



# Introdução ao Desenvolvimento Independente de Jogos

por Raphael Dias

---





# Prefácio

---

Neste ebook você vai aprender sobre o mundo do desenvolvimento de jogos independentes, geralmente conhecido como indie games.

Neste eBook você aprenderá sobre os mais importantes tópicos que todo desenvolvedor de jogos iniciante deve saber:

- Como escolher o Motor de Jogo mais apropriado;
- Introdução ao Game Design;
- Como simplificar a arte e o áudio do seu jogo para conseguir colocá-lo no mercado;
- Como terceirizar componentes do seu jogo de forma prática e barata;
- Qual modelo de negócios adotar para seu jogo (e como isso influencia no seu desenvolvimento);



# Prefácio

---

- Qual deve ser o nível de polimento para colocar seu jogo no mercado;
- Como lançar o seu jogo no mercado;
- Como fazer o marketing do seu jogo gastando pouco dinheiro;
- Como atrair a imprensa e uma comunidade de fãs ao redor do seu jogo;
- ...e muito mais!

Esta é uma pequena amostra de uma solução completa que eu venho desenvolvendo com os maiores nomes do mercado de jogos para auxiliar o desenvolvedor *indie*, fornecendo toda a informação e estrutura necessárias para ter sucesso desde seus primeiros jogos.

O lançamento está previsto para **Abril de 2015**, então fique de olho ;)

# ÍNDICE

---

Capítulo	Página
Capítulo 1: <b>Introdução</b> .....	06
Capítulo 2: <b>Escolhendo o Motor de Jogo</b> .....	08
Capítulo 3: <b>Introdução ao Game Design</b> .....	20
Capítulo 4: <b>Criando Arte Gráfica e Sons</b> .....	32
Capítulo 5: <b>Polindo o Jogo</b> .....	46
Capítulo 6: <b>Definindo o Modelo de Negócios Para Seu Jogo</b> .....	59
Capítulo 7: <b>Publicação e Marketing</b> .....	72
Capítulo 8: <b>Considerações Finais</b> .....	96
Apêndice I: <b>Entrevista 01: Rodrigo Pegorari</b> .....	101
Apêndice I: <b>Entrevista 02: Martin González</b> .....	113
Apêndice II: <b>Envato MarketPlaces</b> .....	132



# Capítulo 1: Introdução

---

# Capítulo 1: Introdução

---

Muitas pessoas querem fazer seus próprios jogos digitais, mas não sabem por onde começar. Uma rápida pesquisa na internet é o suficiente para notar que existem várias opções de softwares e linguagens de programação disponíveis hoje em dia.

Mas como decidir por onde começar?

Quais programas escolher?

Eu escrevi este ebook com o intuito de lhe ajudar a dar seus primeiros passos no desenvolvimento de jogos.

Aqui você vai encontrar informações sobre os elementos básicos que constituem um jogo digital, além de algumas noções básicas de produção, desenvolvimento e *marketing* de jogos digitais.

Espero que esse ebook lhe ajude a colocar a "mão na massa" e começar a criar seus próprios jogos!

Vamos começar?



# Capítulo 2: Escolhendo o Motor de Jogo

---



# Escolhendo o Motor de Jogo

---

Uma das principais dúvidas de quem está iniciando no mundo do desenvolvimento de jogos digitais é quais softwares utilizar. Em especial, muitas pessoas têm dificuldade em decidir qual o motor de jogo (ou, em inglês, *game engine*) vai aprender para dar início ao desenvolvimento dos próprios jogos.

Mas o que é um motor de jogo?

O motor de jogo é o programa de computador utilizado na confecção dos jogos digitais. É no motor de jogo que o desenvolvimento é feito, unindo arquivos de áudio, imagens e modelos 3D para criar os diversos cenários e ambientes do jogo.

Um motor de jogo possui diversas bibliotecas de scripts já embutidas, que facilitam o desenvolvimento de um jogo. Afinal, não tem porque reinventarmos a roda toda vez que começarmos o desenvolvimento de um novo jogo.



# Escolhendo o Motor de Jogo

---

A maioria dos motores de jogo já vem com scripts para cuidar da renderização dos gráficos (motor gráfico) e da Física básica envolvida no jogo (motor de Física). Isso quer dizer que é possível criar, por exemplo, uma esfera no editor do motor de jogo e, com apenas alguns cliques, configurar aquele objeto para se comportar como uma bola de borracha.

Dessa forma, ao “soltarmos” a bola sobre uma superfície, ela acelera em direção ao solo (devido a gravidade, configurada automaticamente pelo motor de jogo) e quica algumas vezes no solo (por termos configurado-a para ser de borracha) até ficar parada no chão. Exatamente como aconteceria se deixássemos cair no chão uma bola de basquete de verdade.

Todo esse comportamento físico é calculado automaticamente pelo motor de jogo, sem que você precise passar pelo problema de escrever em linguagem de programação as equações físicas envolvidas no evento.

Mas como escolher qual motor de jogo utilizar e/ou começar a aprender?



# Escolhendo o Motor de Jogo

---

Nesta seção eu pretendo lhe ajudar a decidir por onde começar. Para isso, eu escolhi 3 dos mais populares motores de jogo que são ótimos para dar os primeiros passos (e também os próximos!) no desenvolvimento de jogos.

