

a cura di
AIV - Accademia Italiana Videogiochi

I mestieri del videogioco



Dino Audino
editore

© 2019 Dino Audino
srl unipersonale

via di Monte Brianzo, 91
00186 Roma
www.audinoeditore.it

Cura redazionale
Alice Crocella
Arianna Ferrucci
Vanessa Ripani
Nicola Vox

Stampa: Pubblimax – via Leopoldo Ruspoli 101, Roma

Progetto grafico: Duccio Boscoli

Logo di copertina: Pablo Echaurren

Finito di stampare aprile 2019

È vietata la riproduzione, anche parziale, di questo libro,
effettuata con qualsiasi mezzo compresa la fotocopia,
anche ad uso interno o didattico, non autorizzata dall'editore.

Indice

Presentazione di Luca De Dominicis	p. 9
Introduzione di Diego Ricchiuti	
Il mercato videoludico	13
<i>La filiera</i>	15
<i>Indie & AAA</i>	20
PARTE PRIMA. IL CUORE: DESIGN	22
Il game designer di Diego Ricchiuti	23
<i>I compiti del game designer</i>	24
<i>Creatività</i>	24
<i>Progettazione</i>	24
<i>Gestione e rifinitura</i>	25
<i>Produzione</i>	27
<i>Background</i>	28
Tools	28
<i>Sviluppo</i>	29
<i>Ricerca</i>	29
<i>Prototipazione</i>	29
<i>Documentazione</i>	29
<i>Introduzione al mondo del lavoro</i>	29
Il level designer di Tommaso Bonanni	31
<i>Modding</i>	31
<i>Preparazione</i>	34
<i>Introduzione al mondo del lavoro</i>	35
<i>Altri tipi di level designer</i>	36
Il narrative designer di Luca De Dominicis e Valentina Leotta	39
<i>Com'è nato il bisogno di un narrative designer</i>	39
<i>Evoluzione della narrativa nei videogiochi</i>	39
<i>Creare sistemi narrativi interattivi</i>	44
<i>Pensare alle emozioni del giocatore</i>	44

<i>Un narratore per videogiochi</i>	45
<i>Modelli narrativi classici</i>	45
<i>Cosa fa in pratica il narrative designer</i>	46
<i>I tre compiti del narrative designer</i>	47
<i>World building e storyworld</i>	47
<i>Dare vita ai personaggi</i>	48
<i>Strutturare la narrazione in modo interattivo</i>	48
<i>Da dove si comincia e come funziona la gavetta</i>	52
<i>Il junior narrative designer</i>	52
PARTE SECONDA. IL CERVELLO: PROGRAMMING	54
<i>Il programmatore</i> di Roberto De Ioris	55
<i>Cosa fa un programmatore?</i>	56
<i>Ma quindi non ci saranno mai i terminator?</i>	57
<i>Programmare i videogiochi</i>	58
<i>Le specializzazioni del programmatore di videogiochi</i>	58
<i>Il gameplay programmer</i>	58
<i>Il programmatore di grafica ed effetti speciali</i>	60
<i>La grafica 3D</i>	62
<i>La fisica</i>	62
<i>Il programmatore audio</i>	63
<i>Il programmatore di intelligenza artificiale</i>	64
<i>Il programmatore di rete/multiplayer</i>	65
<i>I linguaggi di programmazione</i>	66
<i>I game engine</i>	67
PARTE TERZA. GLI OCCHI: VISUAL ARTS	68
<i>Il grafico 3D</i> di Andrea Morini	69
<i>Concept artist</i>	69
<i>2D/3D artist</i>	70
<i>Character artist</i>	72
<i>Environment artist</i>	73
<i>Prop artist</i>	74
<i>UI artist</i>	74
<i>VFX artist</i>	75
<i>Lighting artist</i>	76
<i>Technical artist</i>	77
<i>Sviluppi futuri della professione del grafico</i>	78
<i>Fotogrammetria</i>	78
<i>Proceduralità</i>	79
<i>Intelligenza artificiale</i>	79
<i>Entrare nell'industry</i>	80
<i>Altre professioni connesse alla grafica</i>	82
<i>Character rigger</i>	82
<i>Animator</i>	83

PARTE QUARTA. LE GAMBE: BUSINESS & MISCELLANEOUS	84
Il community manager di Stefano Cozzi	85
<i>Cos'è una comunità di gioco?</i>	86
<i>Migrazioni da comunità a comunità</i>	86
<i>Ruolo e comportamento di un community manager</i>	87
<i>Abilità consigliate</i>	88
<i>Abilità comunicative</i>	89
<i>Conoscenze</i>	89
<i>Esperienze</i>	90
<i>Qualità emotive</i>	91
<i>Errori comuni</i>	91
<i>Gettare nella fossa dei leoni un community manager senza preparazione</i>	91
<i>Non fornire sufficiente supporto al team di community manager</i>	91
<i>Sottovalutare l'importanza del coordinamento tra marketing, pubbliche relazioni e community manager</i>	92
<i>Conoscete la vostra comunità</i>	92
<i>Comunicare sempre e comunque</i>	93
<i>Siate onesti</i>	94
<i>Non sottovalutate la vostra comunità</i>	94
Il marketing di Fabio Negri	97
<i>Una storia di marketing: vi presento Luigi</i>	98
<i>Teneteli d'occhio: devolver digital</i>	98
<i>Finalmente: parliamo di marketing?</i>	99
<i>Press play: sporcatevi le mani con il marketing</i>	101
<i>Game over?</i>	103
<i>Bonus track</i>	104
Il giornalista di videogiochi di Stefano Silvestri	105
<i>Come il cinema muto? Quasi</i>	105
<i>«Oh, c'è un mio amico che...»</i>	108
<i>Ok, come comincio?</i>	109
<i>Prospettive di carriera e di vita</i>	111
<i>Il giusto atteggiamento</i>	113
<i>Il caporedattore</i>	114
Bibliografia	117