



Home Risorse Programmazione Grafica Audio Design Made in Italy Tools&Co Mod&TC Company Management Servizi Contest Conference GPI Shop



CERCA



GPI Consiglia



Login

username

## L'era 2.0 dei videogame ★



di [Gianluca "sbeng" Masina](#) | 24-12-2006 13:38:41 | 446 hit

Da Oblivion a Prey, passando per Splinter Cell Double Agent, le nuove uscite suscitano sempre notevole interesse tra la stampa e i giocatori, i quali non nascondono però qualche dissapore per le esose richieste hardware. L'elevato dettaglio grafico è sufficiente a soddisfare in pieno i consumatori?

[Commenta/Vota](#) | [Segnala](#) | [Stampa](#) | [±❤️ Aggiungi/Togli ai Preferiti](#) | [Cerca simili](#)

## L'era 2.0 dei videogame

di Gianluca Masina

*Da Oblivion a Prey, passando per Splinter Cell Double Agent, le nuove uscite suscitano sempre notevole interesse tra la stampa e i giocatori, i quali non nascondono però qualche dissapore per le esose richieste hardware. L'elevato dettaglio grafico è sufficiente a soddisfare in pieno i consumatori?*

Il videogioco, da molti considerato come una perfetta miscela di tecnologia, arte e comunicazione, è divenuto progressivamente uno dei passatempi preferiti nella vita quotidiana. Spesso le famiglie posseggono più console e PC che televisori. Chissà quanti appassionati, durante le festività natalizie, hanno accantonato tombola e mazzi di carte in favore di mini tornei a PES organizzati con parenti e amici. Questo fenomeno di aggregazione ricorda le serate degli anni sessanta, ci si riuniva tutti davanti allo schermo per assistere alle prime trasmissioni televisive come "Lascia o Raddoppia" e Carosello. Tornando ai giorni nostri, proprio sul "piccolo schermo" purtroppo si assiste ogni tanto a servizi giornalistici che associano l'argomento videogioco ad episodi di cronaca nera o alienazione dalla società, non risparmiando la figura del giocatore, considerato un ebete, emarginato

Ricorda i miei dati

- Registrati
- Perché registrarsi?
- Hai perso la pass?

### Sondaggio

#### Usi il main menu di GPI?

(riservata agli iscritti)

13 - Si

5 - No

15 - Quale Menu?

Commenta questo sondaggio  
(0 commenti già presenti)

Vai alla pagina dei sondaggi

### Siti ospitati

- D-Robots
- DreamPainters
- Gun-Tactyx
- Pagghiu's Home
- PuzzleRyu
- Secret Coders
- SnakeSoftware
- TexZK
- Twister
- Typhoon

Vuoi essere ospitato anche tu da GPI? Scopri come!

### GPI ADV

e sfigato. Lungi dal dossier riaccendere questi focolai (per ultima la questione Rule of Rose), le condanne nei confronti del divertimento elettronico, però, sono quanto mai ridicole e infastidiscono la sempre crescente comunità degli appassionati.



Giocare deve essere un piacere a tutti gli effetti, come la visione di un film o l'ascolto di un cd musicale. Di soldi ne girano parecchi, si consideri che ad esempio per un titolo come Assassin's Creed lavorano centinaia di persone dislocate nelle varie sedi Ubisoft del mondo e i costi per il solo sviluppo si aggirano all'incirca sui 15/20 milioni di euro. La realizzazione di un blockbuster di successo potrebbe richiedere anche la partecipazione di idoli della musica e del cinema, oltre gli indispensabili programmatori e designer. Il publisher si ritrova quindi a pagare gli stipendi ad una specie di cast cinematografico! Non si tratta di un'affermazione esagerata, Hollywood e l'entertainment ormai vanno a braccetto, Microsoft e Peter Jackson ne sanno qualcosa.

#### Si tratta di vera evoluzione?

Design grafico ai minimi particolari, colonne sonore da sogno, i giocatori vissero quindi tutti felici e contenti? Non proprio, poiché la pubblicazione di un capolavoro su PC suona come un campanello d'allarme per gli utenti, "costretti" ad un upgrade delle loro postazioni, ree di non sostenere le fasi del gioco con una fluidità decente. I componenti maggiormente sacrificati sono le schede grafiche, per non parlare della "fame" di RAM, ormai installata a blocchi di Gigabyte. Questo fenomeno non sembra conoscere battute d'arresto, almeno nell'immediato futuro, c'è da chiedersi quindi si tratta di masochismo videoludico oppure un costoso status symbol. **Davide Latina**, Communication Manager per Ubisoft, ritiene che discostarsi dagli standard grafici attuali sarebbe considerato un buco nell'acqua da numerosi appassionati, di certo i publisher non possono rischiare che la clientela ignori i loro prodotti. E' fondamentale quindi un affiatato lavoro di squadra per riuscire a prevalere sulla spietata concorrenza. Inutile negarlo, i periodi dominati dalla produzione "artigianale" rappresentano ormai la preistoria, con buona pace di personaggi come Geoff Crammond o Dino Dini che da soli ricoprivano i ruoli di programmatore, grafico, sound designer. La produzione di un gioco è paragonabile ad un match clou calcistico: se in campo non si ha uno schema, se ogni membro



