

LUCAS BASTOS FRANCO

**PROJETO DE SOFTWARE:
HAPPY PAWS**

**SÃO FRANCISCO DE GOIAS
2026**

LUCAS BASTOS FRANCO

**PROJETO DE SOFTWARE:
HAPPY PAWS**

Projeto de software para obtenção do
título de engenheiro de software

**SÃO FRANCISCO DE GOIAS
2026**

CONTROLE DE VERSÃO

| <u>Versão</u> | <u>Data de Início</u> | <u>Data de Fim</u> |
|----------------------|------------------------------|---------------------------|
| 1.0 | 19/01/2026 | 21/01/2026 |

LUCAS BASTOS FRANCO

**PROJETO DE SOFTWARE:
HAPPY PAWS**

Projeto de software para obtenção do
título de engenheiro de software

Aprovado em:

Lucas Bastos Franco

Dedico este trabalho a Deus; sem ele eu
não teria capacidade para desenvolver
este trabalho.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, a Deus, que fez com que meus objetivos fossem alcançados, durante todos os meus anos de estudos.

Aos meus pais e irmãos, que me incentivaram nos momentos difíceis e compreenderam a minha ausência enquanto eu me dedicava à realização deste trabalho.

Aos amigos, que sempre estiveram ao meu lado, pela amizade incondicional e pelo apoio demonstrado ao longo de todo o período de tempo em que me dediquei a este trabalho.

Eu acredito que, às vezes, são as pessoas que ninguém espera nada que fazem as coisas que ninguém consegue imaginar.

Alan Turing

RESUMO

O projeto propõe o desenvolvimento de uma landing page dedicada ao jogo Enigma do Medo, com o objetivo de ampliar sua visibilidade internacional, especialmente entre o público falante de inglês. Em um mercado de jogos indie altamente competitivo, a ausência de um ponto centralizado e acessível de apresentação pode dificultar a compreensão da identidade, dos diferenciais e do valor do jogo. A landing page atuará como um ponto de entrada estratégico, reunindo narrativa, atmosfera, materiais visuais e chamadas à ação em um único ambiente claro e envolvente. Dessa forma, a solução busca reduzir barreiras linguísticas e informacionais, fortalecer a identidade do jogo e aumentar o engajamento inicial do público, transformando o desafio da visibilidade global em uma oportunidade de expansão e consolidação da marca..

Palavras-chave: Jogos Indie; Landing Page; Visibilidade Internacional; Enigma do Medo.

ABSTRACT

This project proposes the development of a dedicated landing page for the game Enigma of Fear, aiming to expand its international visibility, especially among English-speaking audiences. In the highly competitive indie game market, the lack of a clear and centralized presentation point can hinder the understanding of the game's identity, unique features, and overall value. The landing page will serve as a strategic entry point, bringing together the game's narrative, atmosphere, visual materials, and calls to action in a single, clear, and engaging environment. By reducing linguistic and informational barriers, the solution seeks to strengthen the game's identity and increase initial audience engagement, transforming the challenge of global visibility into an opportunity for brand expansion and consolidation.

Keywords: Indie Games; Landing Page; International Visibility; Enigma of Fear.

SUMÁRIO

| | | |
|-----|--------------------------------------|----|
| 1 | INTRODUÇÃO DO SOFTWARE | 11 |
| 2 | DESENVOLVIMENTO DA IDEIA | 11 |
| 2.1 | Matriz GUT | 11 |
| 2.2 | Partes Interessadas..... | 12 |
| 3 | PERSONA DE EMPATIA | 12 |
| 4 | REQUISITOS E METRICAS | 13 |
| 4.1 | Requisitos Funcionais..... | 13 |
| 4.2 | Requisitos Não Funcionais | 13 |
| 5 | ESTRUTURA ANALÍTICA DO PROJETO | 14 |
| 6 | METODOLOGIA DE DESENVOLVIMENTO | 15 |
| 7 | DESIÇÃO ARQUITETURAL | 15 |
| 8 | FRONT-END | 16 |
| 9 | VERSIONAMENTO | 16 |