A escolha desses 3 motores de jogo foi baseada nos seguintes critérios:

- Rapidez no desenvolvimento, incluindo sistema de colisões e Física pré-definida;
- Facilidade na configuração dos controles do jogador, sejam esses controles de teclado ou de toque em tablets e celulares;
- Possui boa documentação e uma comunidade ativa de usuários para lhe ajudar com as suas dúvidas;
- Fácil de começar a mexer e se adapta ao nível de suas habilidades;
- Facilidade de distribuir para múltiplas plataformas, permitindo que você publique seu novo jogo em várias plataformas diferentes como PC, MAC, Linux, iPads, iPhones, celulares e tablets Android, etc.



# Escolhendo o Motor de Jogo

---

Eu ordenei os motores de jogos discutidos abaixo de acordo com os critérios expostos acima, classificando-os como "iniciante", "intermediário" e "avançado". Com essa classificação, vai ficar mais fácil você decidir por qual motor de jogo começar ou qual é o mais adequado para o tipo de jogo que você quer desenvolver.

Note, no entanto, que essa classificação se refere a capacidade de uma pessoa de **concluir um jogo** usando esses motores de jogo. Muitas pessoas usam motores de jogos mais avançados e ficam com a falsa impressão de que aquele é o motor de jogo ideal para elas.

Perceba que existe uma grande diferença entre "conseguir mexer e fazer algumas coisas legais" num motor de jogo e "conseguir terminar um jogo completo". O ideal é que você comece com um motor de jogo mais simples e, quando conseguir terminar um jogo completo usando esse motor, passe, se necessário, para um outro mais avançado.



# Escolhendo o Motor de Jogo

---

## 2.1 Construct 2 (iniciante)

Construct 2 torna o desenvolvimento de jogos tão fácil e acessível quanto possível.

Usando um sistema de "arraste-e-solte", você pode construir toda a lógica do seu jogo usando uma série de scripts pré-prontos. Portanto, com a Construct 2 você realmente não precisa saber absolutamente nada sobre programação. Essa possibilidade de desenvolver jogos completos sem nunca precisar programar torna a Construct 2 a ferramenta ideal para artistas gráficos e desenvolvedores iniciantes fazerem seus primeiros jogos.

Para quem já entende um pouco de programação, pode incomodar o fato da Construct 2 não permitir que você programe da sua própria maneira cada parte do jogo. Apesar de você poder adicionar funcionalidades ao seu jogo usando *plugins*, essa certamente não é a maneira ideal se você já é um programador.



# Escolhendo o Motor de Jogo

---

De qualquer maneira, eu diria que aprender a usar a Construct 2 é um excelente investimento. Se você é um completo iniciante, esse motor de jogo provavelmente é o melhor lugar para começar.

E se você já entende um pouco mais, ainda assim a Construct 2 pode ser útil para prototipar conceitos de jogos, ou seja, fazer uma versão simples e curta do jogo que você quer desenvolver.

Assim, você poderá testar, na prática, se a idéia é tão legal e interessante quanto parece na sua cabeça.



# Escolhendo o Motor de Jogo

---

## 2.2 Game Maker: Studio (iniciante para intermediário)

Uma das game engines mais indicadas para quem está começando a desenvolver jogos próprios é a Game Maker.

Com uma interface simples, o Game Maker fornece uma abordagem eficiente e intuitiva para o desenvolvimento de jogos. Ele já vem com tudo que você precisa para lidar com fontes, texturas, sons e músicas, assim como qualquer outra coisa que você possa precisar para o desenvolvimento dos seus jogos.

Tudo isso com um sistema de “arraste-e-solte” para agilizar e tornar ainda mais intuitivo sua interação com a ferramenta. Com o Game Maker: Studio você poderá criar jogos digitais de qualidade mesmo sem ter conhecimento de programação.



# Escolhendo o Motor de Jogo

---

Se você, por outro lado, já é um programador iniciante ou experiente, o Game Maker também é pra você: usando a linguagem *Game Maker Language*, você pode controlar todos os detalhes da produção dos seus jogos (Física, interação entre objetos, partículas, estruturação de dados, entre outros).

E, claro, você se beneficia das facilidades fornecidas pela ferramenta para não precisar “reinventar a roda” toda vez que começar um novo jogo.

Leia mais sobre esse excelente motor de jogo no artigo [Fazendo jogos com Game Maker: Studio](#). Lá você encontrará diversas informações sobre o Game Maker além de várias histórias de sucesso de pessoas que conseguiram fazer jogos incríveis usando esse motor de jogo.



# Escolhendo o Motor de Jogo

---

## 2.3 Unity3D (intermediário para avançado)

O Unity é um programa com várias funcionalidades que permitem ao usuário fazer desde jogos simples até jogos de última geração; desde ambientes 3D como bibliotecas virtuais até aplicativos multi-plataformas.

