche schiavo da far sopravvivere in battaglia e di accordi da stabilire con le alte cariche dell'Impero.



Il titolo dei canadesi, infatti, offre questa interessante variazione di un gestionale, dove **il nostro compito sarà quello di gestire i gladiatori**, allenandoli ed equipaggiandoli con le migliori armi e armature possibili per le nostre tasche. E soprattutto, vincendo più scontri possibili, così da guadagnare prezioso denaro e vettovaglie come cibo, acqua e vino, fondamentali per il morale dei nostri gladiatori. Così facendo, riusciremo a scalare le vette della società romana, anche grazie a qualche legame politico, cercando di corrompere i due personaggi centrali del gioco: **il generale dell'esercito e il senatore**.

Le opzioni di **micro-management** sono davvero molteplici, oltre che ben fatte: si può andare dall'assunzione di figure come allenatori o medici, capaci di migliorare l'efficacia degli allenamenti e di curare automaticamente i nostri uomini feriti in arena, fino alla personalizzazione dei nostri guerrieri. Infatti potremo cambiare molte delle loro caratteristiche, come il nome, arrivando anche a gestire l'intensità di allenamento delle cinque abilità di ogni lottatore (agilità, destrezza con le armi,

forza, difesa e mentalità) oltre alla parte più importante: l'equipaggiamento dei gladiatori. Sarà fondamentale bilanciare l'efficacia di armi, scudi e armature, a patto di non spendere tutti i nostri sudati sesterzi!

Importante anche concentrarsi sul **tech tree**: infatti, sganciando qualche soldo, potremo ricercare delle nuove abilità che aiuteranno i nostri gladiatori a sopravvivere battaglia dopo battaglia, oltre a sbloccare due nuove classi di guerrieri (**Murmillo** e **Retiarius**) e, soprattutto, l'abilità "controllo mentale", che ci permette di assumere il controllo diretto dei gladiatori, trasformando il gioco da un semplice gestionale a un vero e proprio picchiaduro!



Parlando dell'arena, qui entra in gioco l'elemento **roguelike** del titolo: le battaglie e le opzioni disponibili, come per esempio la possibilità di arrendersi o di lottare anche contro dei leoni, saranno sempre scelte in ordine casuale. Questo aggiunge longevità al titolo, anche se, andando avanti, si noterà un po' di ripetitività. Per fortuna, le varianti sono tante, e si va dal semplice scontro faccia a faccia, fino a veri e propri scontri di gruppo e, addirittura, le corse dei cavalli sul modello di **Ben Hur!**

Anche le ricompense saranno casuali, e, vincendo, potremo ottenere dei nuovi schiavi da allenare, liberare, vendere o giustiziare, sempre facendo attenzione alle riserve di viveri e al morale dei nostri gladiatori!

Le battaglie sono molto divertenti da guardare e da giocare, oltre che parecchio violente, nonostante la pixel art sia ormai abusata in questo ambiente: **Dolphin Barn** ha voluto puntare sulla spettacolarità degli scontri all'arma bianca, con battaglie veloci e intense che risultano appetibili anche ad un grande pubblico. Infatti, gli sviluppatori hanno incluso nel gioco la possibilità di avviare una sessione di streaming su **Twitch** direttamente dal titolo stesso, e anche di condividere su **Facebook** e **Twitter** la fine brutale dell'incontro, tramite una GIF animata.

Ma nell'antica Roma non è tutto oro ciò che luccica: se graficamente **Domina** ha un suo perché, e sul lato gameplay e longevità offre buoni spunti, non si può dire altrettanto del **sonoro**, penalizzato (e anche tanto) da una colonna sonora composta da musica elettronica **simil-synthwave** e **brostep**

che fa a pugni con l'ambientazione e il **setting** generale del gioco. Non capisco la scelta degli sviluppatori, che avrebbero dovuto puntare più su qualcosa di marziale e folk che richiama l'atmosfera dei tempi antichi, piuttosto che uscirne fuori con quest'accozzaglia di drop e synth sparati a volumi siderali, ricetta probabilmente più adatta a un titolo moderno come **Rocket League**.

