

GamePodcast #12 - Da Epic Games Publishing al Mercato Videoludico al tempo del Covid-19

Nella puntata di oggi:

- **Epic** entra nel mondo del publishing. Sarà rivoluzione?;
- Recensione di ***Daemon X Machina*** (Versione Steam);
- Il Mercato Videoludico alza la Cresta;

Tutto questo in compagnia di Marcello Ribuffo, Gero Micciché e Andrea Rizzo Pinna
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>

GamePodcast #11 - Da Half-Life Alyx e il VR alle esclusive, sino a Blasphemous

Nella puntata di oggi:

- **Half-Life: Alyx** è davvero così innovativo?;
- La rubrica di Gero Micciché (**Gameloft**): la situazione **VR** e le potenzialità;
- Il concetto di esclusiva si sta evolvendo?;
- Recensione di ***Blasphemous***;

Tutto questo in compagnia di Marcello Ribuffo, 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>

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 intellettuale](#)).

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.

Dead Cells e l'importanza del marketing

Recentemente si è tenuto il **PAX Dev**, un incontro a porte chiuse tra sviluppatori e stampa. **Steve Filby**, ex responsabile marketing di **Motion Twin**, racconta il percorso di **Dead Cells**, uno dei giochi più discussi del momento.

Inizialmente concepito come **tower defense**, grazie una minuziosa ricerca di marketing su Steam da parte di Filby per rendersi conto di quello che realmente la gente voleva, **Dead Cells** cambiò totalmente rotta: venne accantonato il progetto originario e si puntò a qualcosa di commercialmente più appetibile e, dopo aver valutato quello che i concorrenti avevano da offrire, si decise di creare qualcosa che fosse **un'intersezione perfetta tra un roguelike e un metroidvania**, generando in questo modo qualcosa di totalmente fuori dagli schemi, un **"roguevania"**.

Non rimaneva dunque che organizzare il piano di marketing del prodotto, anche se non ancora completo. Solitamente le software house più grandi pagano fior di quattrini per far giocare il proprio titolo agli streamer più quotati ma, ovviamente, questo non poteva essere il caso di **Motion Twin**. Così **Filby** decise di concedere la demo a **pochi streamer** di basso rango che in poco tempo crebbero esponenzialmente aumentando così le richieste di chiavi di gioco.

Ovviamente ricevere una recensione su riviste specializzate di settore fa sì che un gioco acquisti molta più credibilità agli occhi dei videogiocatori. **Filby** si soffermò a controllare da dove arrivasse il proprio flusso di utenza, scoprendo che la stragrande maggioranza delle persone che avevano giocato a **Dead Cells** non erano altro che ragazzi che lo avevano acquistato al day one, giocato e scritto una recensione. A questo punto, l'unico obiettivo, era quello di attirare gli occhi della stampa su **Dead Cells**, mettendo a punto un piano marketing che prevedeva innanzitutto un pesante pressing sui social media, in modo che nessuno potesse dire di non aver mai sentito parlare di quel gioco, ma anche una serie di eventi organizzati da **Motion Twin** per la promozione del titolo, **con un costo totale di circa 60.000\$**.

Questo fece sì che gli occhi di **Valve, Nintendo, Sony e Microsoft**, puntassero su questo promettente gioco.

In **early access**, solo durante la prima settimana, **Dead Cells** ha **oltrepassato le 100.000 copie**, così per il lancio definitivo gli sviluppatori hanno voluto dare qualcosa in più: una funzione di **streaming con Twitch integrata nel gioco**, tramite la quale altri utenti potrebbero curare il personaggio o rendere il livello di sfida più alto aggiungendo altri nemici. Su **Twitch Dead Cells**, un mese prima del lancio del gioco definitivo, aveva già maturato oltre **181 milioni di minuti di visualizzazioni**, raggiungendo l'incredibile cifra di **325 milioni di minuti** dopo neanche un paio di settimane.

Ma **Steve Filby**, lasciò **Motion Twin** durante l'uscita del gioco per potersi dedicare alla sua agenzia di marketing **IndieCatapult**. Il più era fatto.

Achievement: motivano o frustrano?

Nel mondo dei videogiochi esistono due tipi di player: quelli che vogliono completare solamente la storia di un gioco e i cosiddetti “**achievement hunter**”, coloro che cercano in tutti i modi di completare al 100% un titolo al fine di sbloccarne tutti gli obbiettivi.

Ma da quando esistono gli achievement?

