



GAME HERITAGE

Videogiochi per la Rigenerazione dei Tesori
Culturali della Puglia

Titolo del Progetto

Game & Heritage: Videogiochi per la Rigenerazione dei Tesori Culturali della Puglia

- ▶ Obiettivi del Progetto
- ▶ Stato dell'Arte
- ▶ Metodologia e relativa tempistica sui 3 anni del dottorato
- ▶ Risultati attesi e possibili strategie di rischio
- ▶ Previsione di periodo estero
- ▶ Grado di fattibilità organizzativa e finanziaria
- ▶ Coinvolgimento di strutture di ricerca e/o ricercatori italiani e/o stranieri, con relative motivazioni
- ▶ Coinvolgimento di imprese
- ▶ Bibliografia

Settori Artistico Disciplinari (SAD)

ABST47, ABAV11, ABTEC38, ABST46,
ABVPA61, ABTEC41

Sede amministrativa

Accademia di Belle Arti di Bari, via Re David,
189/c - 70124

OBIETTIVI DEL PROGETTO

- ▶ Realizzazione di una serie di piccoli Videogiochi, che mirano a valorizzare e rigenerare i beni culturali della Regione Puglia.
- ▶ Coinvolgimento di un pubblico eterogeneo, con particolare attenzione all'aumento dell'interesse da parte dei giovani.
- ▶ Partecipazione a tirocini formativi all'estero e nel territorio italiano.
- ▶ Coinvolgimento di Enti e Aziende Pugliesi

Perchè i Videogiochi sono connessi all'arte e possono essere usati per valorizzare il territorio?

Le nuove generazioni hanno bisogno di un approccio diverso, che li renda più coinvolti.

Le aziende tecnologiche sono in aumento, anche sul nostro territorio, rendendo possibili collaborazioni.

Il coinvolgimento di enti e di aziende è fondamentale per unire la ricerca al profitto.

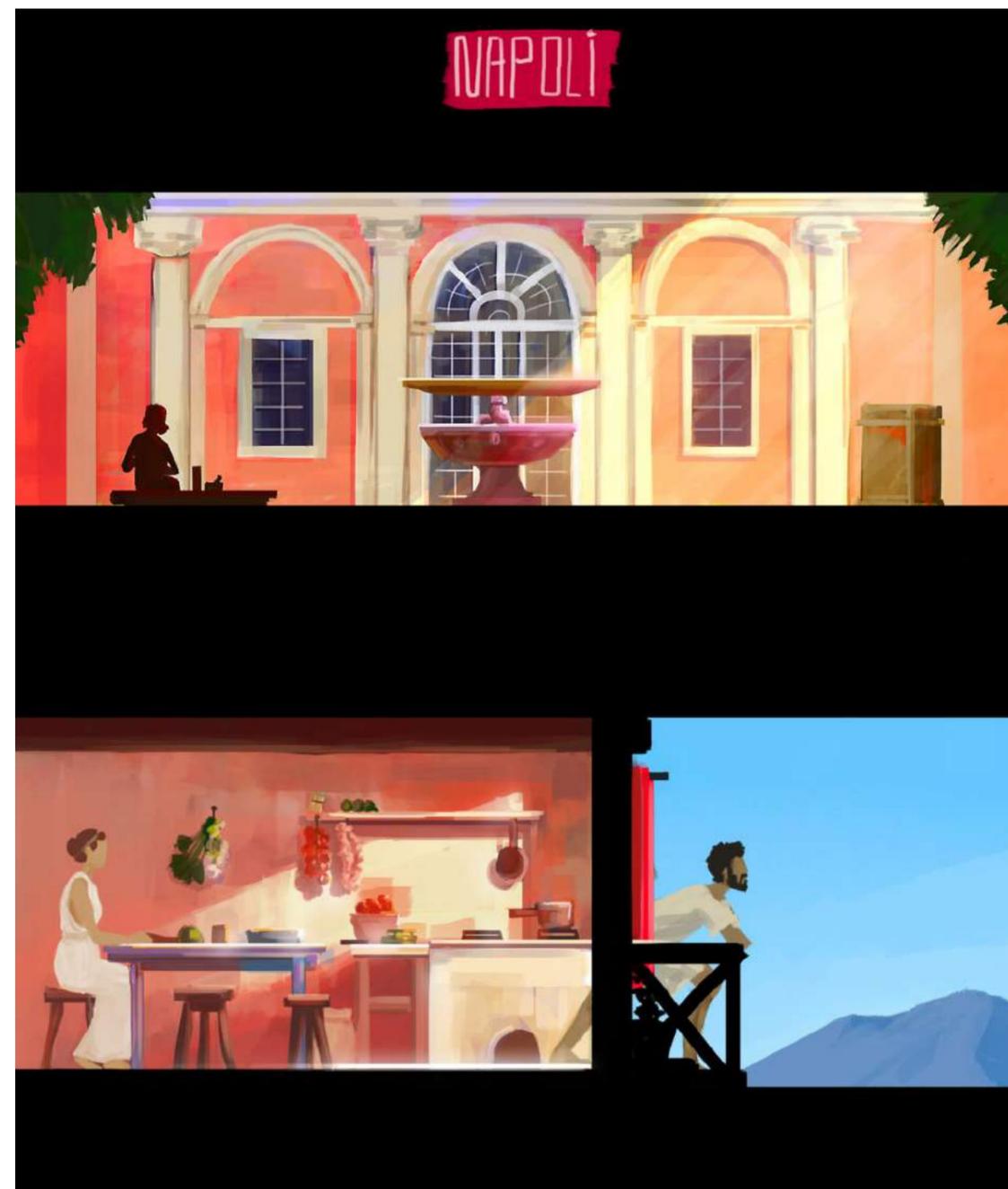
Perchè i Videogiochi sono connessi all'arte e possono essere usati per valorizzare il territorio?