1 INTRODUÇÃO DO SOFTWARE

A crescente competitividade do mercado de jogos digitais, especialmente no segmento indie, tem tornado a visibilidade internacional um fator determinante para o sucesso de novos títulos. O jogo Enigma do Medo, apesar de apresentar uma proposta narrativa e estética atrativa, enfrenta o risco de não alcançar um público global de forma efetiva, principalmente entre jogadores que falam inglês, idioma com o maior número total de falantes no mundo. A ausência de um ponto centralizado, claro e acessível para a apresentação do jogo pode dificultar a compreensão de sua identidade, de seus diferenciais e de seu valor por parte desse público, reduzindo o engajamento inicial e as oportunidades de conversão, como o interesse em acompanhar o desenvolvimento ou adicionar o jogo a listas de desejo.

Diante desse cenário, surge a oportunidade de criar uma solução capaz de ampliar o alcance do jogo e fortalecer sua presença internacional. A proposta consiste no desenvolvimento de uma landing page dedicada à divulgação de Enigma do Medo, com foco em comunicar sua essência de forma direta, envolvente e alinhada às expectativas do público internacional. Essa solução tem como objetivo concentrar as principais informações do jogo em um único ambiente, facilitando o acesso ao conteúdo, despertando curiosidade e promovendo uma experiência inicial consistente e imersiva para o usuário.

A landing page atua como um ponto de entrada estratégico para o jogo, apresentando sua narrativa, atmosfera, materiais visuais e chamadas à ação que incentivam o engajamento do público. Ao oferecer uma experiência clara e objetiva, a solução contribui para reduzir a barreira linguística e informacional, fortalecendo a identidade do jogo e aumentando suas chances de reconhecimento em um mercado global altamente competitivo. Dessa forma, o software proposto se posiciona como um elemento essencial na estratégia de divulgação de Enigma do Medo, buscando transformar a possível falta de visibilidade internacional em uma oportunidade de expansão e consolidação da marca do jogo.

2 DESENVOLVIMENTO DA IDEIA

2.1 Matriz GUT

A matriz GUT é uma boa ideia para priorização de problemas de sistema, ele é levantado através de indicadores que estão atrelados a problemas que o projeto tenta

mitigar, assim, trazendo dados reais e relevantes, como o sistema tenta tratar sobre **Possível falta de visibilidade internacional do jogo Enigma do Medo**, sua pontuação foi:

| <u>CRITÉRIO</u> | <u>NOTA</u> | <u>JUSTIFICATIVA</u> |
|--------------------------|--------------------|---|
| Gravidade | 5 | A falta de visibilidade internacional impacta diretamente os principais objetivos do jogo. |
| Urgência | 5 | O problema exige ação imediata porque a ausência de divulgação internacional no momento correto reduz o impacto de campanhas futuras. |
| Tendência | 5 | Se nenhuma ação for tomada, o problema tende a se agravar porque outros jogos ocupam o espaço de atenção do público internacional |
| <u>NOTA FINAL</u> | 125 | O problema é extremamente impactante para o projeto Exige ação imediata. Se ignorado, se agravará rapidamente, comprometendo o sucesso do jogo |

2.2 Partes Interessadas

Equipe de marketing e comunicação:

- Utiliza a landing page como ferramenta central de divulgação.
- Define a linguagem, posicionamento da marca e chamadas à ação voltadas ao público internacional.

Jogadores internacionais (principalmente falantes de inglês):

- Público-alvo da solução.
- Interagem diretamente com a landing page para conhecer o jogo, entender sua proposta e decidir se irão acompanhá-lo ou adicioná-lo à wishlist.