Per rispondere a questa domanda bisogna fare un tuffo nel passato e ritornare al lontano **1982**, quando **Activision** decise di premiare i migliori punteggi con delle toppe, spedite a costo zero ai vincitori. Una bella iniziativa per l'epoca che ha portato molti giocatori a sfidare le proprie abilità per riuscire a battere il record. Purtroppo questa decisione ebbe vita breve, cessando di esistere, all'interno delle nuove uscite Activision, dopo un solo anno, nel 1983.

Nel nuovo millennio, con le nuove tecnologie, **Microsoft** ha iniziato a implementare gli obiettivi nella sua console, iniziando l'era degli **Achievement**. Passeranno solamente un paio di anni prima che anche Valve faccia la stessa cosa, e l'anno successivo toccherà anche a **Sony**.

Al giorno d'oggi quasi tutti i giochi hanno degli obiettivi da completare per sbloccare una ricompensa, che potrebbe essere un trofeo, nel caso di Sony, o un punteggio, nel caso di Microsoft, **persino i giochi mobile hanno degli achievement** da sbloccare.



Ma tutto questo motiva i giocatori? Certo che sì: ricevere un premio per aver completato il gioco è sempre gratificante e, per la maggior parte dei giocatori, è come una sfida da dover superare per mostrare le proprie capacità, per sfoggiare quel trofeo tanto desiderato da tutti.

A oggi esistono moltissimi obiettivi, da quelli più semplici e facilmente ottenibili a quelli più complessi che richiederanno molto più tempo e concentrazione. Si va da quegli achievement basilari, che per essere sbloccarli basta solamente completare la storia, seguire un tutorial, fino ad arrivare a quegli obiettivi che hanno bisogno di una specifica difficoltà, di ottenere determinati oggetti o, ancora, di completare delle specifiche *quest*.

Gli obiettivi che riguardano la storia sono i più semplici da ottenere, ma gli altri saranno una vera sfida per chiunque voglia completarli. **Molti achievement richiedono delle determinate abilità**, che ogni giocatore dovrà sviluppare, come una sconfiggere un nemico con una combo d'attacco, l'uccisione di un boss con una determinata arma e, come in *Kingdom Hearts I*, completare il gioco senza cambiare equipaggiamento o completarlo in meno di 15 ore. Tutti obiettivi molto difficili, ma non impossibili. Purtroppo non esistono solo questi tipi di trofei, in alcuni giochi: infatti, gli obiettivi disponibili fanno riferimento a scelte da compiere, capaci di intaccare la narrazione – come se in *Life is Strange* ti imponessero di fare una determinata scelta, anche se questa avrà delle conseguenze all'interno del mondo di gioco -. Degli obiettivi, dunque, che mettono in difficoltà il giocatore, non facendogli godere appieno la propria avventura.

Ogni trofeo, obiettivo, achievement, qualsiasi sia il suo nome, offre un appagamento personale, il superamento di un livello, la sconfitta di un boss segreto o qualsiasi altra cosa motiva il giocatore, lo sprona a scoprire e giocare al 100% il titolo. Inoltre, per invogliare i giocatori [Sony, ha da poco inaugurato un sistema tutto nuovo per l'ottenimento dei trofei](#), i quali forniranno una **somma di denaro in base al punteggio ottenuto**.

Ma purtroppo esiste anche un lato negativo degli achievement: molte software house implementano degli obiettivi solamente per rendere il gioco più lungo, magari riguardanti solamente alcune missioni secondarie o l'ottenimento di oggetti collezionabili.

Se Sony riuscisse a implementare questo nuovo sistema in tutto il mondo, riuscirebbe ad attirare più "achievement hunter" e allo stesso tempo molti titoli verrebbero giocati per mesi, anche dopo il loro completamento. Sicuramente una strada percorribile anche dalla concorrenza.

[Ascesa e declino delle demo](#)

Nella metà degli anni '90, diciamo più o meno con l'arrivo della prima **PlayStation** nei negozi, le **demo** erano praticamente ovunque: gran parte delle riviste videoludiche che si trovavano nelle edicole erano colme di versioni dimostrative dei titoli in uscita. Ma con l'avvento della rete a banda larga e degli store digitali, questo tipo di marketing è scomparso quasi del tutto. Cosa ha portato gli sviluppatori a cambiare metodo di promozione dei propri giochi?