Non si possono più ignorare i fatti: il videogioco è ormai riconosciuto come una forma d'arte e può essere utilizzato per valorizzare i beni culturali. Le neuroscienze dimostrano che i videogiochi facilitano l'acquisizione di competenze e supportano l'apprendimento.

Il videogioco combina musica, grafica e altre forme d'arte per creare un'esperienza completa, fondendo creatività con la capacità di ricostruire mondi immaginari o reali. Un esempio è **Assassin's Creed**, che sviluppa la sua narrazione attorno a elementi storici e architettonici.

Sono già stati sviluppati videogiochi per promuovere luoghi artistici, come Musei, e sempre più si riconosce l'importanza delle nuove tecnologie in questo ambito. Un caso emblematico è **Father and Son – The Game**, un videogioco creato per il Museo Archeologico Nazionale di Napoli da Fabio Viola, che dimostra la connessione tra arte e videogiochi. Viola ha anche realizzato altri titoli di successo, come **The Medici Game** per gli Uffizi di Firenze, accolti positivamente dai musei.

Questo riflette pienamente i temi del bando, che richiede una visione innovativa, l'impiego della tecnologia e l'integrazione tra arte e scienza.



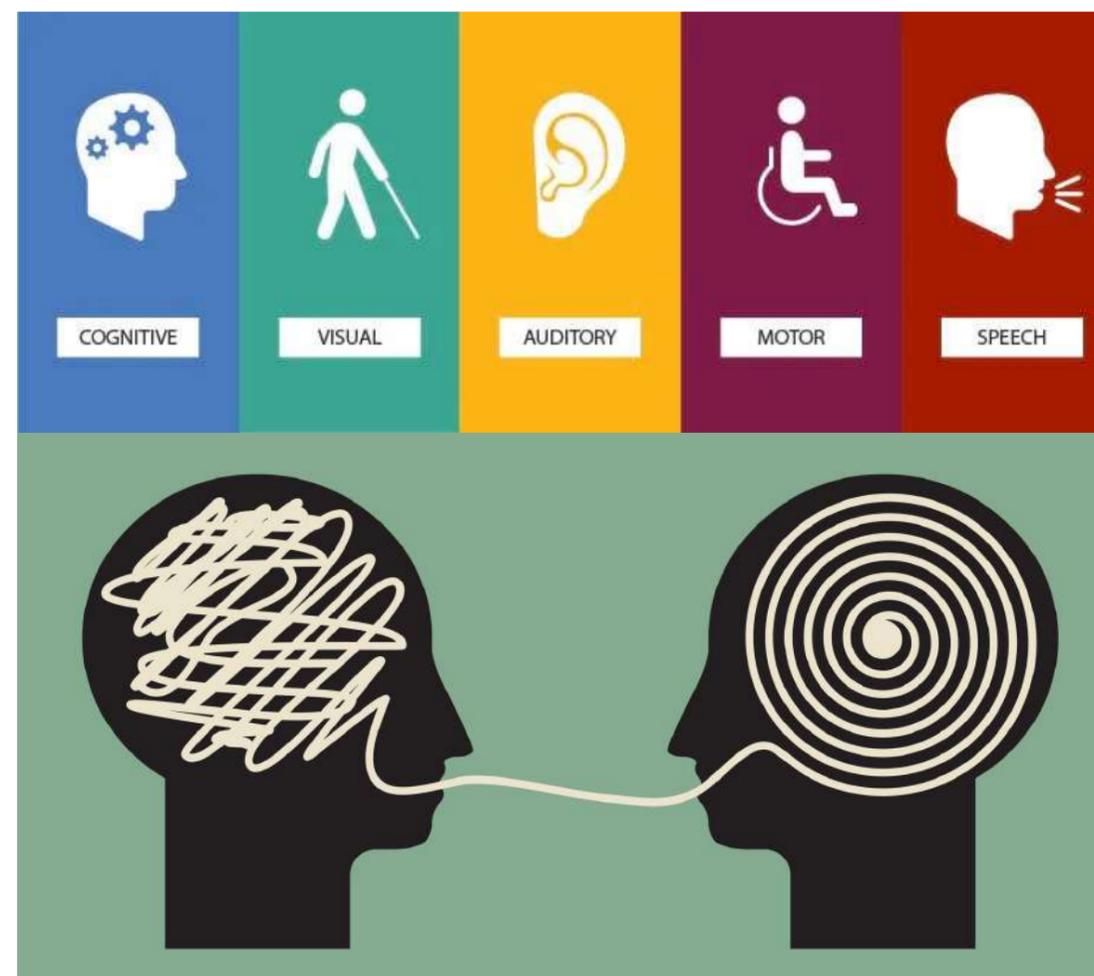
Le nuove generazioni hanno bisogno di un approccio diverso, che li renda più coinvolti.