3 PERSONA DE EMPATIA



Antomar Lima é um mestre de RPG experiente e um grande apreciador de jogos de videogame, especialmente aqueles que apresentam narrativas profundas, atmosferas envolventes e propostas criativas fora do padrão dos grandes estúdios. Ele costuma buscar jogos que possam inspirar suas próprias campanhas de RPG, seja pelo universo, pelos personagens ou pela forma como a história é construída. Antomar acompanha lançamentos, participa de comunidades online e consome conteúdos sobre jogos independentes, sempre em busca de experiências que despertem curiosidade e ofereçam algo novo.

Apesar desse interesse constante, Antomar se sente cada vez mais frustrado com a dificuldade de encontrar informações claras e confiáveis sobre novos jogos. Muitas vezes, ele descobre um título promissor por meio de um vídeo curto ou de uma menção em redes sociais, mas não consegue achar uma página centralizada que explique do que o jogo se trata, qual é sua proposta narrativa, seu estilo visual ou mesmo seu estágio de desenvolvimento. As informações costumam estar espalhadas entre postagens, trailers isolados ou páginas confusas, o que torna cansativa a tarefa de compreender a identidade do jogo e decidir se vale a pena acompanhá-lo.

4 REQUISITOS E METRICAS

4.1 Requisitos Funcionais

| ID | DESCRIÇÃO | METRICA |
|----|---|---|
| 01 | O sistema deve apresentar todo o conteúdo textual da landing page no idioma inglês. | 100% dos textos devem estar em inglês, verificado e validando o conteúdo |
| 02 | O sistema deve permitir a reprodução do trailer do jogo | O trailer deve iniciar a reprodução em até 2 segundos após o clique no botão “play” |
| 03 | O sistema deve apresentar imagens contendo oficiais do jogo | A imagens deve ter carregamento completo em até 3 segundos em conexão padrão |
| 04 | O sistema deve redirecionar o usuário para plataformas externas ao clicar nos botões correspondentes. | 100% dos botões de redirecionamento devem levar o usuário à url correta |

4.2 Requisitos Não Funcionais

| ID | TIPO | DESCRIÇÃO | METRICA |
|----|-------------|--|--|
| 01 | Usabilidade | A navegação deve ser intuitiva, permitindo que o usuário encontre as | O usuário deve conseguir acessar diversos tópicos com no máximo 2 cliques ou |

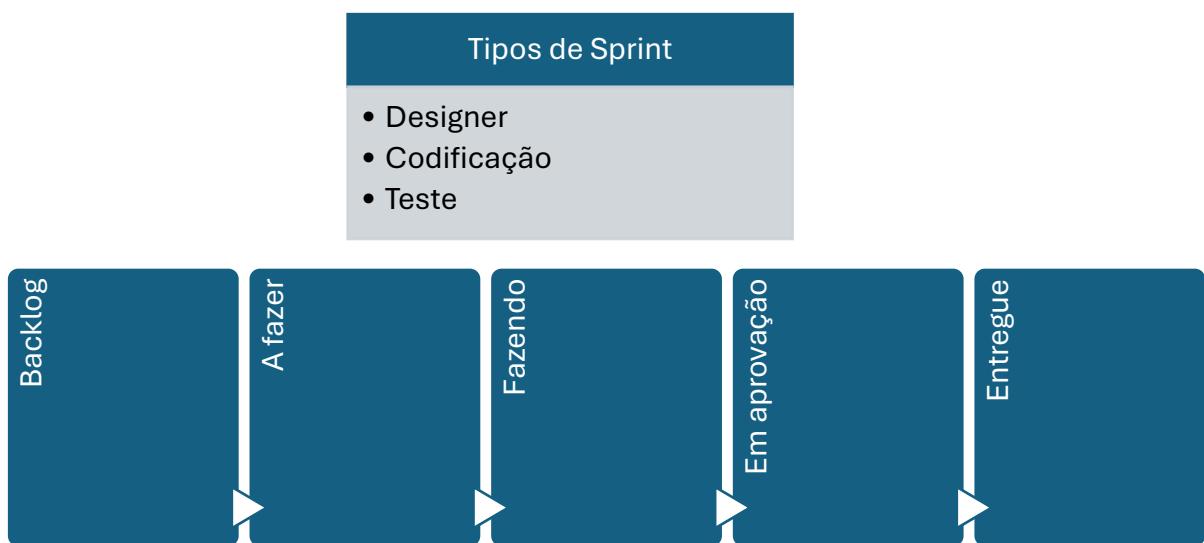
| | | | |
|----|------------------|--|--|
| | | principais informações do jogo em até 2 interações. | toques nos testes de usabilidade |
| 02 | Manutenibilidade | O código HTML, CSS e JavaScript deve ser organizado e comentado, facilitando futuras manutenções e atualizações. | O código deve conter comentários explicativos nos blocos principais e seguir uma estrutura de padronização |
| 03 | Compatibilidade | A landing page deve funcionar corretamente nos principais navegadores modernos | A página deve ser testada e funcionar sem erros visuais no Google, OperaGX e Edge. |
| 04 | Responsividade | A landing page deve ser responsiva, adaptando-se corretamente a desktop e smartphones | A interface deve se adaptar correspondente a resolução sem quebrar de layout |