Para descrever uma ferramenta tão completa como o Unity, nada melhor que a descrição encontrada no próprio site da empresa:

*"O Unity é um motor de desenvolvimento integrado que fornece uma funcionalidade pioneira para criação de jogos e outros conteúdos interativos. Você poderá utilizar o Unity para montar sua arte e recursos em cenas e ambientes, adicionar Física, editar e testar simultaneamente seu jogo e, quando finalizado, publicar em suas plataformas escolhidas, tais como computadores, Web, iOS, Android, Wii, PS3 e Xbox 360."*



# Escolhendo o Motor de Jogo

---

As vantagens em utilizar o Unity como motor de jogos são muitas. Para começar, é possível fazer o jogo uma vez e publicá-lo em diversas plataformas sem que seja necessário refazer o jogo várias vezes.

Outra vantagem é o grande número de recursos digitais para jogos disponíveis (os chamados *game assets*), como áudios, scripts pré-prontos, *Starter Kits* (para não iniciar o desenvolvimento do zero), texturas, entre outras coisas.

Num dos artigos do Produção de Jogos eu mostrei "Como ganhei R\$ 2.419,00 vendendo um jogo produzido com R\$ 87,00 e dois dias de trabalho". Tal feito só foi possível porque eu comprei scripts pré-prontos e modelos 3D de outros desenvolvedores, reduzindo quase a zero o meu trabalho nesse projeto.



# Escolhendo o Motor de Jogo

---

Por fim, mas não menos importante, está a grande comunidade de pessoas que utilizam a Unity. É bem fácil encontrar na internet tutoriais, dicas e discussões sobre o Unity graças ao imenso número de usuários do programa. Isso torna o desenvolvimento e a produção do jogo muito mais fácil, uma vez que são encontrados com certa facilidade desde *Starter Kits* até programadores *freelancers* para Unity.

Se você quiser saber mais sobre o Unity, não perca tempo e leia o artigo "[Fazendo jogos e aplicativos com Unity3D](#)".

# Capítulo 3: Introdução ao Game Design

---



# Introdução ao Game Design

---

Você provavelmente já teve uma idéia de um jogo que, ao menos na sua opinião, faria muito sucesso. Talvez você já tenha até mesmo começado a programá-lo, escrevendo o código para o movimento do personagem, as ações básicas do cenário e algumas fases.

Para conseguir fazer um bom jogo, porém, é necessário muito mais que ter uma boa idéia para um jogo e a capacidade de programá-lo. Você precisa pensar sobre cada aspecto mínimo do jogo e ter certeza de que a jogabilidade está de acordo com o público-alvo do seu jogo (Sim! Você precisa definir um público-alvo do seu jogo!).

Antes de começar a fazer seu jogo, você precisa ter um "mapa" das suas idéias. Nenhum projeto decente pode ser realizado sem antes ter uma idéia clara e documentada de como será cada parte do projeto. Ninguém constrói uma casa sem uma planta e você não deveria tentar fazer isso com jogos.



# Introdução ao Game Design

---

Mas como mapear suas idéias para um jogo? Existem várias maneiras que você pode fazer isso.

Esse mapeamento pode ir desde uma simples lista de todas as tarefas que você deve realizar até concluir uma primeira versão do jogo para testes, até um documento de texto detalhando como será cada parte do jogo (desde o conceito gráfico e a jogabilidade até a estratégia de marketing e as plataformas-alvo para publicação do jogo).

Mais a frente nós veremos como você pode documentar a sua idéia para um jogo, mas antes vamos ver como você pode se beneficiar documentando idéias de jogos já prontos e aprender game design enquanto joga e se diverte.



# Introdução ao Game Design

---

## 3.1 Aprenda com os jogos que você joga

Antes de fazer seus próprios jogos, você precisa jogar muitos jogos. É sério: muitos jogos e não apenas aqueles jogos do momento. Jogue no videogame, jogue online, jogue jogos casuais de celular e tablet, jogue jogos diferentes daqueles que você costuma jogar, jogue, inclusive, jogos de tabuleiro.

Para conseguir ter boas idéias de game design é preciso ter experimentado as idéias de outros game designers (através dos jogos que eles fizeram). Claro que "apenas jogar" não é o suficiente. Você estará jogando para conseguir ter boas idéias que depois servirão para compor seus próprios jogos. Isso significa que você precisa jogar e ao mesmo tempo prestar atenção nos elementos que estão sendo utilizados no jogo.

Mas como fazer isso?



# Introdução ao Game Design

---

Enquanto você joga, tente responder as seguintes perguntas:

- Como eu sei quais personagens são "mocinhos", quais são vilões e quais são neutros? É por causa da expressão em seus rostos? Por causa da cor e forma de suas roupas? Por causa do tom de suas vozes? Por causa da mudança de cor no cenário aonde eles se encontram? Busque entender como o seu cérebro rapidamente percebe se determinado personagem é do bem ou do mal. Quem fez o jogo pensou cuidadosamente nisso escolhendo a paleta de cores, o formato do personagem e do cenário, o tom de voz, além de vários outros aspectos;
- Por que o jogo é divertido? Qual elemento do jogo faz com que você o ache divertido? É o ritmo frenético do jogo? É a necessidade de elaborar planos e táticas (como em um jogo de estratégia)? É a história envolvente? Tente identificar todos os elementos que fazem com que você ache o jogo divertido;



# Introdução ao Game Design

---

- Eu tenho vontade de jogar novamente? Se sim, por que? Qual o elemento do jogo deveria deixar de ter para que você não ficasse com tanta vontade de jogar novamente (se você conseguir identificar esse elemento, provavelmente você terá identificado um elemento muito importante do jogo!);
- Por que os controles do jogo foram definidos dessa maneira? Se você joga com um controle (joystick), pense no porque de cada botão realizar determinado movimento ("Por que o X chuta e o Y dá soco? Por que não é o contrário? Faria diferença se fosse?"). Se você está jogando em um celular ou tablet, pense por que os gestos de toque foram definidos do jeito que foram e como o jogo faz uso do acelerômetro (e outros recursos) do dispositivo móvel.



