

GAME DESIGN

GAME DESIGN, **POR ONDE COMEÇAR?**

GUILHERME HENRIQUE QUINTANA



1

LISTA DE FIGURAS

Figura 1.1 – Game Designer joga o dia todo?	5
Figura 1.2 – Programação de um jogo	6
Figura 1.3 – Imagem do game <i>OwlBoy</i>	8
Figura 1.4 – Equipe de desenvolvimento	8
Figura 1.5 – Concepção das ideias de um game	9
Figura 1.6 – Planejamento de um game.....	11

EMANIP

SUMÁRIO

1 GAME DESIGN, POR ONDE COMEÇAR?	4
1.1 O que é Game Design?	4
1.2 Sobre o Game Designer	4
1.2.1 O que faz um Game Designer?	4
1.2.2 O Game Designer joga o dia todo?	5
1.3 O <i>Game Designer</i> é programador?	6
1.4 O Game Designer é um artista?	7
1.5 Papéis de um <i>Game Designer</i>	8
1.5.1 O <i>Game Designer</i> sempre está vendendo a sua ideia	9
1.5.2 O Game Designer precisa se comunicar bem	10
1.5.3 O <i>Game Designer</i> precisa planejar todo o jogo	10
1.6 Sobre o mercado de games	12
1.6.1 O mercado de atuação	12
1.7 O problema da porta	12
REFERÊNCIAS	18

1 GAME DESIGN, POR ONDE COMEÇAR?

1.1 O que é Game Design?

Game Design é o processo de criação de um jogo, partindo da idealização de um conceito até a entrega final. Faz parte desse processo etapas de planejamento, definição de público-alvo, escopo, regras, mecânicas, elementos gráficos, *playtest* e muitas outras.

O mercado de games está em expansão e, com isso, surgem oportunidades para profissionais que desejam trabalhar no desenvolvimento de jogos para consoles, computadores e dispositivos móveis.

Além dos games de entretenimento, o mercado vem abrindo espaço para outros nichos de jogos, como Business Games, Serious Games, Advergames, Simuladores, entre outros. Cada uma dessas aplicações tem sua utilidade no mercado e, com isso, há espaço para um profissional altamente especializado, treinado para entender as necessidades dos produtos e as formas de aliar isso às experiências dos jogadores, tornando-as mais agradáveis e divertidas possíveis.

Esse profissional é o Game Designer.

1.2 Sobre o Game Designer

1.2.1 O que faz um Game Designer?

Mas, enfim, o que faz um Game Designer? Quais são as atribuições dele? Quais são as suas responsabilidades?

Para esclarecer isso, vamos apresentar algumas afirmações bem comuns de pessoas que não compreendem muito bem o ecossistema de desenvolvimento de jogos.

1.2.2 O Game Designer joga o dia todo?

É muito importante que o Game Designer goste de jogar, pois conhecer diferentes tipos e formatos de jogo ajuda a obter referências úteis na hora de criar o próprio Design. Para um Game Designer, jogar não deve ser apenas entretenimento, mas também uma maneira de conhecer novas experiências com o objetivo de adaptá-las e aprimorá-las para os seus projetos.



Figura 1.1 – Game Designer joga o dia todo?
Fonte: Pexels (2017)

A área de games é uma área dinâmica, por isso é importante estar sempre de olho no mercado e estar sempre atento às novas tecnologias e tendências.

E os *insights* para um game pode estar em qualquer lugar. O Game Designer precisa estar sempre atento a:

- Jogos digitais (o que o mercado está fazendo hoje? Quais são os jogos do momento? O que eles têm de diferente?).
- Jogos eletrônicos (o que um jogo de parque de diversão tem de interessante? Por que as pessoas são atraídas por ele? Por que um jogo como Genius é divertido?).
- Jogos de tabuleiro (Banco imobiliário é um jogo que envolve dinheiro, aquisições imobiliárias e prisão: por que ele é interessante e se mantém relevante até hoje?).

- Esportes (uma das formas mais antigas de diversão, estão por aí há séculos. O que os tornam tão interessantes a ponto de terem torcidas e fundações inteiras por trás das equipes?).
- Jogos para crianças (entreter crianças é difícil: como mantê-las atentas a uma atividade por mais de 10 minutos? O que esses jogos têm de tão atrativo para elas?).