Tirando le somme, questo **Domina** offre del buon divertimento sotto forma di gestionale: gli elementi sono ben amalgamati, sonoro escluso, e il gioco offre una buona sfida nei primi momenti, anche se tende a diventare abbastanza semplice nel **late game**. Probabilmente avrebbe giovato anche una sua conversione per **iOS** o **Android**, vista la struttura vasta ma semplice; nel complesso, il gioco offre una buona sfida, sia per i neofiti del genere, che per gli utenti più navigati.

[Far Cry 5 è il capitolo della serie venduto più velocemente](#)

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

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

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



[PUBG: costruire hype a costo zero](#)

Per molte persone, il successo di *PlayerUnknown's Battlegrounds* è arrivato dal nulla. Ma come spiega **Sammie Kang**, community manager di **PUBG**, il risultato che possiamo apprezzare oggi, deriva da un progetto ben preciso e pianificato. Nel 2016, **PUBG Corporation** era ancora conosciuta come **Bluehole**, con un team di 25 persone che hanno lavorato insieme per circa 10 anni su *Devilian*, mmorpg fantasy. Queste le parole di Kang:

«Dovevamo avere un successo minimo, per promuovere il nostro videogioco a costo 0 su Twitch e sapevamo che questa, poteva essere la nostra prima strategia di marketing fin dall'inizio.»

La **Bluehole** non aveva la possibilità economica di pagare gli **streamer** di **high-tier** allo scopo di sponsorizzare il videogioco, dunque si rivolsero agli streamers **mid-tier**; quest'ultimi avevano l'unico interesse di portare qualcosa di nuovo sul loro canale creando qualcosa di unico. Purtroppo molti di questi streamer non disponevano di **hardware** e **connessioni** adatte per un contenuto esclusivo **tripla A**. Gli sviluppatori allora decisero che quella era un'occasione per offrire hardware e contenuti esclusivi agli streamer che ne necessitavano e in cambio, quest'ultimi avrebbero fatto del loro meglio per promuovere e sponsorizzare il gioco sul loro canale.

Dopo quattro mesi di sviluppo, il gioco era pronto per una **closed pre-alpha**, che ospitò **1100** tester e proseguì per **6 ore** distribuite nel corso dei giorni a seguire.

Per capire meglio cosa desiderassero streamer e spettatori, Kang ha seguito su **Twitch** uno svariato numero di streamer e con alcuni di loro contribuì a creare uno speciale feeling tra sviluppatore e streamer. Kang, interessato molto dunque al parere delle persone allo scopo di migliorare il suo

videogioco, si mette a disposizione di tutti, insieme al suo team, per rispondere a tutte le richieste ricevute, a tutte le ore del giorno.

Kang continua

«I content creators e gli streamer non sono strumenti di Marketing, molte case di produzione li pagano per giocare un videogioco, ma non saranno in grado in questo modo di creare una relazione di amicizia duratura. Gli streamer devono essere coinvolti emotivamente e per fare questo, abbiamo creato una situazione vantaggiosa per entrambi i lati.»

La sfida di Facebook a Twitch e Youtube

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

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

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

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

Insomma, sembra proprio che il social network creato da **Mark Zuckerberg** stia seriamente puntando sul mercato dello streaming video, ma ci sarà spazio per loro in un mercato dominato da **Twitch** e **Youtube**? **Cross** dice la sua al riguardo:

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

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

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

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

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

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

[Twitch annuncia Free Games With Prime: giochi gratuiti ogni mese per gli abbonati](#)

Dopo tanti rumor, **twitch** ha annunciato il lancio del servizio **Free Games With Prime**, che offre la possibilità di riscattare gratuitamente una serie di **videogiochi** inclusi nel nostro abbonamento **Prime**. Sarà un servizio molto simile alla **Instant Game Collection** di **PlayStation Plus** o **Xbox Games With Gold**, in questo caso però su piattaforma **PC**.