I videogiochi, grazie alla loro natura interattiva e coinvolgente, rappresentano uno strumento efficace per catturare l'attenzione dei giovani, che spesso faticano a concentrarsi a causa della sovrastimolazione digitale. Le neuroscienze confermano che l'interazione con più sensi (vista, udito, tatto) nei videogiochi stimola l'apprendimento, migliorando la memoria e l'attenzione.

Inoltre, i videogiochi riescono a rendere le narrazioni immersive, quindi particolarmente adatti a valorizzare il patrimonio culturale e territoriale. La ricostruzione di ambienti reali o l'esplorazione virtuale di luoghi storici o artistici permette di creare un legame emotivo e cognitivo tra i giovani e il territorio, stimolando l'interesse per la cultura e la storia locali.

La capacità dei videogiochi risiede nella loro estrema versatilità, sia di dispositivi per la fruizione, che sulla libertà di idee da esprimere. Un altro valore estremamente importante è l'inclusività, la tecnologia ha reso possibile includere tutti e lasciare che chiunque possa godere di esperienze e bellezze, pur avendo disabilità.

Nessuno dovrebbe essere privato della possibilità di godere dell'arte e delle bellezze del nostro paese. Per non parlare dell'aspetto turistico e dell'inclusività di chi parla altre lingue, un videogioco riesce ad essere universale.



Le aziende tecnologiche sono in aumento, anche sul nostro territorio, rendendo possibili collaborazioni.

Le aziende tecnologiche fuori dall'Italia sono tantissime e ci sono diverse realtà, anche piccole, che si occupano della produzione di videogiochi. Sia in termini artistici, sia in termini aziendali, quindi non esistono solo ed esclusivamente i tripla A che tutti conoscono.

Il videogioco è ormai da diversi anni utilizzato per tutto, anche per creare coesione tra i colleghi, oppure nelle scuole come modo per insegnare, attraverso i sistemi di gamification.