Olhando para esses exemplos e outros que temos é possível identificar alguns elementos em comum, sobre os quais falaremos nos próximos capítulos.

O Game Designer **deve** conhecer outros jogos e seus apelos, mas ele não é **apenas um jogador**.

1.3 O *Game Designer* é programador?

Saber programar não é uma premissa para ser Game Designer, mas entender a programação é fundamental para o desenvolvimento de um game.



Figura 1.2 – Programação de um jogo
Fonte: Pexels (2017)

Conhecer as possibilidades de programação permite que a concepção do game seja feita com base nas limitações da tecnologia que será utilizada, sendo isso importante para que o processo de criação seja objetivo.

Além disso, conhecer a programação também facilita o **diálogo** com os programadores da equipe de desenvolvimento, tornando mais fácil a comunicação entre as áreas e a resolução de problemas.

Ao entender as limitações das tecnologias disponíveis é possível identificar e escolher a que melhor se adapta à ideia proposta.

Apesar de ser **interessante** o Game Designer entender a programação e tudo que a envolve, ele **não precisa ser proficiente nessa área**.

1.4 O Game Designer é um artista?

Muitas pessoas são visuais e, para esse público, o primeiro julgamento sobre a qualidade de um game é a questão gráfica.

A parte visual é um dos pilares para a construção de um game e um dos fatores que mais atraem – ou afastam – jogadores. Assim como na programação, o Game Designer precisa saber responder algumas perguntas para se comunicar com a equipe visual:

- Quais são as diferenças de produção entre um game 2D e um game 3D?
- Como o tipo de gráfico afeta o jogo e a mensagem que o game vai passar?
- Qual o tempo de produção de cada tipo de arte?
- A linha visual escolhida está adequada para o formato, seja ele console, mobile, eletrônico ou físico?



Figura 1.3 – Imagem do game OwlBoy
Fonte: Owlboy Game (2017)

Saber conceitos básicos, como perspectiva, proporção, animação e rigging ajuda na hora de tomar decisões cruciais no projeto, mas o Game Designer **não precisa ser, necessariamente, um artista.**

1.5 Papéis de um *Game Designer*

Se o Game Designer não é um jogador, um programador ou artista, o que ele é então? O que faz no processo de produção?



Figura 1.4 – Equipe de desenvolvimento
Fonte: Pexels (2017)

Basicamente, são responsabilidades do *Game Designer*:

- Vender.
- Comunicar.
- Planejar.

1.5.1 O *Game Designer* sempre está vendendo a sua ideia

Para que uma ideia seja aceita pelo público-alvo, é preciso acreditar nela e saber vendê-la. Cada mecânica, estilo visual ou tema pensado pelo GD precisam ser **aceitos** por quem trabalha com ele. É importante saber como apresentar as suas ideias e mostrar por que elas são ótimas para o projeto.

A **ideia** de um jogo precisa ser vendida para a equipe envolvida, para o gestor da equipe (caso exista no projeto), e principalmente para os jogadores.

Para vender uma ideia, é importante que você respeite o seu público, lembrando que ele também pode contribuir para formação do conceito do *game*.

Reuniões de brainstorming são relevantes para a integração do grupo e o bom desenvolvimento do projeto. Essas reuniões permitem que todos opinem sobre o produto final e apresentem pontos de vista dos especialistas de cada uma das áreas. Além de ajudar na concepção, ainda auxiliam o Game Designer na venda da ideia, pois todos os envolvidos no projeto tiveram um papel importante no desenvolvimento dela.



Figura 1.5 – Concepção das ideias de um game
Fonte: Pexels (2017)

1.5.2 O Game Designer precisa se comunicar bem

A comunicação é uma das qualidades principais de um *Game Designer*. Como o jogo está na sua **cabeça**, é sua responsabilidade descrever bem as ideias.

Além da comunicação do dia a dia com a equipe, o *Game Designer* também tem o papel de montar um documento chamado *Game Design Document* ou GDD. Esse documento contém todas as informações necessárias para o desenvolvimento do jogo e seu acesso deve estar disponível para todas as áreas. É importante que qualquer pessoa que tenha acesso ao documento consiga entender **exatamente** as diretrizes que deve seguir, por isso deve estar escrito de forma clara, em uma linguagem de fácil entendimento para todos que forem utilizá-lo.