5 ESTRUTURA ANALÍTICA DO PROJETO



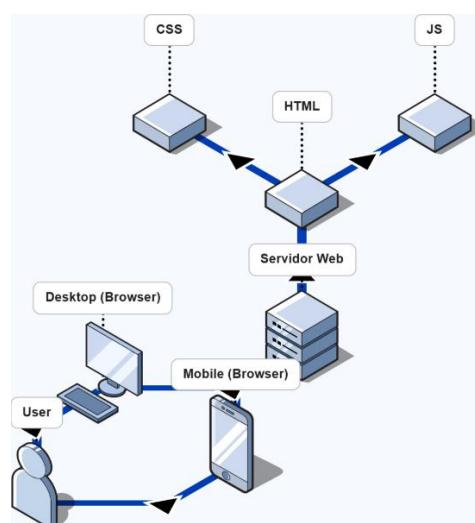
6 METODOLOGIA DE DESENVOLVIMENTO

A metodologia escolhida foi Kanban, que se baseia na gestão visual do fluxo de trabalho, permitindo acompanhar o andamento das atividades de forma contínua e incremental, sendo sua prioridade a flexibilidade, a entrega constante de valor e adaptação rápida a mudanças.



7 DESIÇÃO ARQUITETURAL

O sistema utiliza a arquitetura Cliente-Servidor, onde o cliente é responsável pela interface e interação com o usuário, enquanto o servidor processa as regras do sistema e cuida da segurança dos dados. A comunicação entre cliente e servidor acontece por meio de uma API. No servidor, a aplicação é organizada em camadas para manter o código mais organizado e fácil de manter. Os dados são armazenados em um banco de dados, acessado apenas pelo servidor.



8 FRONT-END

O desenvolvimento do front-end será realizado utilizando exclusivamente HTML, CSS e JavaScript, tecnologias fundamentais da web que garantem compatibilidade, leveza e amplo suporte em diferentes navegadores e dispositivos. O HTML será responsável por estruturar o conteúdo da página de forma semântica e organizada. O CSS será utilizado para construir a identidade visual da landing page, por meio de cores, tipografia, espaçamentos e animações sutis. Já o JavaScript terá o papel de adicionar interatividade e dinamismo à landing page, melhorando a experiência do usuário sem comprometer o desempenho.

9 VERSIONAMENTO

O versionamento de código utilizando Git com repositório no GitHub, o uso de Git permite o gerenciamento eficiente das alterações no código-fonte, facilitando a identificação de erros. Já o GitHub possibilita a centralização do código, o acompanhamento da evolução do projeto e a apresentação profissional do sistema no portfólio.