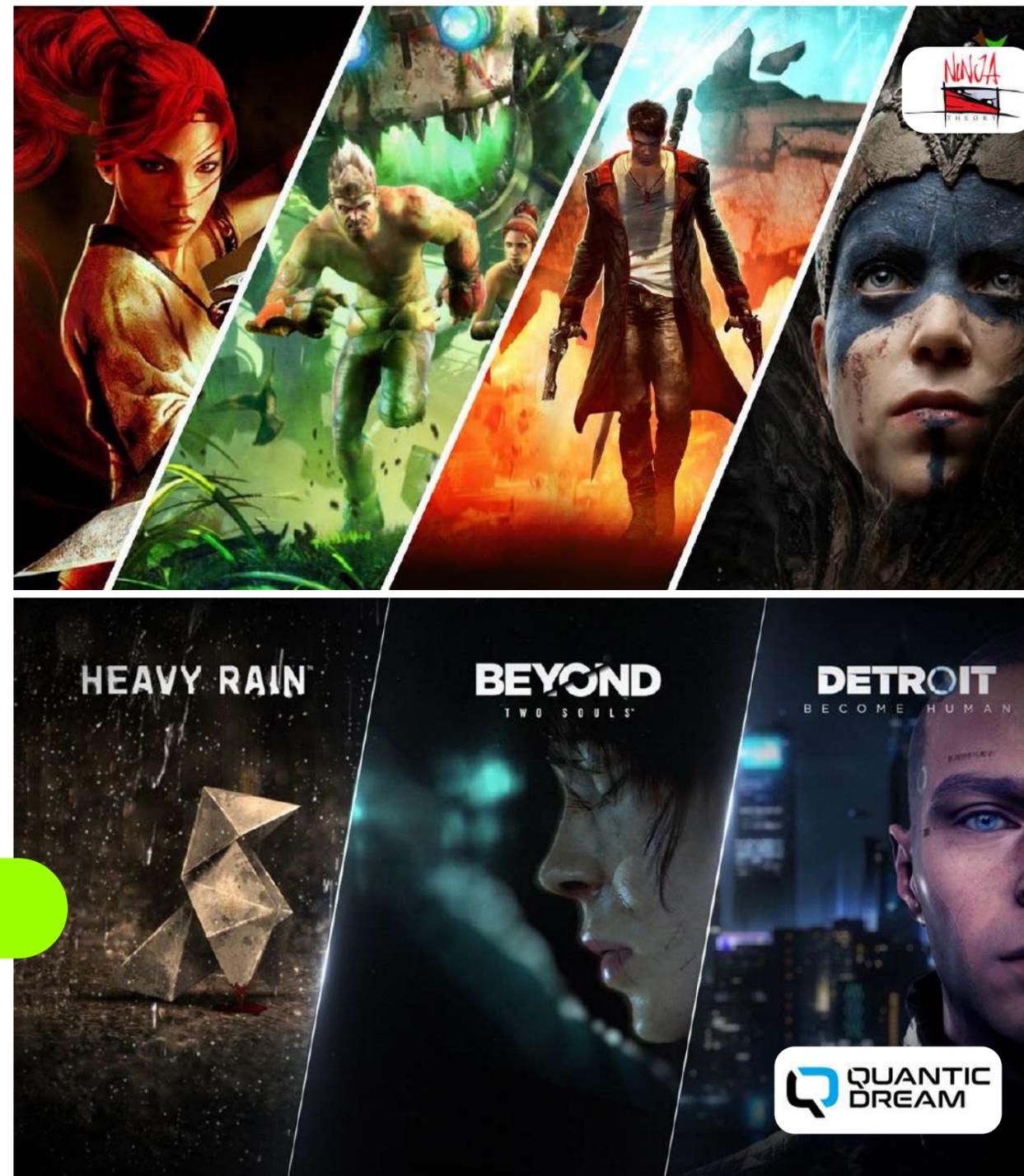
Anche l'Italia comincia ad adeguarsi a questo trend ed esistono diverse realtà interessanti.

Considerati i costi che può avere un viaggio oltre oceano, conviene rimanere in Europa e questo non preclude la possibilità di collaborare con aziende interessanti. Inghilterra, Francia e Spagna possiedono diverse aziende anche abbastanza famose, mentre in altri paesi del nord Europa, ci sono realtà più piccole, ma non meno interessanti.

Ninja Theory, Quantic Dream, Gameloft, Arkane Studios, Avalanche Studios, Massive Entertainment, Sarepta Studio, ecc...

Per quel che riguarda l'Italia, abbiamo anche qualche esempio, che se pur a fatica sta cercando di conquistare il suo posto.

Jyamma Games, NAPS Team, Lka e varie altre minori.



Il coinvolgimento di enti e di aziende è fondamentale per unire la ricerca al profitto.

Coinvolgere enti e aziende locali è di fondamentale importanza, non solo per ottenere sponsor, ma anche per creare collaborazioni virtuose con il mondo accademico. Il videogioco, grazie alla sua estrema versatilità, può essere personalizzato per soddisfare diverse esigenze, risultando sempre coinvolgente.

Nel contesto lavorativo, il gaming viene spesso utilizzato per attività di team building, coinvolgimento e motivazione dei dipendenti. Molte aziende commissionano lo sviluppo di videogiochi interni da utilizzare per i propri team, oppure li impiegano per la formazione del personale, sfruttando le numerose possibilità di personalizzazione.

Inoltre, il videogioco si dimostra un medium estremamente potente per il marketing, grazie al **In-gaming advertising**, **Around-game advertising** e **l'Advergaming** che offrono notevoli opportunità promozionali. Queste considerazioni sono supportate dai dati statistici di **Censis** e **IIDEA**, che mostrano una crescita costante dell'industria videoludica italiana, il cui mercato ha superato i 2 miliardi di euro.

FACEIT GUCCI

THE FIRST GRASSROOTS ESPORTS INITIATIVE IN COLLABORATION WITH A LUXURY BRAND.