# Introdução ao Game Design

---

Essas são apenas algumas das perguntas que você pode se fazer enquanto joga. Você deve manter um caderno (físico ou digital) onde você tem anotado todos os jogos que você já jogou, desde jogos simples de celular e jogos online, até jogos de última geração. Inclua também os "demos" que você joga, mesmo que depois você compre a versão completa do jogo.

A idéia é escrever sua opinião sobre os jogos e tentar responder às perguntas que listei acima. Escreva sobre o que você gosta, sobre o que você não gosta e sobre quais você acredita ser os diferenciais do jogo.

Você pode também tirar fotos ou gravar vídeos de partes do jogo e arquivar junto com suas notas sobre ele.



# Introdução ao Game Design

---

[Nota: Eu recomendo que você use um aplicativo como o Evernote, que permite que você crie notas de maneira rápida e adicione imagens e vídeos rapidamente usando a câmera do seu celular ou tablet. Evernote é um aplicativo grátis e pode ser baixado em qualquer plataforma.]

As suas melhores idéias para fazer seus próprios jogos sairão dessas notas, então seja o mais detalhado possível ao escrevê-las.

Parece que vai dar muito trabalho (e realmente vai), mas essa é uma das melhores maneiras de aprender sobre game design na prática e ter um banco de dados de idéias para jogos.



# Introdução ao Game Design

---

## 3.2 Documento a sua ideia

No desenvolvimento tradicional de jogos, você é encorajado (ou requisitado) a fazer um Game Design Document (GDD), ou Documento de Design de Jogo.

Um GDD geralmente é um longo documento (muitas vezes do tamanho de um livro) no qual todas os aspectos do jogo são incluídos, desde uma explicação dos controles do jogo até os mais complexos elementos de jogo.

Em outras palavras, um GDD é geralmente o "mapa" que todos os membros da equipe de desenvolvimento vão utilizar para fazer cada parte do jogo, além de tomar decisões de negócios e marketing.



# Introdução ao Game Design

---

Se você está desenvolvendo um jogo sozinho (ou no máximo com mais uma ou duas pessoas), porém, fazer um GDD elaborado é a mesma coisa que usar uma serra elétrica para cortar papel. Na maioria dos casos, um documento com alguns parágrafos introdutórios e uma lista de tarefas e metas para que o jogo seja feito é mais que o suficiente.

Também ajuda incluir imagens ou vídeos de outros jogos que possuam algum elemento que você gostaria de incluir no seu jogo. Cabe a você decidir qual é a melhor forma de documentar a sua idéia, mas quanto mais detalhado for esse documento melhor será sua produtividade e a qualidade final do jogo.

Desenvolver idéias no papel é muito barato (em termos de tempo e dinheiro) e você será mais produtivo se "rabiscar" suas idéias antes de começar a programar o jogo de fato. Certifique-se que você já pensou e documentou todos os aspectos do jogo antes de começar a desenvolvê-lo. Você precisa saber se o projeto é viável antes de começá-lo.



# Introdução ao Game Design

---

## 3.3 Esteja aberto a críticas e sugestões

Uma das partes mais importantes do processo de concepção e documentação das idéias para o seu jogo é compartilhar suas idéias com outros para conseguir opiniões.

Eu sei que você quer proteger sua idéia, pois acha que é uma idéia brilhante (e talvez até seja), mas a verdade é que, no começo, 99% das nossas idéias serão boas apenas na nossa cabeça. Por isso, quando ainda é iniciante, é importante que outras pessoas opinem sobre a idéia que você tem antes que você de fato comece a fazê-lo.

É claro que não estou sugerindo para você espalhar pelos quatro cantos da internet as idéias de jogos que você gastou meses elaborando, mas você deve sim compartilhar suas idéias com um grupo pequeno de pessoas que você confia.



# Introdução ao Game Design

---

Você provavelmente vai receber tanto *feedbacks* positivos quanto negativos, e muita gente vai dizer que a idéia é "ótima" simplesmente por gostar de você. Portanto, o mais importante é focar nas críticas negativas para saber o que de fato pode ser melhorado (ou repensado) para o seu jogo.

No começo pode ser duro receber críticas negativas sobre nossas idéias, mas lembre-se que são estas críticas que farão você perceber as possíveis falhas do seu jogo.

Aprenda a ouvir críticas negativas sobre suas idéias, pois essa é a melhor maneira de refiná-las.

# Capítulo 4: Criando Arte Gráfica e Sons

---



# Criando Arte Gráfica e Sons

---

Se você começou a tentar criar seus próprios jogos sabendo apenas programação (ou optando por aprender primeiro a programar), você vai achar a parte de criar sons e arte gráfica para o seu jogo a mais estressante.