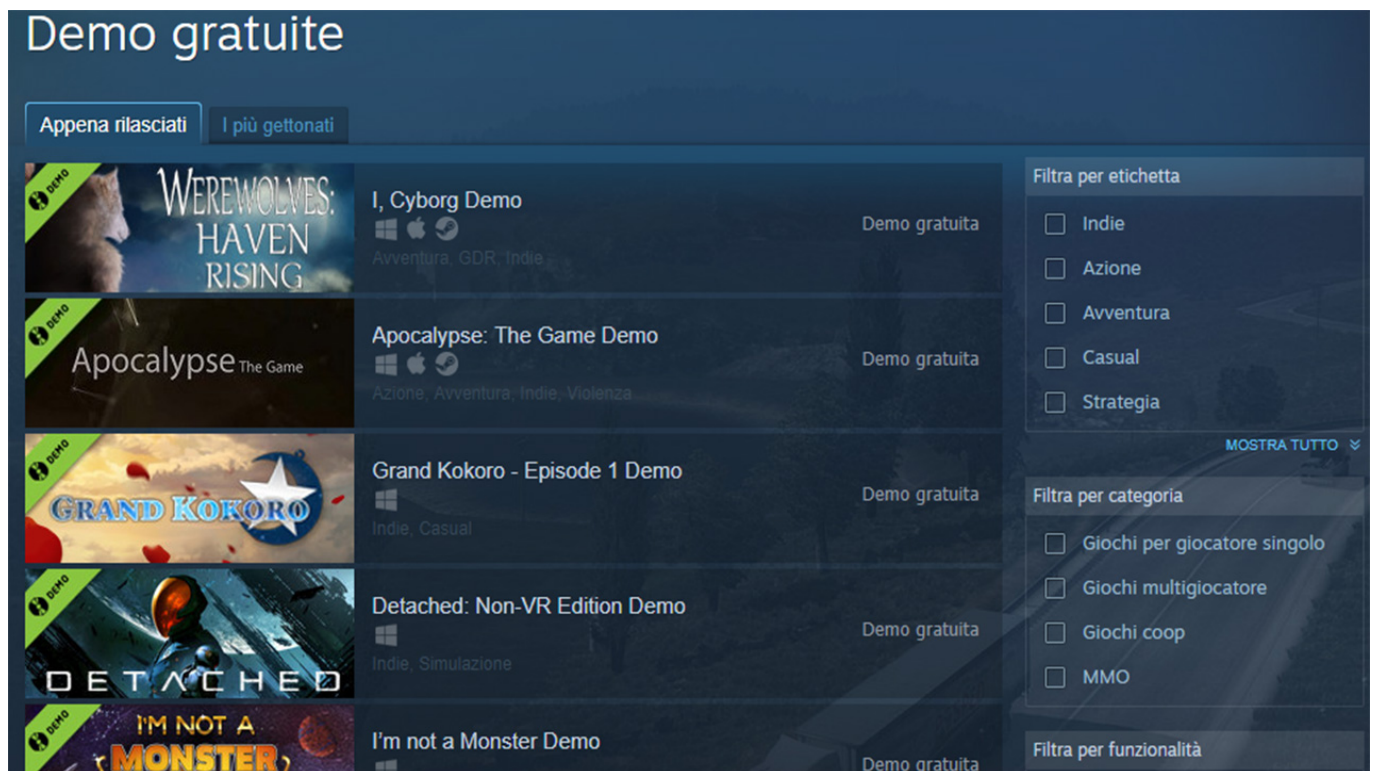
Una delle principali motivazioni dell'abbandono delle **demo** è dovuto alla mancata imposizione da parte del mercato come modello di riferimento: semplicemente, esse non si sono rivelate efficaci come altre forme di pubblicità, come trailer e video gameplay. Questi ultimi permettono di mettere in risalto i lati migliori del titolo in uscita e nascondendo i difetti, generando così hype per il futuro acquirente.

Invece, le **demo**, devono riflettere lo stato attuale della lavorazione del gioco, con i suoi pro e contro: così facendo un giocatore dapprima interessato all'acquisto potrebbe ripensarci e decidere di risparmiare il proprio denaro, perché ciò che ha provato non ha rispettato i suoi standard. Questo non riguarda direttamente la scarsa qualità del prodotto o eventuali bug e glitch, ma può essere semplicemente essere una questione di gusti. Infatti, secondo **Jesse Schell**, game designer americano e professore di **entertainment technology** alla **Carnegie Mellon University** di Pittsburgh, ha condotto un'analisi dove è risultato che le **demo** dei giochi tendono a danneggiarne le vendite, piuttosto che migliorarle.

Le versioni dimostrative sono affette da un paradosso non da poco nel mondo del gaming: devono essere ben fatte, per incoraggiare l'acquisto da parte dei giocatori, ma non devono molto estese, perché un assaggio prolungato del titolo può accontentare i palati di tanti futuri acquirenti. Molte volte le **demo** offrono la parte iniziale del gioco completo: solitamente rappresentano la parte più semplice e poco interessante dell'intera opera. Molti giochi sbocciano dalla metà in poi, e può essere controproducente dare in prova qualcosa di non intrigante. Creare qualcosa ad hoc, come un livello bonus o una parte del gioco scritta appositamente per la demo richiede più lavoro, e quindi gli sviluppatori, col tempo, si sono concentrati di più su altre forme di pubblicità, ritenute più semplici e redditizie.