BRIEF: Esports hasn't really established a "path to pro" development model. It focuses on commercial aspects of top league competitions with sponsorship backing. Compared to top professional leagues, grassroots esports lacks investment. It's time to authentically empower the next generation of esports athletes by establishing a truly holistic non-profit grassroots development program for aspiring gamers.

EXECUTION: The Gucci Gaming Academy was founded to support the development of soft skills, teamwork, and sportsmanship behavior. Three academy ambassadors were signed: James Bardolph, a famous "Counter-Strike: Global Offensive" (CS:GO) commentator, Missharvey, a prominent video game developer and former pro player, and IRLI_RIGHI, one of the most iconic CS:GO pros of all times. A video centerpiece - "The Bellhop" - was created to launch the Academy. It follows a hotel porter becoming the next esports star guided by "Mr. Bardolph". The film featured many beloved members of the CS:GO community and lots of carefully placed CS:GO references.

RESULTS: Gucci and FACEIT teaming up and supporting the talent in the space has successfully positioned both brands as forward thinking and an having authentic understanding of gaming. The Gucci Gaming Academy's launch video was praised by the community for the style of the content. On Twitter alone the overall campaign received 26.5m impressions and 23.2m reach in week one. Within three months the Gucci Gaming Academy player visibility led to three out of four of the roster members being offered pro-team signings. Among them the academy's first female player, Koda "Kiki" Hansen from Norway who was signed to Guild Esports - a team owned by David Beckham.

ACTIVATED WITH STYLE

GRADUATED WITH SUCCESS

FIRST LUXURY FASHION BRAND TO ENTER THE COUNTER-STRIKE COMMUNITY

5.2M LIVESTREAM VOD VIEWS FOR LAUNCH FILM, THE BELLHOP

4 OF 6 ACADEMY TALENTS WERE OFFERED SIGNINGS BY PRO-TEAMS

SUPPORTED BY AMBASSADORS → **BOOSTED WITH SKILLS & TOOLS** → **THE CLASS OF 2022**

PLEASE WATCH LAUNCH FILM

AMBASSADORS: JAMES BARDOLPH, GUY HOPE, CHRISTOPHER ALLIANCE, MISHARVEY, STEPHEN HADLEY

CLASS OF 2022: ERICANTH, RICKIE, MLAGOSZKA, NIKKI, LUKASZ, ANDRZEJ, THE BELLOP, LUCASIA, DREWRY, MATHIAS, OTHMAN, ENI, ENI, HANSEN, FERT, WESTER, WILSON

PROGRAMS: GAME TRAINING, MENTAL HEALTH SUPPORT, EDUCATION, GUCCI COMMUNITY-ENGAGEMENT PROGRAMME, HARDWARE & MERCHANDISING

STATO DELL'ARTE

- ▶ Come può un Videogioco valorizzare i beni culturali?
- ▶ Individuazione del primo luogo e Concept
- ▶ Tipologia di Videogioco

- 1. Narrazione personalizzata**
- 2. Gamification dell'esperienza culturale**
- 3. Conservazione digitale del patrimonio**
- 4. Collaborazioni interdisciplinari**
- 5. Coinvolgimento emozionale**
- 6. Inclusività e accesso a culture diverse**
- 7. Accessibilità**

Come può un Videogioco valorizzare i beni culturali?

Non esiste una risposta unica, poiché la forza dei videogiochi risiede proprio nella loro straordinaria versatilità. Coinvolgono più di un film o un libro grazie alla loro natura interattiva. Possono costruire mondi immaginari o riprodurre fedelmente quelli reali, diventando uno scrigno che trascende il tempo, capace di garantire l'immortalità di luoghi, se progettati con attenzione.

Un esempio significativo legato alla salvaguardia dei beni culturali si è verificato il 15 aprile 2019, quando un devastante incendio colpì la cattedrale di Notre-Dame di Parigi. Ubisoft, nota casa di produzione di videogiochi, donò 500.000 euro per il restauro e offrì gratuitamente per una settimana il download di uno dei suoi titoli più celebri, ambientato proprio a Parigi.

Nonostante gli adattamenti per la giocabilità, il videogioco ha permesso agli utenti di immergersi nella storia, superando i danni e il deterioramento, andando oltre i limiti del tempo e dello spazio.

Questo significa che la realizzazione di un videogioco coinvolge la collaborazione di numerosi artisti e specialisti, e in questo caso specifico, anche di storici dell'arte e operatori dei beni culturali.