Al debutto del programma, fissato per il **15 marzo**, saranno rilasciati i seguenti videogame, riscattabili entro il **31 Marzo**:

- **Superhot**
- **Oxenfree**
- **Mr. Shifty**
- **Shadow Tactics**
- **Tales from Candlekeep Tomb of Annihilation**

Twitch inoltre ha deciso di rivelare i titoli presenti anche ad **Aprile**, che sostituiranno la vecchia line-up di **Marzo**:

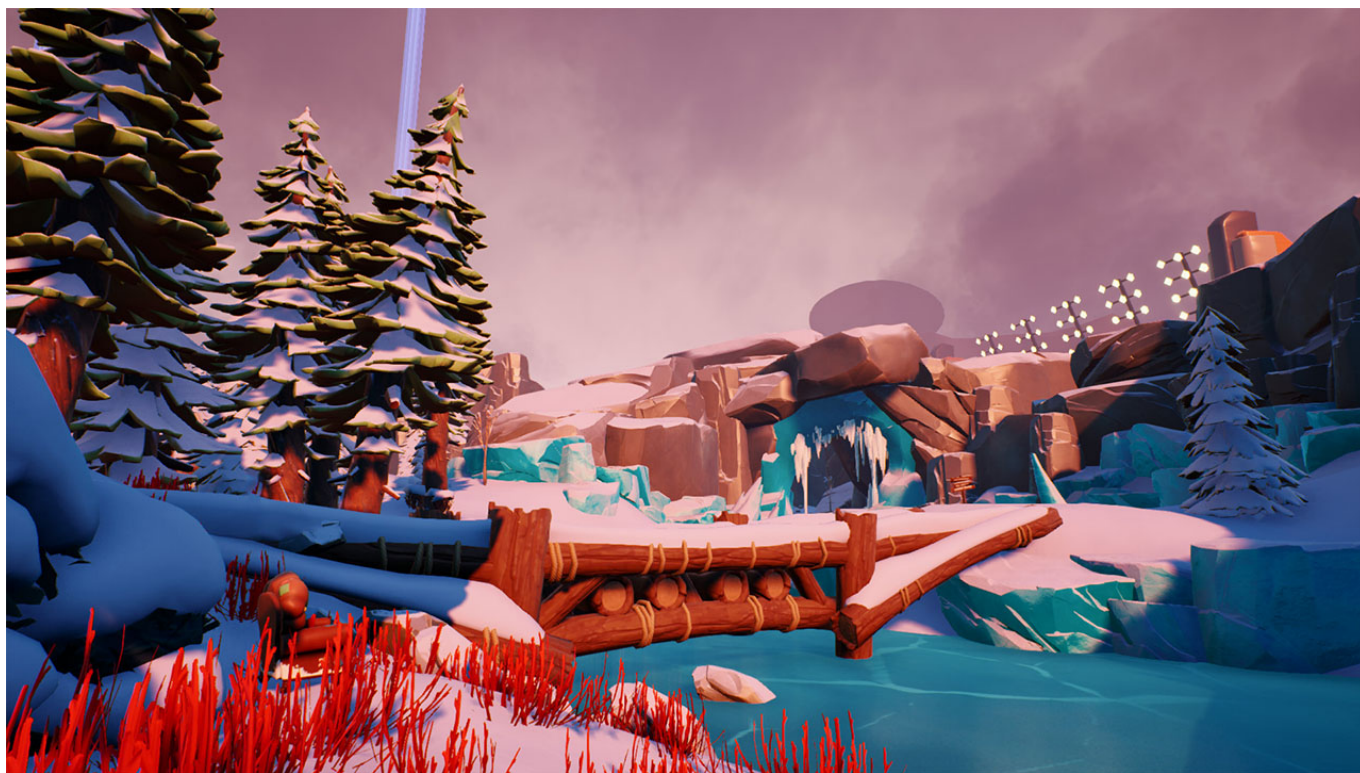
- **Tales from the Borderlands**
- **SteamWorld Dig 2**
- **Kingsway**
- **Tokyo 42**
- **Dubwars**

A differenza di molti altri servizi che presentano degli abbonamenti, il servizio **Twitch Free Games**, darà la possibilità a noi giocatori, di continuare a utilizzare i titoli che abbiamo precedentemente riscattato, anche con l'abbonamento Twitch Prime scaduto.