Un altro paradosso riguarda la pirateria: la "scusa" più usata da chi scarica illegalmente un titolo è quella di volerlo provare sul proprio **PC** per vedere se funziona o se ne vale l'acquisto. In teoria, l'uscita di una demo dovrebbe scongiurare il rischio pirateria, ma non è stato il caso di **Resident Evil VII**: sia il gioco completo che la versione dimostrativa erano protette da **Denuvo**, il popolare DRM anti-pirateria. Ma la demo del titolo **Capcom**, uscita con due settimane di anticipo rispetto al titolo completo, ha dato tempo ai *cracker* di lavorare sul codice e aggirare la protezione, rendendo

così disponibile l'ultimo capitolo della saga horror sui canali illegali.



Se analizziamo l'offerta attuale delle **demo**, prendendo per esempio lo store di **Steam**, si nota che la sezione omonima è abbastanza nascosta nella homepage, visto che si deve evidenziare prima il menù dei giochi e poi andare su demo: è un sistema quasi estinto e poco usato, che ha lasciato lo spazio ad altri metodi, come le *open beta*, i weekend gratuiti (vedi **Overwatch** di **Blizzard**) oppure, idea lanciata proprio dallo store di **Valve**, il rimborso. Quest'ultimo metodo pone dei limiti entro quale è possibile richiedere la restituzione del denaro speso, ovvero una finestra di tempo di due settimane dall'acquisto e non più di due ore di gioco. Pur sembrando poco conveniente, può risultare un buon metodo per non perdere i nostri sudati risparmi, soprattutto in casi dove la nostra macchina può faticare nelle prestazioni, magari anche a causa di una cattiva ottimizzazione, come accaduto per **Batman: Arkham Knight**.

Curioso il metodo usato, invece, su **Origin**, lo store di **Electronic Arts**: per 3,99€ mensili o 24,99€ annuali, si può diventare membri di **Origin Access** e approfittare del 10% di sconto negli acquisti dello store, e dieci ore di prova per i rispettivi giochi. Nonostante queste misure non vadano effettivamente a sostituire le **demo**, possono risultare un buon metodo per provare molti titoli.

Insomma, la situazione è molto diversa rispetto al passato: ai tempi le **demo** erano quasi una necessità, e acquistare una rivista o scaricare l'eseguibile da un sito web era la prassi, in un mondo dove i titoli completi erano quasi ad appannaggio dei negozi specializzati. Con il passaggio dal fisico al digitale, la necessità di provare una **demo** è venuta sempre di più a mancare, grazie anche a servizi come **Humble Bundle** o lo stesso **Steam**, che molte volte offrono giochi completi scaricabili gratuitamente, oppure "pacchetti" di più giochi ottenibili a un prezzo altamente competitivo. Così facendo si contribuisce alla crescita del nostro amato e odiato *backlog*, ma alla fine è il prezzo da pagare per l'evoluzione del medium videoludico. Potrebbe essere comodo un ritorno al passato, ma probabilmente, le **demo** sono scomparse perché non ne sentiamo più il bisogno come venti anni fa.

L'importanza di Steam Spy e dei suoi numeri

Steam Spy è un servizio ideato da **Sergey Galyonkin**, Director of Publishing Strategy (DPS) di Epic Games, che ha voluto raccogliere e rendere pubblici tutti i possibili dati delle vendite di Steam che possano servire ad aziende e a privati. Ovviamente, non essendo un servizio proprietario di **Valve**, i dati che forniva Steam Spy non erano precisi, ma si avvicinavano moltissimo alla realtà. Con i suoi dati e i suoi numeri (circa 50 mila persone ogni giorno visitano il sito) Steam Spy ha rappresentato, dal 2015 a poco tempo fa, un punto di riferimento sia per gli utenti sia per molte software house indie, aiutandole a scegliere con precisione le mosse da compiere nel mercato mondiale.

Purtroppo **ad aprile** di quest'anno, **Valve**, per ostacolare questo servizio, [ha cambiato la policy della privacy](#) della sua piattaforma, stroncando quasi del tutto il lavoro di Steam Spy. Questo aggiornamento ha reso tutte le librerie degli utenti private di default, rendendo molto più difficile e molto meno preciso l'algoritmo di Galyonkin.