Desenvolver um jogo sozinho requer conhecimento em diversas áreas diferentes: programação, design, arte, áudio, entre outras. A maioria das pessoas não consegue ter proficiência em todas essas áreas ao mesmo tempo, sendo assim obrigada a focar no que faz de melhor e simplificar o resto.

Se você começou no mundo dos jogos digitais aprendendo (ou já sabendo) programar, você provavelmente precisará simplificar a parte gráfica e de áudio do seu jogo para conseguir finalizá-lo.



# Criando Arte Gráfica e Sons

---

Simplificar não quer dizer diminuir a qualidade. Se você não tem habilidade com ferramentas como Photoshop ou Blender, a parte gráfica do seu jogo precisa ser simples.

Para compensar a ausência de sons, cores e formas elaboradas é preciso ser criativo e montar mecânicas de jogo de acordo com essa simplificação.

É muito fácil (e infelizmente muito comum!) se perder nos detalhes de áudio e arte e esquecer que o que realmente importa é o quão divertido um jogo é.

Não se esqueça de focar nos elementos que realmente importam para que seu jogo seja divertido de jogar.



# Criando Arte Gráfica e Sons

---

Muitas vezes nós super valorizamos a importância da arte gráfica e acabamos deixando de criar um jogo com ótima mecânica por esse motivo.

Na próxima seção, veremos alguns exemplos de jogos divertidos e bem sucedidos, mas que praticamente não possuem arte ou som. Nas seções seguintes veremos alguns programas e abordagens para você trabalhar a parte gráfica e sonora do seu jogo.



# Criando Arte Gráfica e Sons

---

## 3.1 Como fazer (bons) jogos com arte e som limitados

Como eu disse na última seção, a diversão que seu jogo proporciona deve ser colocada como prioridade. A complexidade dos elementos gráficos e de áudio (apesar de também importantes) são secundários.

Ao começar a prototipar/criar seus jogos, uma dica muito valiosa é não se preocupar com a arte ou áudio. Use apenas arte provisória enquanto você testa a mecânica e programa o jogo em si.

Se você quer criar um jogo onde um personagem 2D se movimenta pelo cenário, então use um simples retângulo. Em vez de árvores, use um retângulo fino com um quadrado grande na ponta. Improvise. Ao invés de gastar tempo (ou dinheiro) com arte nos estágios iniciais de desenvolvimento, substitua os personagens e elementos de cenário por polígonos adequados para cada caso.



# Criando Arte Gráfica e Sons

---

O importante é focar na mecânica de jogo. Se você conseguir fazer um jogo divertido de jogar mesmo sem ter ainda uma parte gráfica, talvez não seja difícil conseguir um bom artista que aceite produzir a arte do seu jogo em troca de uma divisão dos lucros.

O mesmo vale pra áudio. Use apenas sons grátis que você pode encontrar na internet e só quando o jogo estiver praticamente pronto substitua-os por áudios de melhor qualidades (comprados em sites próprios pra isso ou contratando alguém para criá-los).

Você nunca conseguirá uma mecânica de jogo inteligente e divertida se você estiver preocupado com a cor da roupa do personagem. Lembre-se em focar no que realmente importa para que seu jogo seja divertido de jogar.



# Criando Arte Gráfica e Sons

---

Os exemplos abaixo são jogos *indies* muito bem sucedidos que optaram por arte e som bem simples, que qualquer um conseguiria aprender a fazer. São ótimos exemplos que um jogo pode ser bem sucedido mesmo tendo arte e áudio simples.

Exemplos:

## **1) Thomas Was Alone:**

<http://www.mikebithellgames.com/thomaswasalone/>

O jogo Thomas Was Alone usa basicamente figuras geométricas durante todo o jogo, tanto para o cenário quanto para os "personagens".

Note que, apesar de muito simples, o jogo é bonito. Tem uma simplicidade que cativa.



# Criando Arte Gráfica e Sons

---

## **2) Super Hexagon:**

<http://superhexagon.com/>

Super Hexagon usa um conceito muito simples e antigo em jogos: o de mover-se sem tocar nas "paredes", que no caso são os hexágonos.

Esse jogo também possui elementos gráficos muito simples (ainda mais simples que os de Thomas Was Alone) e ainda assim conseguiu ser um grande sucesso.

# Criando Arte Gráfica e Sons

---

## 3.2 Trabalhando com arte gráfica

Nesta seção vamos ver algumas ferramentas básicas para criar a arte do seu jogo, seja ela super simples ou um mais elaborada.

As ferramentas a seguir são apenas uma pequena amostra da imensidão de alternativas que existe no mercado. Vamos ver algumas das mais populares:

- **Photoshop:** Essa é provavelmente a ferramenta mais popular e cara disponível no mercado. O problema do preço elevado pode ser contornado com o novo plano mensal da Adobe, o Creative Cloud Plan, que torna ferramentas de alto nível como o Photoshop acessíveis ao bolso da maioria;



# Criando Arte Gráfica e Sons

---

- **GIMP:** Pode ser considerada como a alternativa gratuita ao Photoshop. Essa ferramenta é usada por vários artistas e desenvolvedores de jogos;
- **Illustrator:** Também uma ferramenta da Adobe, Illustrator é a principal ferramenta do mercado para arte vetorizada. Nem todos os motores de jogo suportam arte baseada em vetores, então vale a pena verificar isso antes de começar a produzir a arte do seu jogo;
- **Aseprite:** Ferramenta grátis e de código aberto (open source) para criação de arte pixelada. Essa é uma ótima ferramenta se você quer fazer um jogo com pixel art.