**Random Links**

- Phantom cyberspace
- BlitzBasic
- Nvidia developer
- Gameprogrammes
- Real Time Rendering

**Statistiche**

Visite: 2207232  
 Pagine viste:  
 12141334  
 Utenti on-line: 221  
 Utenti registrati: 3263  
 Risorse: 963  
 Glossario: 158  
 Forum msg: 13255



**Talent Scout**



Sfrutta l'opportunità di apparire ogni mese sulle



della squadra non comprende il proprio ruolo e quello dei compagni, si rischia la sconfitta.

Nell'industria dell'intrattenimento i team più famosi sono formati da talenti, tecnici di ottimo livello e proprio nel game development c'è continuamente bisogno di professionisti molto preparati, poiché le attività da svolgere sono tante e le scadenze dei progetti incombono. L'ambiente didattico sembra essersi accorto della carenza di personale specializzato all'interno del settore, già da diversi anni istituti molto accreditati come il Digipen Institute Of Technology a Redmond (USA) trattano anche materie come la programmazione 3D e il game design. A volte però la preparazione di base può anche non bastare, l'esperienza sul campo è fondamentale per la formazione di game/sound designer o modellatori, come affermano **Marco Trivellato** e **Marco Corbetta**, rispettivamente Software Engineer in Electronic Arts Canada e Lead Programmer per Crytek. Gli sforzi da parte dei publisher, concentrati nella realizzazione tecnicamente eccelsa, non trovano riscontro in alcune "frange" di giocatori (soprattutto quelli di vecchia data) i quali si sentono presi in giro dal prodotto finale.



In particolare alcuni interventi sui forum accusano la mancanza di innovazione nel videogioco di massa, lamentando anche la macchinosità nei comandi e il troppo tempo necessario all'apprendimento degli stessi, per non parlare poi dei manuali biblici, spesso disponibili nelle confezioni soltanto in formato elettronico. Un adulto, dopo una giornata lavorativa, può non avere gli stimoli necessari per applicarsi su un videogame moderno, mostrando una forma di repulsione quasi paradossale, considerato che il divertimento dovrebbe essere alla base di ogni gioco. Se Myamoto leggesse queste righe probabilmente straccerebbe l'articolo, il creatore di Mario e Zelda afferma che non esistono giochi complessi: o sono belli oppure brutti. Se



pagine di TGM !!!

**I vostri siti**

10 random home page dei nostri utenti registrati

- [guicar0](#)
- [xsi](#)
- [Fabio91](#)
- [rocketh](#)
- [obiuan](#)
- [sirri88](#)
- [Achilleterzo](#)
- [davidesoft](#)
- [assmg](#)
- [niksen](#)

**Libri consigliati**



da un lato lo sviluppo di un videogame è un lavoro molto complesso, lo è altrettanto riuscire a interpretare il mercato e soprattutto le richieste degli utenti, spazio quindi agli esperti di marketing.



**Consigli per gli acquisti**

Videogiochi ed eventi sportivi si accomunano sempre più per l'elevato contenuto di citazioni pubblicitarie, si pensi ai cartelloni ai bordi del campo di calcio o dei tracciati nei racing game. C'è poco da fare, il gioco è considerato come la nuova frontiera della comunicazione e quindi un potente veicolo di marketing. Le software house non possono che approfittarne e magari stipulare contratti con i vari sponsor i quali desiderano avere visibilità anche all'interno del progetto. In questo modo si riescono ad ammortizzare i costi di produzione ma a tutto c'è un limite, soprattutto la pazienza degli utenti, già bombardati dagli spot proposti su altri mass media. Lo spot può essere un mezzo per incoraggiare i giochi Flash pubblicati su Internet, ma quelli a pagamento necessitano di un'attenta analisi per controllare l'invadenza degli sponsor. Ovviamente il prodotto deve essere pertinente al contesto, difficilmente il giocatore sopporterebbe una moto Honda all'interno di un RPG.