La mossa di Valve però, non ha colpito solamente Galyonkin, ma ha intaccato il lavoro di migliaia di giovani software house che basavano il loro lavoro sui dati forniti dalla stessa piattaforma.

Galyonkin ha creato Steam Spy proprio per questo tipo di utenti, **per aiutare** quelle **software house** che non hanno molte risorse e che non possono andare a richiedere questi dati a pagamento. Nel 2012 una situazione molto simile ha visto protagonista **Lars Doucet** che ha vissuto in prima persona quello che sta passando Galyonkin in questo periodo. Doucet, nel 2012, quando ancora Steam Spy non esisteva, aveva condiviso sul proprio blog una serie di dati del suo ultimo gioco. Lo scopo di Doucet era quello di mostrare i passi avanti che **Defender's Quest** aveva fatto e non si immaginava che poco dopo avrebbe ricevuto centinaia di ringraziamenti da parte di piccole software house che hanno utilizzato i dati forniti dallo sviluppatore come punto di riferimento. Purtroppo, come è successo a Galyonkin, Valve ha deciso di cambiare i termini di servizio per gli sviluppatori, vietando la pubblicazione e la condivisione di dati inerenti alle vendite dei propri giochi su Steam.



Un altro esempio può essere quello di Octosoft, che dopo aver concluso un primo Kickstarter per lo sviluppo di Renaine, ha quasi rischiato di fallire, ma **grazie a Steam Spy è riuscito a dimostrare che il progetto era promettente e che avrebbe venduto bene**, ottenendo dei fondi che hanno permesso di assumere più membri nel team di sviluppo e di aumentare la qualità del prodotto finale.

Molte altre software house hanno sfruttato i dati offerti gratuitamente da Steam Spy per crescere o per poter ricevere delle donazioni o dei fondi da privati e aziende.

Alcune si sono servite dei dati per spiegare in maniera semplice, ma dettagliata il pubblico e l'ipotetico guadagno di un determinato videogioco. Questo è il caso di **Samuel Cohen di Altered Matter**, che ha dovuto presentare il suo progetto a un comitato che non aveva dimestichezza con i dati del mercato videoludico, ma con l'aiuto di Steam Spy è riuscito a mostrare le potenzialità del gioco e quindi ricevere i finanziamenti che hanno portato alla conclusione dello sviluppo di *Etherborn*.

La scelta di Valve non solo ha colpito Galyonkin e il suo lavoro, ma ha anche privato moltissimi sviluppatori di dati essenziali per la loro crescita e soprattutto per il loro futuro.

Galyonkin è fiducioso sul futuro di Steam Spy e spera di ricevere direttamente da Valve il via libera per utilizzare tutti i dati relativi alle vendite per metterli a disposizione delle aziende e delle piccole software house che ne hanno bisogno.

Ma probabilmente **Valve sta già pensando di creare una propria piattaforma** che possa fare lo stesso lavoro, ma in maniera più completa e approfondita.

[Steam Machine e il gaming su Linux,](#)