Essas são algumas das ferramentas que você pode utilizar para fazer a parte gráfica do seu jogo. Existem muitas outras ferramentas no mercado, então pesquise e não limite-se às apresentadas acima.



# Criando Arte Gráfica e Sons

---

No entanto, lembre-se sempre em focar na parte mais importante do seu jogo: a diversão. Se você não possuir conhecimento em artes, a minha sugestão é que essa parte do seu jogo seja a mais simples possível.

Outra opção que eu gosto muito é fazer desenhos super simples para utilizar nos estágios iniciais do jogo e substituí-los por arte profissional depois. Existem vários lugares na internet onde você pode encontrar trabalhos artísticos de ótima qualidade e por um bom preço.

O meu site favorito para encontrar arte para jogos é o Graphic River, que faz parte da Envato Marketplaces (veja o apêndice ao final deste ebook para mais informações), mas existem muitos outros.



# Criando Arte Gráfica e Sons

---

## 3.3 Trabalhando com áudio

Se você é iniciante e não entende nada de áudio, então criar os sons e trilha sonora do seu jogo pode ser um desafio ainda maior que criar a arte. Por esse motivo, eu recomendo fortemente que você use o máximo possível de sons de bibliotecas gratuitas ou pagas.

No estágio inicial do jogo, você precisa de apenas alguns sons simples e de pouca qualidade que depois serão substituídos por sons e ruídos mais bem elaborados.

Para este fim, você pode usar a ferramenta gratuita Audacity (<http://audacity.sourceforge.net/>). Com Audacity você pode gravar sons simples com o microfone e depois remover facilmente o ruído externo.



# Criando Arte Gráfica e Sons

---

Você pode gravar sons feitos com a boca, usando objetos ou extraídos de filmes e outros jogos. A idéia aqui é apenas ter os sons básicos do seu jogo para que você continue trabalhando focado no game design e em fazer o jogo ser divertido.

Uma vez com o jogo pronto, você possui basicamente três opções:

- **Aprender a usar uma ferramenta de áudio.** Essa é a opção menos recomendada, uma vez que será muito trabalhoso e você pode não ter paciência. Essa opção é apenas recomendada se você gosta muito de mexer com sons e áudios ou se já possui uma formação musical;
- **Contratar um profissional.** Essa é uma boa opção, mas que pode ser a mais cara. Você pode pagar um profissional para fazer exatamente os sons que você quer ou fazer um acordo de dividir os lucros do jogo;



# Criando Arte Gráfica e Sons

---

- **Baixar sons prontos de bibliotecas online.** Essa é sem dúvida a minha opção favorita. Para a grande maioria dos jogos você vai precisar apenas de sons simples e comuns, de tal maneira que alguém provavelmente já criou exatamente o áudio que você precisa e colocou na internet (de graça ou para compra).

Existem muitas opções de sites com bibliotecas de áudio, tanto gratuitas quanto pagas. A minha biblioteca de áudio favorita é a AudioJungle. Apesar de conter apenas arquivos pagos, o preço dos arquivos de áudio é baixo e a qualidade quase sempre é bastante alta.

Existem também bibliotecas de áudio grátis, mas muitas vezes o tempo perdido procurando um bom áudio não compensa (mas isso fica a critério de cada um).

# Capítulo 5: Polindo o Jogo

---



# Polindo o Jogo

---

Uma das coisas mais negligenciadas (e também mais importantes!) por desenvolvedores de jogos iniciantes é o nível de polimento do jogo.

Em um mercado tão competitivo como as App Stores se tornaram, um fator cada vez mais relevante é o nível de polimento do seu jogo.

Essa pode ser uma parte considerada "chata" por muitos desenvolvedores (principalmente os iniciantes, que ainda não sabem a sua importância), mas o nível de polimento do seu jogo realmente pode ser a diferença entre sucesso e fracasso.

Muitas vezes a vontade de publicar o jogo e ver como ele se sai no mercado é grande, e é fácil tentar se convencer que você pode polir o jogo depois. Embora isso tenha seu teor de verdade, existem alguns polimentos que realmente são necessários antes de colocar seu jogo no mercado.

# Polindo o Jogo

---

Neste capítulo nós veremos alguns dos principais cuidados que você deve ter na hora de polir e preparar seu jogo para o mercado.

Você pode ter certeza que as semanas extras que você vai gastar acertando esses detalhes vão fazer toda a diferença no resultado final do jogo.

Vamos lá?



# Polindo o Jogo

---

## 5.1 Suporte a múltiplas resoluções

Para aumentar o número de jogadores e diminuir a insatisfação dos mesmos é muito importante que seu jogo funcione em diversas resoluções diferentes.

Atualmente existem vários tipos e tamanhos de monitores pra computador e de telas para dispositivos móveis, como celulares e tablets. O grande problema é que não é apenas o tamanho da tela que muda, mas também suas proporções.