Individuazione del primo luogo e Concept

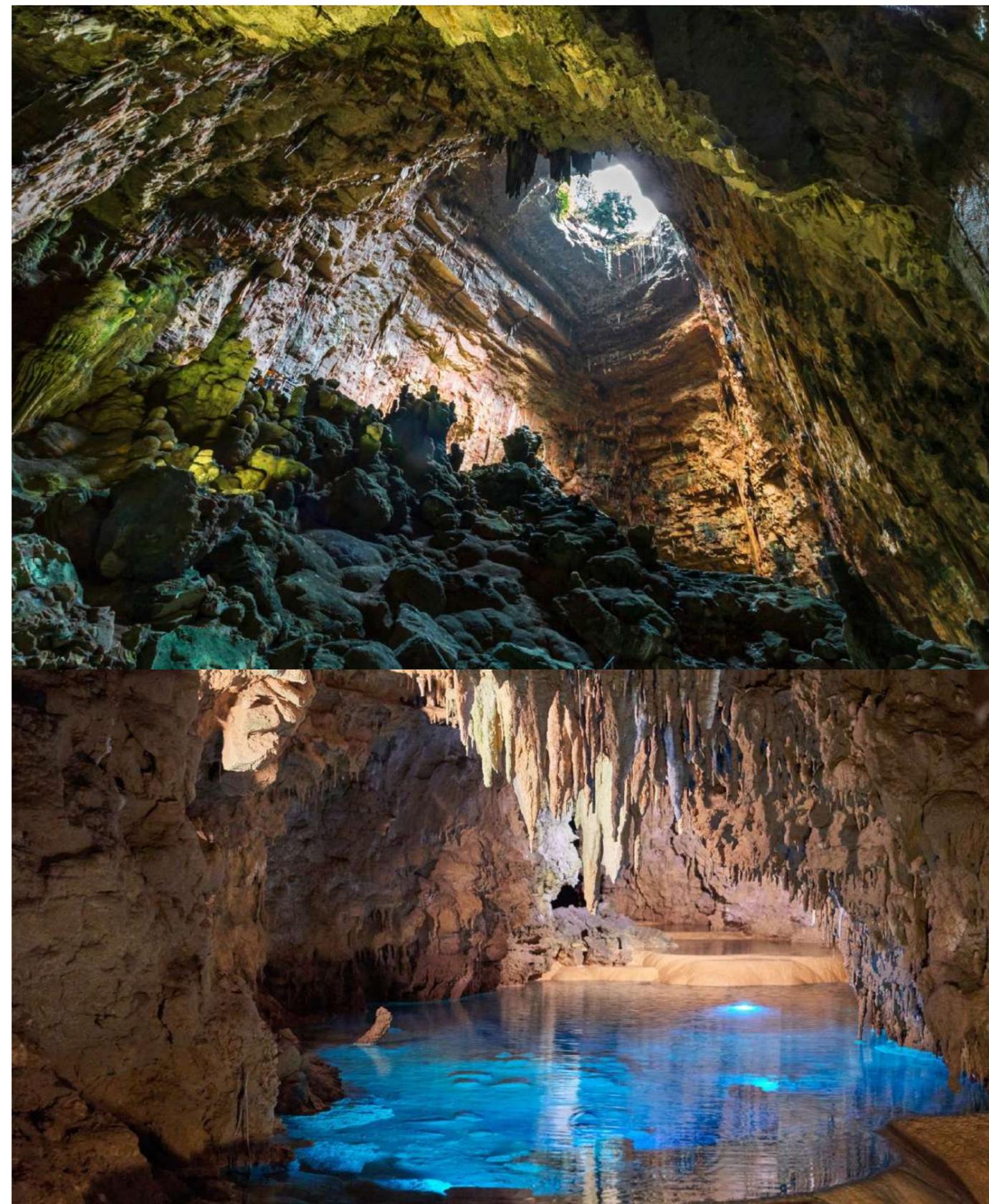
L'obiettivo finale è sviluppare una serie di videogiochi destinati a valorizzare il territorio. Nell'ambito del dottorato, si prevede la realizzazione del primo titolo di questa serie, ambientato nelle Grotte di Castellana. La scelta è motivata dal fascino che questo luogo offre e dalla sua storia, che presenta un incipit perfetto per ispirare un primo gioco.

Le Grotte di Castellana sono ricche di storie, leggende e narrazioni legate alla loro scoperta, fornendo un ottimo punto di partenza per creare un videogioco di avventura ed esplorazione, con elementi di puzzle game e investigazione. La figura dello speleologo che le ha scoperte e altri personaggi legati al luogo offrono ulteriori spunti creativi, arricchiti dalla straordinaria bellezza del sito.

Per sviluppare un progetto di questo tipo, anche se di piccole dimensioni, sarà necessario effettuare sopralluoghi, collaborare con enti locali, consultare esperti e coinvolgere vari settori accademici. La creazione di un videogioco richiede l'apporto di numerose figure professionali, tra cui illustratori, modellatori 3D e sound designer.