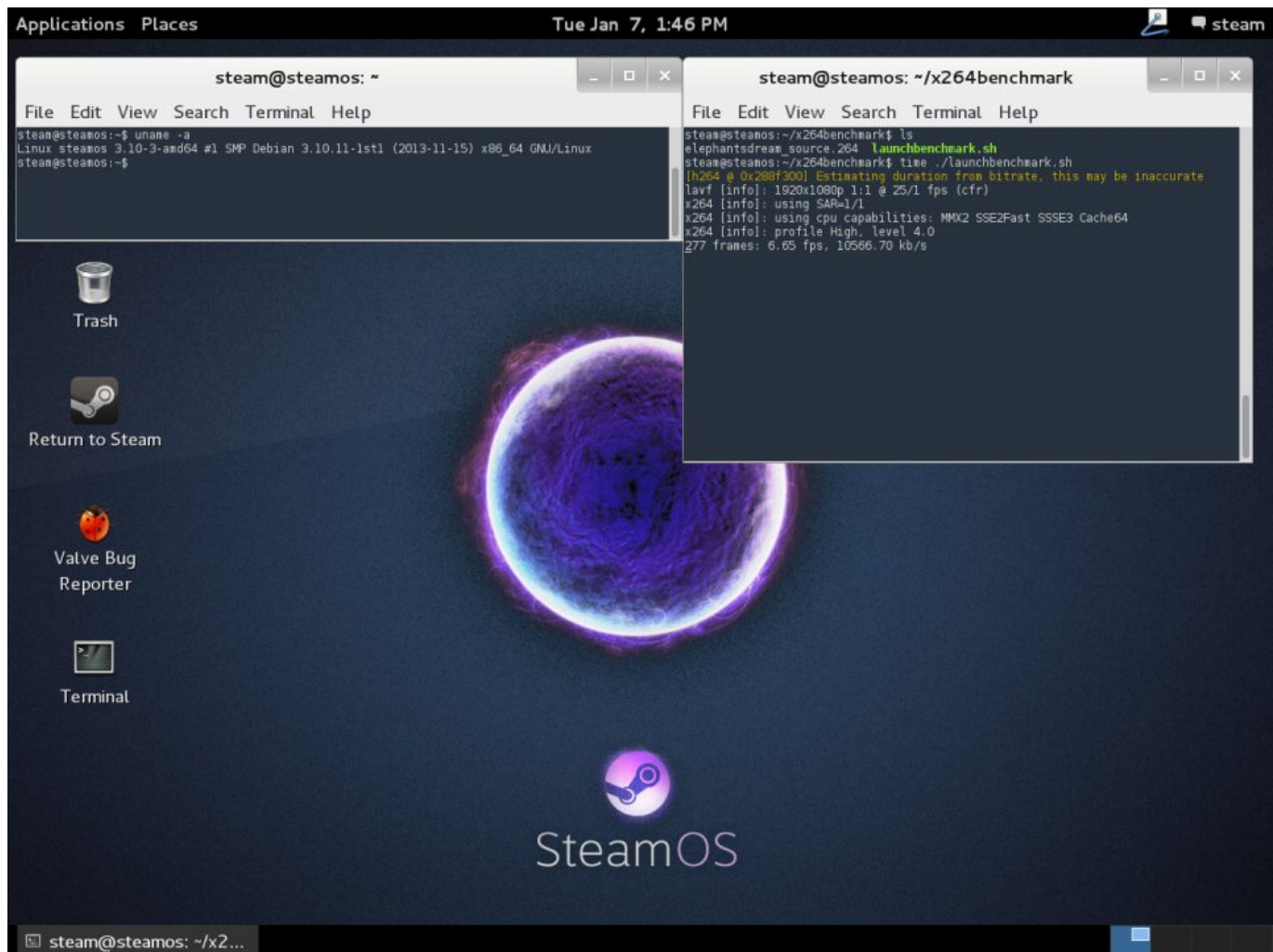
occasione sprecata?

Facciamo un salto nel 2012: viene presentato **Windows 8**, nuova versione del sistema operativo **Microsoft**, successore di **Windows 7**. Anche qui non sono mancate le critiche, in primis rivolte a due delle novità appena presentate: l'introduzione del **Windows Store**, uno store proprietario e chiuso, simile a quello presente sui device **Apple**, dove non tutte le applicazioni disponibili per PC sono incluse nel negozio. Le critiche vengono principalmente dal mondo videoludico, capitanate da **Notch**, creatore di **Minecraft** che decise di non certificare la propria opera per il nuovo sistema operativo di casa Redmond. Successivamente tuonarono anche **Rob Pardo** di **Blizzard** e soprattutto **Gabe Newell**, capo di **Valve** che, con l'introduzione di **Steam** ha letteralmente resuscitato il gaming su **PC** diventando ben presto la bandiera videoludica della piattaforma, con circa il 75% dei giochi rilasciati sugli home computer di tutto il mondo.

Newell arrivò a definire il **Windows Store** e l'avvio protetto di **Windows 8** (che praticamente impediva l'installazione di qualsiasi altro sistema operativo) una «catastrofe per il mondo PC» ed esprime pieno supporto per l'ecosistema **Linux**, che, a suo avviso, rappresenta appieno la filosofia open source dell'home computing. Da lì a poco tempo, arrivò prima un client ufficiale di **Steam** per **Linux**, seguito dalla modalità **Big Picture** e poi l'annuncio tanto atteso: il concetto di **Steam Machine**, un PC fortemente "consolizzato" e prodotto da terze parti come **Alienware** o **Gigabyte**, e supportato da **SteamOS**, sistema operativo basato su **Debian** (in questo caso si parla di *fork*, essendo una versione derivata dal sistema operativo di base) di **Linux** più usate ed apprezzate dagli utenti del pinguino.

Sulla carta sarebbe dovuto essere un successo: nessuna fatica per l'utente medio che vuole giocare su PC ma che, magari, è spaventato dall'assemblaggio dei vari componenti. E l'uso di una distro **Linux** avrebbe alleggerito molto il carico della macchina, rispetto alla pesantezza di **Windows**. Eppure, lo scorso Aprile, la sezione dedicata alle **Steam Machine** è sparita dallo store di **Steam**, venendo relegata a un piccolo link raggiungibile dall'esterno. Dei quattordici produttori iniziali sono rimasti solamente in tre, **Alienware**, **Maingear** e **Scan Computers**. Vi sarebbe anche un quarto produttore, **Materiel.net**, ma andando sul sito della compagnia non vi è nessuna traccia della **Steam Machine**.