Se você não levar em conta essas diferentes proporções ao fazer o seu jogo, o jogador pode ficar muito frustrado ao jogá-lo. Se o desenvolvimento do jogo com respeito ao aspect ratio (proporções de tela) não for cuidadoso, pode acontecer até mesmo do jogador não conseguir passar de fase por causa de um item que está "fora" da tela no dispositivo em que ele está jogando.



# Polindo o Jogo

---

Mas como lidar com esse problema?

Para garantir que todo jogador tenha a mesma experiência ao jogar o seu jogo, você precisa determinar para quais plataformas (Mac, PC, iOS, Android, Windows Phone, etc) você vai publicar o seu jogo.

Antes de entrar em detalhes sobre como fazer seu jogo ficar bonito em todas as plataformas, vamos primeiro entender a diferença entre *resolution* e *aspect ratio*:

- **Resolução** (*resolution*): Número de pixels (pontos) na tela. Uma resolução de 480 x 320 possui no total  $480 \times 320 = 153.600$  pixels na tela. Quanto maior a resolução, maior a qualidade visual;



# Polindo o Jogo

---

- **Aspect Ratio:** Proporção entre largura e comprimento da tela. Um aspect ratio 2:1 quer dizer que o comprimento da tela é o dobro da largura (independente dos tamanhos, um lado será o dobro do outro).

Dessa forma, podemos ter telas com diferentes resoluções (qualidade visual) porém com o mesmo aspect ratio (proporção entre os lados da tela). Você deve primeiro garantir que seu jogo está no aspect ratio correto, e somente depois garantir que a resolução é a adequada. Essa é a ordem de prioridades.

Um jogo com aspect ratio errado pode conter elementos fora da tela, impossibilitando o jogador de terminar o jogo. Porém, se a resolução de tela não for a mais adequada, isso "apenas" diminui a qualidade visual do jogo. Apesar de não ser bom ter um jogo de baixa qualidade visual, com certeza é pior ter um jogo que não pode ser vencido.



# Polindo o Jogo

---

Se você está desenvolvendo um jogo para PC/Mac, uma boa opção é fazer com que seu jogo funcione bem em três das resoluções mais "populares":

- 800 x 600 (aspect ratio de 5:3);
- 1024 x 768 (aspect ratio de 4:3);
- 1366 x 768 (aspect raio de 16:9);

No caso de jogos para iOS (o sistema operacional dos dispositivos móveis da Apple), por exemplo, você tem as seguintes resoluções:

- 480 x 320 (aspect ratio de 3:2): iPhone 1g - 3GS, iPod Touch 1g - 3g;
- 960 x 640 (aspect ratio de 3:2): iPhone 4 e 4S, iPod Touch 4g ;
- 1136 x 640 (aspect ratio de 71:40): iPhone 5, 5C e 5S, iPod Touch 5g;
- 1024 x 768 (aspect ratio de 4:3): iPad, iPad 2, iPad Mini;
- 2048 x 1536 (aspect ratio de 4:3): iPad Air, iPad Mini Retina



# Polindo o Jogo

---

Portanto, se você pretende fazer um jogo que funcione bem e fique bonito em todos os dispositivos da Apple, você precisa considerar todas essas resoluções ao desenvolver o seu jogo.

E se você acha que são muitas opções, saiba que dispositivos com Android possuem um número ainda maior de resoluções de tela. Como várias empresas diferentes fabricam celulares com o sistema operacional Android, temos como resultado um grande número de telas e resoluções no mercado.

Se você quer que seu jogo tenha sucesso em alguma dessas plataformas, eu recomendo fortemente que você leve em consideração em quais resoluções os jogadores irão jogar seu jogo.

Quanto mais resoluções seu jogo suportar, maior será seu público-alvo.



# Polindo o Jogo

---

## 5.2 Arte e Design Consistentes

Outro fator importante a considerar antes de colocar seu jogo no mercado é a consistência de design e arte. É importante que tudo relacionado ao seu jogo (ícone, screenshots, vídeos, aparência *in-game*, entre outros) tenha o mesmo "aspecto".

Na década de 80 e 90 era muito comum ter um jogo com gráficos simples e fracos, enquanto a capa do jogo vinha com um desenho bonito e que chamasse a atenção - uma representação artística do universo representado dentro do game.

Embora naquela época isso fosse normal - e até aceitável, dada a limitação gráfica dos jogos - hoje em dia isso pode gerar frustração nos compradores do seu jogo.



# Polindo o Jogo

---

Expectativas não correspondidas geram frustrações. Portanto, se a arte gráfica da capa ou ícone (ou screenshots, vídeos...) do seu jogo for muito melhor do que a qualidade gráfica do jogo em si, o jogador pode se sentir enganado após a compra do jogo.

Certifique-se que todos os elementos relacionados ao seu jogo sigam um mesmo padrão gráfico e possuam design consistente (nada de ícone 3D para jogo em *pixel art*).

Este é um detalhe que passa facilmente despercebido por iniciantes (e até mesmo por desenvolvedores mais experientes!) mas é de extrema importância para o sucesso comercial do seu jogo.