E, por último, saber **ouvir** é um dos pontos-chave para se estabelecer uma boa comunicação. O *Game Designer* precisa sempre ouvir:

- A equipe de trabalho (meus colegas estão felizes com o trabalho? Eles têm ideias que podem contribuir para melhorar o jogo?).
- O público-alvo (do que os meus jogadores gostam? O que eles falam de outros jogos? Do que eles não gostam nos jogos atuais que posso evitar?).
- O jogo que está sendo desenvolvido (é estranho pensar que o “jogo” fala, mas é importante conseguir “ouvi-lo”. Normalmente, quando jogamos, instintivamente sabemos o que nos agrada, e isso é ouvir o jogo: identificar o que está bom e o que pode ser melhorado).
- A si próprio (você será a pessoa mais crítica com o jogo e deve ouvir sua própria intuição. Se há algo que o incomoda, mas você não sabe explicar o porquê, com certeza existe a possibilidade de melhorar o jogo. Você só precisa ouvir a si mesmo para descobrir o que é).

1.5.3 O Game Designer precisa planejar todo o jogo

Com a ideia do jogo já estruturada na cabeça, como distribuir as atividades para a equipe envolvida no projeto?

Planejar todas as atividades a serem realizadas em um *game* exige muito cuidado com os detalhes, por isso acaba sendo difícil planejar **todo** o jogo logo no início do projeto. É recomendado que o *Game Designer* faça uma análise profunda sobre todas as atividades que precisam ser realizadas, prevendo tudo que o compõe.

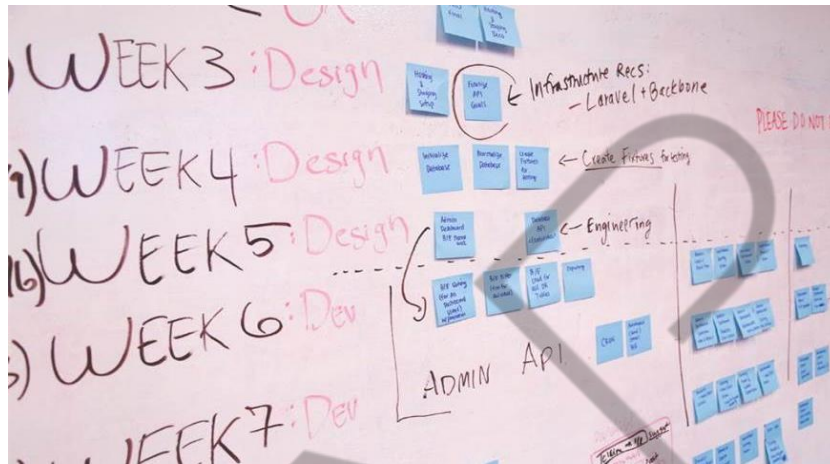


Figura 1.6 – Planejamento de um game
Fonte: Pexels (2017)

Para realizar um planejamento, é necessário analisar o *game* de todos os seguintes pontos de vista:

- Programação.
- Roteiro.
- Arte.
- Animação.
- Interface.
- Música.
- *Level Design*.
- Entre muitos outros.

Cada mudança feita no *Game Design* vai impactar em uma ou mais áreas. Por isso, o *Game Designer* está sempre planejando e prevendo o que precisa ser feito para que o jogo melhore.

1.6 Sobre o mercado de games

1.6.1 O mercado de atuação

O mercado de *games* no Brasil vem crescendo bastante, e já existem diversas empresas no ramo, cada uma exigindo diferentes habilidades do *Game Designer*.

É possível trabalhar como *Game Designer* no mercado de entretenimento, criando experiências divertidas para os jogadores. Há também algumas empresas que trabalham com simuladores de diversos tipos, em que o *Game Designer* é necessário para entender a máquina ou o processo que o jogador deve operar, além de criar mecânicas que reforcem os procedimentos básicos da operação.

Outras empresas desenvolvem jogos para educação e treinamento, em que aplicam conteúdo de formas divertidas para avaliar e capacitar companhias inteiras.