Per tutta risposta, **Valve**, nonostante le esigue vendite delle macchine (si vocifera meno di 500.000 unità!) ha deciso di continuare a supportare la propria visione di un ecosistema per il gaming **open source** e, quindi, di sviluppare ancora **Steam OS**. Peccato che ci sia ancora tanto lavoro da fare, come dimostrano alcuni dati raccolti sul web.



Prendiamo ad esempio **Steam OS**: come detto prima, è una *fork* basata su **Debian**, una delle distribuzioni o distro più apprezzate dell'intera comunità **Linux**. Ma se andiamo a controllare su distrowatch.com, aggregatore di news e recensioni sulle varie distribuzioni **Linux**, scopriamo che **Steam OS** è solamente al **novantunesimo posto** nella top 100 delle distro più votate nel 2018. Se consideriamo che le distro **Linux** più apprezzate e famose, come **Ubuntu**, **Linux Mint**, **Arch** o lo stesso **Debian** sono conosciute per un costante aggiornamento e supporto, il sistema operativo di **Valve**, invece, ha ricevuto l'ultimo update nel gennaio 2018, uscendo dallo stato di beta solamente con la versione 2.0! Uno sviluppo abbastanza lento, considerando sia la data d'uscita del novembre 2013, che, soprattutto, il costante sviluppo che hanno altre distro Linux più o meno grandi, che sia sotto forma di **rolling release** (ovvero, sistemi operativi costantemente aggiornati) o delle cosiddette **LTS** (acronimo di **Long Term Support**, versioni che ricevono solamente aggiornamenti testati e sicuri e che hanno un supporto che va dai tre ai cinque anni). Il quadro della situazione non è favorito dal fatto che **Steam OS** possiede sì un ambiente desktop (**GNOME**), ma abbastanza nascosto. Il che porta l'utente **Linux** navigato, ma anche il neofita, a chiedersi «per quale motivo dovrei usare questa distro, quando ne esistono altre più supportate dove alla fine basta installare il client di Steam per poter usufruire della sua libreria?».

Infatti non sorprende vedere distro più quotate, come **Ubuntu** o **Fedora**, che non solo sono più in alto di **Steam OS** nella classifica di Distrowatch (rispettivamente al terzo e ottavo posto), ma che presentano *fork* specifiche per il gaming, come **Ubuntu GamePack** o **Fedora Game Spin**. Se poi aggiungiamo anche il vantaggio di supportare app come **Wine** (celebre emulatore delle applicazioni **Windows**, principalmente usato su **Linux** e **Mac**), **PlayOnLinux** e **DOSBox**, programmi che **Steam OS** non supporta, il dubbio diventa più che legittimo.

Il problema giochi è un'altra questione da affrontare: dal 2012 a oggi, sono solamente 5.072 su 25.563 i giochi disponibili per **Linux**. Quasi il 20%. Un po' pochi per considerare non solo il passaggio totale da **Windows** a **Linux**, ma soprattutto per giustificare l'acquisto di una **Steam Machine** che parte da **599€**, un costo molto più alto rispetto a una console attuale e molti PC preassemblati. Aggiungiamo al lotto anche [la scarsa ottimizzazione di molti giochi per Linux](#), rispetto alle controparti **Windows**: cosa che si presenta soprattutto nei titoli che sfruttano le librerie **DirectX**. Sebbene esista qualche eccezione, in primis per alcuni giochi che sfruttano per bene le **OpenGL**, libreria open-source e gratis, rispetto alle **DirectX**, native **Microsoft**. Come per esempio **Left 4 Dead 2**, che, [come provato da Valve](#), ha dimostrato di girare più velocemente su **Linux** che su **Windows**, questo grazie anche alla migliore ottimizzazione del motore grafico **Source** sulle librerie **OpenGL**.