**Hype e sequel sono sempre i benvenuti...**

Non è un caso che le informazioni relative le feature di un gioco giungono al consumatore in maniera frammentaria, sottoforma di piccole rivelazioni. Nell'ultimo decennio si è capito che tenere il pubblico con il fiato sospeso è un'iniezione proteica al mercato. **Roberto Capanna**, Managing Director di Hi-Com, afferma che in qualsiasi settore di intrattenimento, suscitando curiosità, cresce anche l'attesa e il cliente si concentra più sui tempi di uscita che sui relativi contenuti, questo discorso vale ovviamente anche per i videogiochi. Attenzione, non è un complotto, un accordo segreto tra stampa e software house, spesso sono proprio i titoli Next-Gen che necessitano di molto tempo per farsi conoscere a fondo dai potenziali consumatori. I giochi per le "nuove" console sono un esempio lampante, Microsoft lo scorso anno presentò in anteprima alcuni titoli per Xbox 360 in uno stato di lavorazione embrionale, Sony sta facendo la stessa cosa per l'ascesa della PS3. Un videogame diventa rapidamente obsoleto, di





conseguenza i reparti addetti alla comunicazione devono preparare il terreno con forte anticipo, mirando al target di riferimento più idoneo, ma non solo, è fondamentale rilasciare un prodotto completo e stabile per non rischiare di mettere in discussione la reputazione del publisher in quanto i giocatori sono una categoria molto attenta, soprattutto durante la fase di acquisto.

Mai cadere nel tranello di fare proclami a lungo termine ed essere costretti in seguito per una serie di problematiche a slittare le pubblicazioni (si pensi alla “controversa” telenovela di Duke Nukem Forever). L'imperativo è rischiare il meno possibile, anche a costo di abusare dei brand. I publisher approfittano del legame affettivo che si instaura tra gioco e giocatore, motivazione sufficiente per non mandare in pensione Lara Croft e il principe di Persia, tanto per citare alcune icone. Parliamo anche di un altro aspetto. **Andrea Granelli**, esperto di innovazione e customer experience, fa notare che durante il gioco è come se si ritornasse bambini, poiché ci si muove all'interno di situazioni conosciute e prevedibili. Si considerino per esempio Ridge Racer 6, Burnout Revenge, Tomb Raider Legend, sono tutti sequel eppure sembrano mantenere il loro fascino. In alcuni casi è sbagliato parlare di “minestra riscaldata”, si pensi alla serie di Final Fantasy nella quale ogni episodio è sempre una nuova esperienza videoludica. Le strategie possono variare secondo i publisher, Ubisoft ad esempio progetta nuovi brand (Assassin's Creed, Haze, Red Steel) ogni paio d'anni, proseguendo in parallelo con i famosi Splinter Cell, Ghost Recon, Rayman, Far Cry ecc, in pratica l'innovazione che sposa la tradizione.



### Le iniziative universitarie

L'università, pur non possedendo risorse finanziarie per sviluppare un moderno gioco completo, può offrire nozioni tecniche e idee. L'Università degli Studi di Salerno ha organizzato il corso di “Ambienti Virtuali e Videogiochi” grazie anche a **Rosario De Chiara** e **Ugo Erra**, post-doc del Dipartimento di Informatica ed Applicazioni “R.M. Capocelli”. Nel corso delle lezioni è stato implementato lo sviluppo di Pong, spiegando gradualmente funzionalità più complesse come il movimento della pallina, i controlli, le texture ecc. Gli studenti hanno dimostrato nel complesso un notevole interesse, testimoniato dall'impegno e dai risultati ottenuti con la realizzazione di giochi funzionanti. La capitale può vantare iniziative simili, grazie al corso ‘Digital Game Development’: “Ho trovato appoggio dall'Istituto di Analisi di Sistemi ed Informatica del CNR di Roma, ringrazio il dott. **Carlo Gaibisso** che ha fornito la struttura informatica. Ogni studente ha seguito alcuni task così come avviene all'interno delle software house. Senza organizzazione difficilmente si riesce a produrre qualcosa di concreto”, racconta **Carlo Fabricatore**, consulente e ricercatore. Gli allievi non avrebbero mai immaginato di conoscere argomenti relativi a Low Poly, creazione di modelli, scrittura di codice orientato agli oggetti. La difficoltà maggiore è stata portare un'esperienza di produzione in un contesto

formativo, la gestione di tutti i processi e relative problematiche, senza trascurare il design.

### ...Ma occhio alle alternative



Mai come adesso è una vera e propria chimera definire un identikit del giocatore medio, il mercato cerca di proporre soluzioni per ogni tipo di esigenza in quanto non esistono soltanto i giocatori "abituali". Il boom tecnologico di questi ultimi anni, infatti, è riuscito ad affascinare ad esempio anche utenze femminili e i cosiddetti casual gamer (ovvero coloro che giocano saltuariamente). Nintendo è stata tra le prime società a credere in queste nuove forme di business immettendo tra l'altro sul mercato la serie "Touch! Generations" per la console Nintendo DS. La grafica, nel caso di titoli come Brain Training e English Training, passa in secondo piano in favore dell'immediatezza, come testimonia anche **Andrea Persegati**: "La nostra azienda ha sempre preferito puntare sull'esperienza di gioco e sul divertimento piuttosto che sul perfezionamento della tecnologia più avanzata", aggiunge il Direttore Generale di Nintendo Italia.