Existem muitos espaços no mercado para a profissão de *Game Designer*, mas em cada empresa as habilidades esperadas do profissional são diferentes.

Entender de programação, ilustração, sonorização, tecnologia etc. ajuda muito o *Game Designer* no dia a dia da produção, mas é importante sempre reforçar:

- É essencial **vender** bem as suas ideias.
- **Comunicar** a todos o que precisa ser feito.
- **Planejar** com cuidado.

1.7 O problema da porta

Liz England (<http://www.lizengland.com/blog/2014/04/the-door-problem/>)

“Então, o que faz um designer de jogos? Você é um artista? Você cria personagens e escreve a história? Ou não, espere, você é um programador?”

O *Game Design* é um daqueles termos nebulosos para as pessoas fora da indústria de jogos. É também o meu trabalho, então eu me vejo explicando o que significa *Game Design* para um monte de pessoas de diferentes origens, algumas das quais não sabem nada sobre jogos.

O problema da porta.

Gosto de descrever o meu trabalho em termos do problema da porta.

Premissa: Você está fazendo um jogo.

Há portas em seu jogo?

O jogador pode abri-las?

O jogador pode abrir todas as portas do jogo?

Ou existem algumas portas para a decoração (não podem ser abertas, apenas para completar o ambiente)?

Como o jogador sabe a diferença?

As portas que você pode abrir são verdes e aquelas que você não pode abrir são vermelhas? Há lixo empilhado na frente de portas que você não pode usar? Você removeu as maçanetas e já acha que está bom?

As portas podem ser trancadas e destrancadas?

O que você diz ao jogador sobre uma porta que está trancada e vai abrir, em oposição a uma porta que ele nunca abrirá?

O jogador sabe como destravar uma porta? Ele precisa de uma chave? Ele precisa *hackear* algo? Resolver um quebra-cabeça? Esperar até que um momento da história passe?

Existem portas que podem ser abertas, mas o jogador nunca pode entrar nelas?

De onde vêm os inimigos? Eles correm através das portas? Essas portas trancam depois?

Como o jogador abre uma porta? Será que ele simplesmente caminha e ela abre sozinha? O jogador tem que pressionar um botão para abri-la?

As portas trancam atrás do jogador?

O que acontece se houver dois jogadores? Será que só trava depois de ambos os jogadores passarem pela porta?

E se o nível for REALMENTE GRANDE e não for possível que todos existam ao mesmo tempo? Se um jogador ficar para trás, o chão pode desaparecer debaixo dele? O que você faz?

Você impede um jogador de progredir mais até que o outro jogador esteja junto na mesma sala?

Você teletransporta o jogador que ficou para trás?

Qual o tamanho de uma porta? É grande o suficiente para um jogador passar?

E sobre os jogadores cooperativos? Se o jogador 1 estiver de pé em frente à porta, isso bloqueia o jogador 2?

E os aliados que te seguem? Quantos deles precisam passar pela porta sem ficarem presos?

E os inimigos? Os minibosses que são maiores do que uma pessoa também precisam passar pela porta?

É um problema de design muito clássico. ALGUÉM tem que resolver o problema da porta, e esse alguém é o designer.

Os outros problemas da porta.

Para ajudar as pessoas a entender a divisão de papéis em uma grande empresa, às vezes eu explico como outros membros da equipe lidam com as portas.

Diretor de Criação: “Sim, nós definitivamente precisamos de portas neste jogo”.

Gerente de Projeto: “Eu vou estipular tempo no cronograma para pessoas fazerem portas”.

Game Designer: “Eu escrevi um documento explicando o que precisamos que as portas façam”.

Concept Artist: “Eu fiz algumas belíssimas pinturas de portas”.

Diretor de Arte: “Esta terceira pintura é exatamente o estilo de portas de que precisamos”.

Artista de Ambiente: “Eu peguei esta pintura de uma porta e criei um objeto no jogo”.

Animador: “Fiz a porta abrir e fechar”.

Sound Designer: “Eu criei os sons que a porta faz ao abrir e fechar”.

Engenheiro de Áudio: “O som da abertura e do fechamento da porta mudará com base no local onde o jogador está e em que direção ele está olhando”.