Approfitterete del vostro abbonamento Prime per riscattarli?

[The Darwin Project \(Beta\)](#)

Viviamo in un periodo particolare, dove l'online sta gradualmente sovrastando titoli single player che, una volta conclusi, trovano spazio solo tra gli scaffali di casa. Le **battle royale** sono in voga in ambito videoludico, dove fanno la voce grossa IP del calibro di **PlayerUnknown's Battlegrounds** e **Fortnite** ma, nonostante questo tipo di mercato veda come massimi esponenti i titoli di Bluehole ed Epic Games, si sente ancora la mancanza di qualcosa, di quel "pepe" che potrebbe portare le battaglie su un altro livello. La risposta arriva da dove non la si aspetta, ovvero da **Microsoft**: nonostante non si vedano nemmeno con il cannocchiale titoli esclusivi di livello sulla propria console, la casa di Redmond ha dato fiducia a **Scavengers Studio** e al loro **The Darwin Project**, passato per la verità un po' in sordina durante la presentazione allo scorso E3. La domanda è: questo ennesimo titolo "battle royale", può veramente dire la sua di fronte ai mostri sacri del genere? La versione da noi testata era ancora in **fase preliminare** ma abbiamo voluto analizzare con calma tutti gli aspetti di un titolo che non andrebbe sottovalutato.



Canada, una terra violenta

Non è passato tanto tempo dall'uscita nelle sale di ***Hunger Games***, omonimo film tratto da una serie di opere letterarie ambientate in un mondo distopico, in cui un gruppo di giovani ragazzi viene scaraventato in una specifica location con l'unico scopo di eliminarsi a vicenda. Se siete fan della saga o - ancora meglio - del celebre manga di **Koushun Takami**, ***Battle Royale***, troverete di vostro gusto ***The Darwin Project***, che promette molta più profondità di quanto visto finora. Il tutto ha anche un contesto narrativo: un famoso show televisivo canadese crea il ***The Darwin Project***, trasmissione dove dieci detenuti sono costretti a uccidersi a vicenda pur di sopravvivere.

Elemento che balza subito all'occhio è il discostarsi sapientemente dalla concorrenza, proponendo qualcosa di nuovo e probabilmente di più complesso. Tutto parte proprio dal numero: scordatevi il dare la caccia e l'esser cacciati da decine e decine di altri giocatori; qui, più che in ogni altro titolo di questo tipo, a far la differenza tra la sopravvivenza o meno è la **capacità d'adattamento**, elemento che **Charles Darwin** ritenne fondamentale per la sopravvivenza delle specie viventi. Avremo a che fare dunque, non solo con altri nove contendenti ma soprattutto con le rigide temperature canadesi e quindi con difficili condizioni ambientali che possono rendere ancor più difficoltoso e stratificato il gameplay del titolo.

Buttati nella mischia con addosso una semplice tuta, un arco e un'ascia, sarà fondamentale sin da subito "craftare" e ottenere qualcosa che possa proteggerci dalle intemperie. Qui entra in scena uno dei tanti elementi fondamentali: **l'esplorazione**. L'unica mappa a disposizione è abbastanza grande da permettere la ricerca di alcuni elementi essenziali senza incrociare lo sguardo di qualcuno. Disseminati qua e là, sono disponibili zone in cui reperire risorse importanti, utili per aumentare il livello del nostro alter ego attraverso il suo equipaggiamento. La mappa è suddivisa in sette zone distinte ma collegate tra loro e che via via verranno distrutte per favorire un maggiore accentramento dei giocatori nelle fasi finali. Questo elemento non è nuovo ovviamente ma è ben studiato ed evita che alcuni utenti possano venire isolati dalla partita.