Rimanendo sempre in ambito console da segnalare l'ottimo successo della piattaforma Live Arcade di Microsoft con la quale si acquistano per pochi euro numerosi titoli del passato, proposti in versione rivisitata. Tornando al mondo PC, sul Web si possono ricercare numerose situazioni di gioco legali realizzate mediante tecnologia Macromedia Flash (si pensi al portale [Miniclip.com](http://Miniclip.com)), meno impegnative a livello di risorse e sicuramente quindi alla portata di tutti. I giochi in questo caso si eseguono all'interno del browser dove al massimo è richiesta l'installazione di un plug in, senza pensare alle fastidiose configurazioni per il dettaglio grafico. Da non sottovalutare anche il mobile gaming, alla ribalta grazie ai potenti chip grafici installati all'interno dei telefonini di nuova generazione ma anche Apple non scherza e il suo iPod è sempre più orientato alla multimedialità con conseguente aumento dei giochi dedicati allo status symbol del momento.



Il videogioco quindi si cerca di inserirlo ovunque e queste piattaforme "alternative" possono considerarsi come un trampolino di lancio soprattutto per le società minori (numerose sono state fondate in zone emergenti come l'Asia e l'Est Europa), le quali non possono permettersi costi troppo elevati e progetti a lungo termine. Sicuramente l'industria nei prossimi anni continuerà a proporre nuove soluzioni, l'importante è che il pubblico continui a ritenere il gioco una divertente e affascinante esperienza.

Progetti Made in Italy





Il videogame possono anche venire dal mondo dell'Open source. Diamond Crush è una sorta di demo giocabile in stile Puzzle Game realizzata da ragazzi risiedenti in diverse zone dell'Italia, alcuni addirittura all'estero! La comunicazione tra i membri del gruppo è avvenuta grazie ai servizi di e-mail, chat o al massimo per telefono, mai quindi nessun incontro di persona, si può comprendere quindi il grosso impegno soprattutto a livello organizzativo. Le figure di riferimento sono il customer che detta i requisiti, il coach segue lo sviluppo e rilascia suggerimenti, l'amministratore di sistema per la manutenzione del server, i programmatori Java. Importante non montarsi la testa, si tratta soltanto di un progetto a scopo didattico, distribuito liberamente, come spiegato da **Francesco Carucci**, attuale 3D Software Engineer per Lionead Studios e coordinatore del team Diamond. Nessuno si aspetta un titolo AAA da un team amatoriale, è preferibile quindi dimostrare capacità di produrre, decidendo fin dall'inizio goal chiari e cercando di seguirli fino alla fine, senza strafare.

### Ringraziamenti

Prima di concludere desideravo ringraziare **Massimo Lepore**, giovane e talentuoso Sound Designer e tutti coloro (in ordine sparso) che non sono stati menzionati ma, con i loro interventi, hanno contribuito alla realizzazione di questo reportage.

- Raffale Gomiero**, Ufficio Stampa Microsoft Italia
- Francesca Prandoni**, PR Manager Nintendo Italia
- Stefano Gallarini**, attuale DJ di Play Radio
- Angelo La Farina**, sviluppatore per la software house Dokroton
- Ivan Orvieto**, Executive Produce di Silent Bay Studios
- Luca Tremolada**, giornalista de "IlSole24Ore"
- Marcello Cangialosi**, Editor della rivista multiformato Videogiochi
- Paolo Congiu**, proprietario della sarda Polgames
- Roberto Capanna**, Managing Director di Hi-Com S.r.l.
- Stefano Petruccio**, Head of PR in KOCH Media
- Max Giovagnoli**, editor cross-mediale e docente alla Link Campus University of Malta di Roma
- Marco Del Percio**, studente di laurea specialistica in informatica
- Cesare Di Mauro**, Game Designer
- Andrea Nicolò**, Art Director

Commenti

Valutazione x

*Non sono presenti commenti*

*Per inserire commenti devi essere [registrato](#) !*



**TIPS:** Copiare QWord allineate

[Copyright](#) | [Chi siamo](#) | [Contattaci](#) | [Bug report](#) | [Banner e pubblicità](#) | [Regards](#) | [Collabora](#) | [Prepara per la stampa](#)

(c) Game Programming Italia. All right reserved.