Il gioco non è pensato per sostituire la visita alle grotte, ma per incentivarla, offrendo ulteriori motivi di interesse con rimandi e collegamenti che possono essere scoperti solo visitando il luogo, oltre a fornire una conoscenza geologica e storica più approfondita.

Questo è destinato ad essere un primo prototipo il cui obiettivo è quello di mostrare il potenziale dei videogiochi anche per valorizzare i beni culturali.



Tipologia di Videogioco

Questo primo gioco si presenta come un'avventura grafica interattiva, con l'obiettivo di valorizzare le Grave delle Grotte di Castellana e, allo stesso tempo, diffondere conoscenze sul luogo. Sarà un mix di esplorazione e investigazione, con missioni di breve durata pensate per intrattenere e divertire, ma anche per far scoprire aspetti unici di questo affascinante sito.

Saranno integrati livelli bonus accessibili solo a chi visiterà fisicamente le grotte, per creare un legame tra l'esperienza digitale e quella reale. Esistono numerosi esempi di giochi interattivi che, grazie a una buona narrazione, riescono a coinvolgere profondamente anche in brevi sessioni di gioco.

I supporti previsti includono il PC, per chi desidera giocare comodamente da casa, e la realtà virtuale, per un'esperienza immersiva in prima persona, o la realtà aumentata tramite dispositivi Android o Apple. La scelta definitiva delle piattaforme verrà stabilita dopo un'attenta fase di valutazione, per identificare l'opzione più accessibile e adatta.



Metodologia e relativa tempistica sui 3 anni del dottorato

1° Anno

Sviluppare una roadmap dettagliata che stabilisca tempistiche e scadenze per ogni fase del processo produttivo. Nei primi mesi, si procederà con la redazione di un brief iniziale, seguita da sessioni di brainstorming, ricerca di riferimenti, raccolta di materiali pertinenti e analisi approfondite. Scelta dei supporti e quanto necessario per lo sviluppo del gioco.

Successivamente, si passerà alla fase di sviluppo, che includerà la creazione di bozzetti e la prototipazione degli scenari la stesura di una narrazione completa, la creazione dei personaggi e delle interazioni. L'obiettivo è completare una "demo" rappresentativa entro la fine dell'anno. Questa demo servirà a presentare il gioco e i risultati preliminari del progetto agli enti di riferimento e alle aziende interessate. In quanto demo, non sarà completa, ma presenterà le caratteristiche necessarie a comprendere il mood e le interazioni di gioco.

2° Anno

Prima di procedere al completamento del gioco, verranno organizzati tirocini all'estero, concentrandosi su piccole aziende disposte a collaborare e con un focus simile al progetto. Come la produzione di giochi con tematiche affini e/o l'uso dei software scelti per lo sviluppo. La demo potrà anche essere utilizzata per presentare un prototipo a queste aziende, potenzialmente localizzate in Europa. Questi tirocini sono fondamentali per aumentare le competenze generali e comprendere meglio il flusso di lavoro di queste aziende.

A metà percorso, è prevista, inoltre, la creazione degli elementi grafici, come l'interfaccia utente (UI), il logo, e vari video, oltre alla preparazione dei materiali per la campagna promozionale e alla pianificazione dei canali di distribuzione, con l'obiettivo di iniziare a informare gli utenti e creare interesse per l'uscita del gioco.

3° Anno

Nel terzo anno, l'obiettivo è avanzare significativamente nella produzione, raggiungendo una fase finale dello sviluppo. Si prevede di completare il gioco, inclusi il level design, la programmazione in Unreal Engine 5, il debugging e la gestione delle licenze.

Il gioco è concepito come un progetto di dimensioni ridotte, ma altamente coinvolgente. Creare un gioco più grande risulterebbe troppo complesso e dispersivo, mentre un progetto di scala contenuta consente di concentrarsi sulla qualità e l'esperienza del giocatore.

Risultati Attesi e possibili Strategie di Rischio

I risultati attesi sono positivi, grazie al pieno utilizzo delle risorse e delle competenze offerte dall'istituto, sia in termini di personale qualificato che di laboratori e attrezzature necessarie per completare il gioco.

Le strategie prevedono l'uso di software consolidati, già integrati nei programmi accademici, e la possibilità di svolgere tirocini formativi specifici. Verranno inoltre coinvolte figure esterne per coprire eventuali lacune in ambiti specialistici non presenti all'interno dell'accademia.

I principali rischi includono la possibilità di non rispettare le scadenze previste, un problema comune in molti progetti. Si farà il possibile per mantenere i tempi, ma, se necessario, verrà richiesta una proroga per il completamento del progetto.