Il modo di affrontare la situazione dipende da molti fattori ma soprattutto dalla nostra strategia e forza d'animo: può risultare utile restare in disparte, cercando di potenziare il proprio equipaggiamento oppure diventare dei cacciatori, seguendo le orme della vostra ignara preda e colpirla alle spalle. I diversi approcci portano a pro e contro che variano di partita in partita; essenzialmente, dipende da che tipo di contendenti avrete di fronte e adattarvi di conseguenza.

Come detto, ogni angolo può nascondere nemici e prima o poi, vi toccherà combattere. Tastiera o pad alla mano, il **combat system** risulta assai semplice: il buon utilizzo dell'arco dipende solo dai vostri riflessi e mira e il corpo a corpo da come siete attrezzati. Il vero nemico è l'ambiente stesso e il freddo influenzerà letteralmente la vostra resistenza. L'unico modo per difendersi dalle rigide temperature è ripararsi creando un vestiario adatto o, soluzione più rapida ma anche più rischiosa, accendere un fuoco per scaldarsi; il fuoco acceso ha però un effetto non trascurabile, quello di segnalare ai nemici la vostra posizione. Se da un lato risulta essere dunque un grosso svantaggio, dall'altro *The Darwin Project* vi permette di vedere ogni cosa da un altro punto di vista come, in questo caso, attirare gli avversari in una trappola grazie all'accensione del falò.

Anche nel titolo Scavengers non mancano i **rifornimenti** che, una volta raccolti, permettono di sfruttare alcuni potenziamenti passivi, in grado di cambiare le sorti del match: resistenza, velocità o una migliore visione dell'ambiente e dei nemici sono *perk* essenziali per aumentare le proprie chance di sopravvivenza.



Buon pomeriggio, buonasera e buonanotte

The Darwin Project, prima di essere un videogioco e un fittizio programma televisivo, è un titolo che riesce a portare anche quella giusta dose di innovazione. La sua duplice natura di **Battle Royale** e **Truman Show** viene espressa in maniera diretta sulle principali piattaforme streaming come

Twitch: il pubblico reale potrà decidere il suo favorito, mettendo a disposizione del giocatore risorse in grado di aumentare le sue possibilità di vittoria. Facendo un paragone motoristico, il tutto sembrerebbe simile al **Fan Boost** presente in **Formula-e** dove il pilota votato dal pubblico riceve un surplus di potenza extra. È una meccanica davvero interessante e che ben si sposa alle logiche degli e-sports: ogni giocatore potrà essere un gladiatore del XXI secolo, con il vantaggio di non essere ucciso realmente in battaglia.

Interessante è anche la possibilità di prendere le veci del (Mega) **Direttore** (Galattico) che, da spettatore interessato (grazie a un drone indistruttibile) potrà seguire le gesta del manipolo di uomini decidendo - non direttamente però - il corso del match: potrà scegliere quale settore della mappa distruggere, elargire *perk* a piacimento e anche curare uno dei partecipanti. Questo giocare a fare Dio è forse uno degli elementi più difficili da gestire, presentandosi come una lama a doppio taglio. Questa meccanica andrà approfondita non appena verranno rilasciate altre release pre-lancio.

Dal punto di vista tecnico, il titolo sembra già ben ottimizzato, garantendo i 60fps in ogni situazione. Certo, non è un gioco che si perde in dettagli "soulsiani", preferendo uno stile molto vicino a *Fortnite*, volutamente cartonesco, forse per sdrammatizzare il più possibile l'evento su cui poggia il titolo.



In conclusione

Nonostante sia ancora in fase **Beta**, **The Darwin Project** riesce a introdurre una serie di idee innovative sfruttando la propria natura di show televisivo. Una battle royale dalle molte facce, in cui il nostro istinto di sopravvivenza può davvero fare la differenza. Andranno valutate più attentamente le meccaniche social, che rischiano di minare l'equilibrio del titolo ma, in ogni caso, il lavoro Scavengers Studio è davvero da tenere in considerazione.