Compositor: “Eu criei um tema para a porta”.

FX Artist: “Eu adicionei algumas faíscas à porta quando ela se abre”.

Escritor: “Quando a porta se abre, o jogador vai dizer: ‘Ei, olha! A porta se abriu!’”.

Artista de Iluminação: “Há uma luz vermelha brilhante sobre a porta quando ela está trancada, e uma luz verde quando a porta está aberta”.

Advogado: “O Artista do Ambiente colocou o logotipo da Starbucks na porta. Você precisa remover isso se não quiser ser processado”.

Character Artist: “Só vou me importar com essa porta quando ela puder usar chapéus”.

Programador de Gameplay: “Este recurso da porta agora abre e fecha baseado na proximidade com o jogador. Ele também pode ser bloqueado e desbloqueado através de script”.

Programador de IA: “Inimigos e aliados agora sabem se uma porta está lá e se eles podem passar”.

Programador de Network: “Todos os jogadores precisam ver a porta aberta ao mesmo tempo?”

Engenheiro para Release: “Você precisa ter as portas prontas até as 15h, se quiser que elas estejam no disco”.

Programador do Core Engine: “Eu tenho otimizado o código para permitir até 1.024 portas no jogo”.

Programador de Ferramentas: “Eu tornei ainda mais fácil para você colocar as portas”.

Level Designer: “Eu coloquei a porta no nível e tranquei através de um evento, depois do evento, ela é desbloqueada”.

UI Designer: “Agora há um marcador na porta e ela tem seu próprio ícone no mapa”.

Designer de Combate: “Os inimigos vão aparecer atrás das portas e prover cobertura enquanto seus aliados entram na sala. A menos que o jogador esteja olhando para dentro da porta, nesse caso os inimigos vão aparecer por trás de uma porta diferente”.

Designer de Sistemas: “Um jogador de nível 4 ganha 148xp para abrir esta porta ao custo de 3 de ouro”.

Designer de Monetização: “Poderíamos cobrar o jogador \$ 0,99 para abrir a porta agora, ou esperar 24 horas para que a porta se abra automaticamente”.

QA Tester: “Eu caminhei até a porta. Corri para a porta. Eu pulei na porta. Fiquei na porta até que ela se fechou. Eu salvei e recarreguei e caminhei até a porta. Eu morri e recarreguei, em seguida, caminhei até a porta. Atirei granadas na porta”.

UX / Usability Researcher: “Eu encontrei algumas pessoas no Craigslist para atravessar a porta para que pudéssemos ver onde os problemas surgem”.

Localização: “Door. Puerta. Porta. Porte. Tür. Dør. Deur. Drzwi. Drws. 문”.

Produtor: “Precisamos disponibilizar todas essas portas de uma vez ou podemos guardá-las para um bônus de pré-encomenda?”

Editora: “Essas portas realmente vão ajudar este jogo a se destacar na listagem do outono”.

CEO: “Eu quero que todos vocês saibam quanto eu aprecio o tempo e o esforço dedicados para fazer essas portas”.

PR: “Para todos os nossos fãs, vocês vão enlouquecer com a nossa próxima revelação #gamedev #doors #nextgen #retweet”.

Gerente de Comunidade: “Eu informei os fãs que suas preocupações com as portas serão tratadas no próximo *patch*”.

Suporte ao Cliente: “Um jogador nos contatou, pois está confuso com as portas. Eu lhe dei instruções detalhadas sobre como usá-las”.

Jogador: “Eu nem notei uma porta lá”.

Uma das razões pelas quais eu gosto deste exemplo é porque é bastante mundano.

Há uma impressão de que Game Design é espetaculoso e legal, e está relacionado a ideias loucas e divertimento o tempo todo. Mas, quando eu começo com “deixe-me lhe falar sobre as portas...”, vai direto para as considerações práticas diárias”.

REFERÊNCIAS

ASSIS, Jesus de Paula. **Artes do Vídeo Game – conceitos e técnicas**. São Paulo. Alameda, 2007.

CAMPBELL, Joseph. **O Herói de Mil Faces**. São Paulo: Pensamento, 1949.

SCHELL, Jesse. **A Arte de Game Design: O Livro Original**. São Paulo: Campus, 2010.

EMANIP