Un ulteriore rischio riguarda una gestione promozionale inefficace e di conseguenza uno scarso interesse verso il progetto, situazioni che

possono emergere per qualsiasi prodotto sul mercato. Per questo motivo, la fase iniziale sarà fondamentale per analizzare il target di riferimento e mitigare tali rischi.

In generale, le difficoltà previste sono comuni a molti progetti di sviluppo di questa portata.



Grado di fattibilità organizzativa e finanziaria

L'organizzazione finanziaria per lo sviluppo di un progetto di questo tipo può essere flessibile, ma considerando le risorse già disponibili presso l'istituto, come attrezzature, personale e software, le principali spese saranno legate all'esperienza all'estero e al tirocinio obbligatorio in azienda.

Potrebbero essere necessari anche investimenti in attrezzature utili sia per il progetto che per altri indirizzi accademici.

Un altro costo previsto riguarda l'eventuale inclusione di professionisti esterni per colmare competenze specifiche mancanti.

Inoltre, sarà necessario un budget minimo per l'acquisto della licenza di Unreal Engine 5 per generare l'eseguibile del gioco e per l'acquisizione di risorse grafiche, qualora non sia possibile produrle internamente. Quest'ultima spesa, comunque, sarà limitata a casi eccezionali.

Ulteriori costi potrebbero derivare dalle attività promozionali. Per coprire queste spese, si cercherà il sostegno di sponsor, come enti locali, associazioni o altre organizzazioni pertinenti, compatibilmente con i requisiti del bando. In alternativa, si potrebbe avviare una campagna di crowdfunding, come Kickstarter, per finanziare il progetto e i titoli futuri.

L'intento è di non gravare eccessivamente sull'accademia, evitando spese superflue e sfruttando al massimo le risorse già disponibili gratuitamente.



Coinvolgimento di strutture di ricerca e/o ricercatori italiani e/o stranieri, con relative motivazioni

Game Developer

Una figura chiave per il progetto potrebbe essere quella del Game Developer, responsabile della programmazione.

Questo ruolo è più complesso da reperire in ambito accademico, poiché meno collegato alle discipline artistiche.

Tuttavia, ci sono diverse professionalità che potrebbero essere considerate in base alle specifiche esigenze del progetto.

Altre Figure

Non è previsto, al momento, l'intervento di figure esterne specifiche, oltre a quella già indicata, ma qualora si rendesse necessario, si valuterà l'inclusione di esperti e professionisti nell'ambito artistico, con competenze mirate al settore videoludico.



Coinvolgimento Imprese

In questo contesto verranno identificate e analizzate diverse aziende italiane che potrebbero assumersi la responsabilità del percorso obbligatorio.

La ricerca si concentrerà inizialmente sul settore del gaming; tuttavia, qualora non emergessero opzioni adeguate sul territorio, saranno prese in considerazione imprese con filiere produttive caratterizzate da dinamiche simili, coerenti con le finalità del progetto.

Per quanto riguarda le imprese locali, il coinvolgimento sarà orientato principalmente alla valorizzazione dei beni culturali, favorendo attività pertinenti e proponendo collaborazioni che possano supportare futuri sviluppi, anche in ambito videoludico.



Bibliografia

- 1) **Level Design: Processes and Experiences** di Christopher W. Totten
- 2) **Video Game Level Design: How to Create Video Games With Emotion, Interaction, and Engagement** di Michael Salmond
- 3) **Advanced Game Design: A Systems Approach: A Systems Approach** di Michael Sellers
- 4) **Blueprints Visual Scripting for Unreal Engine 5: Unleash the true power of Blueprints to create impressive games and applications in UE5, 3rd Edition** di Marcos Romero, Brenden Sewell
- 5) **The Art of Game Design: A Book of Lenses, terza edizione** (Edizione italiana) di Jesse Schell
- 6) **Fundamentos de Arte para Videojuegos: Guía Práctica de los Procesos de Producción de Arte en Videojuegos** di Pedro Pablo Fernández Moya
- 7) **Drawing Basics and Video Game Art: Classic to Cutting-Edge Art Techniques for Winning Video Game Design** di Chris Solarski
- 8) **Laws of UX: Using Psychology to Design Better Products & Services** di Jon Yablonski
- 9) **Universal Principles of UX: 100 Timeless Strategies to Create Positive Interactions between People and Technology⁽⁴⁾** di Irene Pereyra
- 10) **L'arte del coinvolgimento: Emozioni e stimoli per cambiare il mondo** di Fabio Viola, Vincenzo Idone Cassone
- 11) **Videogame e patrimonio culturale** a cura di Sofia Pescarin
- 12) **Play videogame arte e oltre** di Guido Curto, Fabio Viola