Come scegliere la CPU più adatta al gaming e allo streaming

Tra **Twitch** e **Youtube**, diventa sempre più diffusa la pratica di condividere i propri **gameplay** in rete, soprattutto perché configurare uno streaming risulta un'operazione semplice se si è dotati di una configurazione hardware appropriata.

Diamo un'occhiata adesso alle varie opzioni da valutare in base alle proprie preferenze:

Nvidia NVEnc, **AMD Video Coding Engine** e **Intel QuickSync**, con i loro *encoder* accelerati, promettono di garantire un'esperienza efficace, evitando il sovraccarico della CPU. In genere però questi *encoder* finiscono per sacrificare qualità e flessibilità.

Invece, la codifica software con libreria **x264**, avendo *utility* come **XSplint** e **Open Broadcaster Software** (OBS) risulta abbastanza semplice. La qualità dello streaming sembra essere migliore rispetto agli approcci gestiti dalla GPU, ma con bit rate simili. Twitch pone dei limiti di **bit rate**, per cui, chi fosse interessato a tale piattaforma, dovrebbe prenderlo in considerazione. E' possibile che lo streaming appesantisca la larghezza di banda: un'ora di streaming a **10 Mb/s** infatti, corrisponde a **4,5 GB** di dati; dunque è preferibile un *encoder* con il massimo dell'efficienza.

È possibile configurare molte opzioni semplicemente utilizzando il software a disposizione, ma ottenere una qualità migliore mediante questa codifica ha come prezzo da pagare il sovraccarico della CPU; non una grande idea, considerando l'obiettivo di ottenere il massimo frame rate possibile. In poche parole, avendo un hardware limitato e spingendo troppo sulla codifica software si avrà come risultato lag, cali di frame e prestazioni pessime in generale.

Consigliamo di usare un **secondo sistema hardware** dedicato allo streaming, così da avere un'ottima esperienza di gioco e garantire al pubblico uno streaming video di alta qualità. Basterà collegare il vostro sistema di gioco a un altro PC con una **scheda di cattura**, o meglio ancora con una **LAN** per gestire separatamente il carico legato alla codifica.

Tornando a parlare di codifica software, essa può influire enormemente sulle prestazioni. Fino a poco tempo fa per fare uno streaming e giocare con la massima qualità su un PC, era necessario comprare una costosa CPU provvista di molti *thread*, ma fortunatamente oggi, questi processori desktop di fascia alta sono molto più accessibili.

Per esempio i **Ryzen 7** di AMD forniscono la possibilità di avere un buon numero di *core*, e la gran parte dei giochi non arriva neanche a usarli tutti. Questo consente di avere una buona parte di potenza in più a disposizione per fare streaming a un prezzo ragionevole. Anche i nuovi **Coffee Lake** targati **Intel** possiedono molti *core*, e sono in grado di sfidare le CPU Ryzen mediante i carichi che sfruttano più *thread*.

Twitch: giro di vite su flame e contenuti sessualmente espliciti

Dopo la sua acquisizione da parte di **Amazon**, Twitch è maturato molto nel tempo e, proprio pochi giorni fa, sono stati annunciati i nuovi criteri di tolleranza per quanto riguarda molestie, il cosiddetto

flame e contenuti sessualmente allusivi. Innanzitutto verrà data grande importanza alla community, mettendo a disposizione un elenco delle nuove politiche di tolleranza. Viene precisato come, nonostante vengano utilizzati mezzi esterni al sito per indirizzare odio o molestie verso qualsiasi utente su **Twitch**, ciò sarà comunque considerata come una violazione delle nuove regole. Non è più tollerato il classico “stavo scherzando”; a detta del sito infatti, per quanto sia possibile scherzare con un amico, si è sempre all’interno di una piattaforma con un vastissimo e diversificato pubblico. È stato precisato inoltre, come il sito non possa prendere dei veri provvedimenti per quanto riguarda l’abbigliamento, ma “suggerisce” uno stile casual e mai sopra le righe. La piattaforma ha dato inoltre, altre linee guida per poter rispettare al meglio il nuovo regolamento, come la giusta angolazione delle telecamere, i vari poster presenti nell’inquadratura e illuminazione. Infine, è stato precisato come queste nuove linee sono necessarie per riuscire a carpire il vero intento dello streamer: verrà tenuto conto di molti dettagli per determinare se l’interessato/a stia cercando di essere sessualmente allusivo/a o se stia semplicemente portando un normale contenuto. Qui le parole del comunicato stampa ufficiale:

«Vogliamo, non solo che tutti i nostri utenti si sentano i benvenuti su Twitch, ma anche di essere orgogliosi di far parte della comunità. A tal fine, stiamo rafforzando la nostra posizione su molestie e odio prendendo in considerazione tutti i comportamenti off-Twitch. Se verranno utilizzati altri servizi per dirigere odio o molestie nei confronti di qualcuno sulla piattaforma, considereremo una violazione delle politiche del nostro sito. Non è più tollerato scherzare quando questo riguarda odio e/o molestie, anche se lo scherzo è rivolto a un amico, visto che si esegue uno streaming su un servizio che raggiunge un vasto pubblico. Prenderemo in considerazione titolo, angoli della telecamera, *emote*, abbigliamento, sovrapposizioni e moderazione della chat. L’abbigliamento nello stream dovrebbe essere appropriato per una strada pubblica, un centro commerciale o un ristorante.»

Influencer: la scelta ideale per un’azienda di gaming

Quando si parla di **influencer**, la prima cosa che ci viene in mente sono **YouTuber** e *streamer* di **Twitch**. Il lato commerciale degli influencer è espresso tramite la produzione di determinati contenuti (essenzialmente video) ma, il loro potenziale, va ben oltre. L’agenzia di marketing **GamerInfluencer** ha sviluppato il suo business dimostrando, come afferma **Benedikt Seitz** (il fondatore), che bisognerebbe guardare oltre i soliti “**gamer influencer**” (come per esempio il noto **PewDiePie** o altri personaggi di spicco della rete) in modo da coinvolgere un pubblico più ampio.

Seitz, a una intervista di **GameIndustry.biz** dice:

«Non bisognerebbe basare la ricerca sul “giusto influencer”, piuttosto sarebbe più opportuno trovare chi coinvolge una buona fascia demografica. Spingere sui canali specializzati può anche essere un buon inizio, ma successivamente si deve procedere tramite il fattore demografico degli spettatori. È stato comprovato che i giochi di nicchia, per esempio un gioco di “cucina”, che

potrebbe avere una fascia demografica ridotta e prevalentemente al femminile, può avere un discreto successo su piattaforme come Instagram, che non nascono per il gaming, ma che si prestano bene a tutti quei giochi che non troverebbero spazio tra gli influencer.»

Gameindustry.biz:

«Sicuramente degli ottimi consigli, ma il bello di pubblicizzare tramite un canale specializzato è che non solo l'host comprende perfettamente il tuo prodotto, ma verrà compreso anche dagli spettatori. Invece sfruttando piattaforme non dedicate, come un canale di cucina, si potranno sì trovare degli appassionati di gaming, ma l'host sarà comunque interessato a presentare il prodotto?»

Seitz:

«Devo ammettere che non tutti sono aperti al promuovere giochi sul proprio canale, però un buon 70-80% degli influencer "non-gamer" è disposto a farlo; qualora il gioco non dovesse condividere i loro interessi, quindi anche quelli del loro canale e dei loro fan, non lo pubblicizzerebbero mai.

Vorrei sottolineare anche quanto sia importante guardare OLTRE l'ovvio regno di YouTube per cercare degli influencer, alla luce del fatto che anche Instagram, grazie alle sue "stories", abbia avuto un grandissimo successo, ma come lei anche Snapchat per esempio. Anche piattaforme più consolidate come Facebook o Twitter, vanno bene per promuovere i propri prodotti. Per esempio, se si vuole promuovere un titolo per i "core gamer" sicuramente si avrà più visibilità su piattaforme come YouTube e Twitch, d'altra parte se si dovesse promuovere un gioco "casual", sarebbe più adatto Instagram, in cui un piccolo video in una "storia", sarebbe già sufficiente»