Visti i risultati, non bisogna rimanere sorpresi dalla decisione di **Valve** di rimuovere le **Steam Machine** e **Steam OS** dalla homepage dello store di videogiochi per PC più usato al mondo. Al momento la mossa da parte di **Gabe Newell** e soci resta solo un curioso esperimento, e non aiuta il fatto che [solamente lo 0,52% degli utenti Steam utilizzino una distro Linux](#). E nel sondaggio campeggiano due delle distro **Linux** più usate, come **Ubuntu** e **Linux Mint**, mentre di **Steam OS** non abbiamo nessuna traccia. Una grande occasione mancata, visto che l'ecosistema **Linux** è conosciuto ai più per essere particolarmente leggero e capace di resuscitare hardware dato per morto, com'è successo col mio HP 655 acquistato ben sei anni fa. All'annuncio delle **Steam Machine** e soprattutto di **Steam OS** ero particolarmente entusiasta all'idea di poter avere una sorta di PC "consolizzato" da mettere in salotto, coadiuvato, magari, da una distro **Linux** capace di essere usata sia come console che come media center, grazie ad applicazioni come **Kodi**. Alla fine il risultato ottenuto è molto lontano da ciò che pensavo: probabilmente il cambio di rotta da parte di **Windows** dopo le critiche per la sua ottava versione, e il ritorno in carreggiata dopo **Windows 8.1** e **Windows 10** (dove abbiamo avuto lo storico approdo di **Linux** sotto forma di subsistema) hanno fatto la loro, e la "ribellione" da parte di **Gaben** è solo un lontano ricordo. Tuttavia, bisogna tenere le

orecchie aperte, visto che nell'ecosistema **Linux**, manca poco per passare dalle critiche alle lodi, com'è successo qualche anno fa con **Ubuntu**. Magari la distro del futuro sarà proprio **Steam OS**...

Valve e il dopo Steam Spy

Jan-Peter Ewert, capo del reparto business development di Valve ha dichiarato che l'azienda sta lavorando a una versione migliorata e propria di **Steam spy**. Ma cos'è **Steam spy**?

Venne creato da **Sergey Galyonkin** per poter analizzare le tendenze del mercato videoludico dei **PC gamer**, e pur non essendo un programma ufficiale, era molto utile per gli editori e gli sviluppatori, per capire su quali prodotti porre la loro attenzione durante un determinato periodo. Tutto molto bello ma anche illegale, soprattutto dopo le nuove direttive europee sulla privacy di Aprile; infatti l'intero sistema si basava sulla raccolta di dati che nei profili erano pubblici di default, ma che con il nuovo aggiornamento delle direttive sono diventati privati. Quindi un effetto collaterale dell'aggiornamento fu il crollo di **Steam spy**. Quindi, ritorniamo alle parole di **Jan-Peter Ewert** che è stato stuzzicato durante un talk (**White Night**) dal suo corrispettivo per **Herocraft**, **Michael Kuzmin** il quale ha chiesto se Valve potesse avere in mente la creazione di un sistema basato su **Steam Spy**; **Ewert** ha ribattuto affermando che al momento **Steam** non offre tale servizio e ha inoltre attaccato la poca accuratezza dei dati provenienti da **Steam Spy**, per poi essere bloccato da **Kuzmin** che ne ha sottolineato la non l'importanza dei dati, ma quella delle previsioni di mercato. **Ewert** ha infine replicato così:

«Essenzialmente sto cercando di spiegare perché pensiamo sia necessario un sistema migliore di Steam Spy. Quindi, per essere chiari, non vendiamo iPhone. L'unico modo per far soldi è che voi portiate i giochi giusti sulla piattaforma e troviate la vostra utenza. Quindi, sì, stiamo lavorando a nuovi strumenti e nuovi modi per raccogliere dati su Steam, e speriamo che siano più accurati e utilizzabili di quanto non lo siano stati quelli di Steam Spy.»

Ewert si è quindi lasciato scappare una golosa novità per produttori e sviluppatori, e perché no pure per i consumatori, che vedranno le case videoludiche venire incontro ai loro desideri.

Valve cerca personale: buone notizie per i gamer?

Valve non è un'azienda che ha certo bisogno di presentazione, conosciuta dai più per il suo store digitale **Steam**, il più utilizzato dai **PC-gamer**, e che si è affermata sul mercato videoludico grazie a titoli come **Counter Strike: Global Offensive** e **Half-Life**.

Negli ultimi giorni è comparso un nuovo sito, riconducibile a **Valve**, creato per assumere nuovo personale in molte posizioni all'interno dell'azienda, che vanno da un ruolo amministrativo e/o di gestione al game design. Nel dettaglio, sono stati aggiunti due progetti per i quali si cerca

personale: parliamo di un gioco di carte collezionabili chiamato **Artifact**, che sarebbe ispirato a **Dota 2**, e un nuovo gioco di avventura incentrato sulla narrazione **In the Valley of Gods**. Le intenzioni di Valve sembrano non fermarsi alla produzione di quanto sopra citato ma anche a “nuovi giochi in lavorazione top secret”. È il momento perfetto per fare speculazione: è in arrivo un nuovo **Half-Life**?