Benedikt Seitz suggerisce inoltre, che le case di sviluppo dovrebbero collaborare con gli influencer, in quanto sono persone molto creative e possono dare quel punto di vista in più che potrebbe fare la differenza. Alla luce di quanto accaduto poco tempo fa al personaggio di **PewDiePie**, le cose stanno cambiando su YouTube, ma anche altrove. La gente non può più fare ciò che vuole ma bisogna mantenere un'etichetta "professionale"; si sta comunicando con il grande pubblico quindi bisogna rispettare delle regole. **Seitz** sostiene che YouTube potrebbe anche non essere più la piattaforma più ambita per gli influencer tra 5 o 6 anni e che anche **Facebook** non è la più adatta alla promozione di video e contenuti auto-prodotti, ma può essere utile ugualmente anche se ha perso il suo "impatto".

Seitz conclude dicendo:

«Ci saranno molti cambiamenti nelle piattaforme social, non importa quale questa possa essere, in ogni caso vedremo sempre qualche forma di influencer»

[Genital Jousting, il gioco che ha reso](#)

popolare Steam live

Dopo essere stato inserito nella [lista dei giochi bannati](#) da **Twitch**, *Genital Jousting*, gioco il cui focus è quello di controllare dei peni, muniti di ano tra i testicoli, e farli penetrare tra loro, ha trovato nuova vita grazie a **Steam live**.

I creatori del gioco, **Free Lives**, sono rimasti davvero sorpresi del ban da parte di **Twitch**, e anche **Nigel Lowrie**, co-fondatore di **Devolver Digital**, non ha nascosto stupore.

Il ban - immediato e senza preavviso - ha quasi fermato i piani dello studio per quanto riguarda lo streaming online ma, grazie a una serie di eventi fortuiti, a gennaio *Genital Jousting* è diventato il primo titolo a essere trasmesso in streaming direttamente dalla pagina di **Steam** senza alcuna censura.

The first ever livestream to a Steam game page is for Genital Jousting and it's glorious.

<https://t.co/pn2nUOtPfb> pic.twitter.com/RqKZIE9YHC

— Devolver Digital (@devolverdigital) [January 18, 2018](#)

Lowrie racconta che, al **GDC** di due anni fa, si presentò allo stand in cui veniva presentato il gioco un rappresentante di **Steam**, che si fermò a bere qualcosa e poté subito osservare come il pubblico apparisse divertito e incuriosito.

Lowrie, quindi, chiese al rappresentante se potesse essere un problema se il titolo fosse approdato su **Steam**, visto il grosso successo di pubblico; la risposta fu positiva, a patto che fosse specificato che si trattava un gioco per soli adulti.

Genital Jousting è uscito su **Steam** in **Early Access** nel 2016 ed è stato un successo immediato per la community live-streaming di **Youtube**. Lo stesso non si può dire per quanto riguarda Twitch: Lowrie racconta di essere stato sommerso da numerosi tweet di utenti che chiedevano se fosse a conoscenza del fatto che il gioco era stato bannato dalla piattaforma streaming di **Amazon**.

La sua reazione fu di disappunto, in quanto reputava Twitch molto importante per pubblicizzare il gioco, ma le regole ferree della piattaforma contro i giochi con contenuti di tipo sessuale, non potevano essere eluse senza una sorta di censura applicata al titolo. Nonostante il ban, il gioco ha venduto bene in fase di Early Access e **Free Lives** ha continuato ad aggiornarlo, aggiungendo nuove modalità. La data di rilascio del **18 Gennaio 2018** però si avvicinava, e Lowrie dovette trovare un'alternativa per pubblicizzare il titolo in live-streaming; per pura coincidenza Steam aveva appena ultimato il suo servizio di live-streaming e, con stupore di Lowrie, non ci fu alcun problema. Il 18 Gennaio *Genital Jousting* è stato **il primo gioco ad andare in streaming su Steam** registrando **350.000 visualizzazioni**, con una media di 4000 views in contemporanea.