# Polindo o Jogo

---

## 5.3 Performance Percebida

Uma das principais características de um jogo bem polido é sua boa performance percebida. Para um jogo ser agradável de ser jogado, ele deve fluir naturalmente, sem pausas, atrasos ou travas.

Existem várias maneiras de garantir que um jogo exiba uma boa performance percebida. Muitas vezes os desenvolvedores tentam melhorar o código de programação ou otimizar os arquivos de áudio e imagem para melhorar a performance do jogo.

Embora otimizações desse tipo sejam recomendadas, devemos sempre lembrar que o que importa é a performance percebida pelo jogador, e não a performance medida através de métricas de velocidade e processamento.



# Polindo o Jogo

---

Mas qual é a diferença entre performance real e performance percebida?

A performance real de um jogo é aquela determinada por métricas, enquanto performance percebida, como o nome já diz, é aquela que nossos sentidos (visão e audição, na maioria dos casos) conseguem perceber.

Um jogo que roda em 60 FPS (Frames Por Segundo) tem uma performance real maior que um que roda em 30 FPS, embora para vários tipos de jogos (principalmente jogos onde não há movimentos rápidos ou bruscos) a performance percebida entre esses dois casos será a mesma.

Outra maneira de melhorar a performance percebida sem melhorar a performance real é tornando a *splash screen* (a tela de espera para o jogo carregar) mais interessante.



# Polindo o Jogo

---

Qualquer um ficaria impaciente ao olhar por 15 segundos para uma tela de espera onde se lê apenas "Carregando...", mas quase ninguém se incomodaria em esperar 15 segundos enquanto revisa os controles do jogo na tela ou lê alguma informação relevante sobre a história do jogo.

Já percebeu que muitos jogos começam com uma tela com dicas ou informações relevantes sobre o jogo? Pois aquelas são telas para te distrair enquanto o jogo carrega.

Ao desenvolver um jogo lembre-se que ele será jogado por seres humanos, e não avaliados por computadores. A única coisa que importa em termos de performance é a performance percebida, então preocupe-se em fazer apenas as otimizações que melhorem a experiência do jogador.



# Capítulo 6: Definindo o Modelo de Negócios Para o Seu Jogo

---

# Definindo o Modelo de Negócios

---

Neste capítulo nós veremos os principais modelos de negócios para os mercados de jogos digitais.

Ao contrário do que muitos pensam, o modelo de negócios que você adotará para vender seu jogo deve ser decidido logo nos primeiros estágios de desenvolvimento.

Isso porque a forma com que o jogador será cobrado pelo jogo influencia diretamente o fluxo do jogo, a sua divisão em fases, a escolha de itens disponíveis, entre várias outras coisas.

Nas seções seguintes nós veremos os quatro principais modelos de negócios para jogos (e apps) e suas principais características.



# Definindo o Modelo de Negócios

---

## 6.1 Pagamento único (Paid game)

Com certeza este é o modelo de negócios mais antigo e tradicional para games. Você paga uma vez e tem acesso completo ao jogo por tempo ilimitado.

Ser um modelo tradicional não implica ser o melhor modelo. O motivo pelo qual os jogos têm sido comercializados desta maneira por tantos anos é porque a distribuição online não existia (ou não era eficiente) até pouco tempo. Portanto, o jogo era colocado em uma mídia (cartucho, CD ou DVD) e distribuído.

Hoje em dia o mesmo modelo de negócio continua existindo firme e forte, mesmo em meios de distribuição digital.



# Definindo o Modelo de Negócios

---

Uma das principais vantagens deste modelo é que o desenvolvimento do jogo em si será pouco afetado. Como você não precisa convencer o jogador a comprar algo dentro do jogo (como nos modelos Freemium e Paymium, que veremos adiante) nem a clicar em um anúncio dentro do seu jogo (Free with Ads), você se sente livre para desenvolver seu jogo de acordo com sua criatividade.

Muitas vezes, porém, o número de competidores no seu nicho (jogos parecidos com o seu) é grande. Se existem jogos de 1 dólar parecidos com o seu, mas muito melhores (de grandes empresas, talvez), talvez a sua única opção seja de fato adotar um modelo onde o jogador não precisa pagar para acessar seu jogo (modelos Free with Ads ou Freemium, que veremos nas próximas seções).

Mas, afinal, quando o modelo de pagamento único é uma boa opção?



# Definindo o Modelo de Negócios

---

Existem pelo menos duas situações nas quais este modelo de negócios é um bom modelo:

- **Jogos artísticos:** Se você já é um desenvolvedor um pouco mais experiente e o seu jogo tem um tom mais artístico e clássico (Como Braid, por exemplo), provavelmente o melhor modelo de negócios é o de pagamento único. Este é o único modelo onde o gamedesign não precisa ser adaptado para aumentar o sucesso de vendas. Portanto, se você já sabe exatamente o que está fazendo e tem em mãos um jogo mais tradicional, este é o melhor modelo.
- **Jogos de nicho:** Um jogo de nicho é aquele que interessa apenas a um público bem específico. Um exemplo de jogo de nicho (que eu particularmente gosto bastante) é o Age of Curling (<http://games.blackish.at/ageofcurling/>) que é um simulador do esporte conhecido como Curling, muito comum em partes da Europa. Em jogos deste tipo a concorrência é baixíssima e, portanto, você não precisa tentar convencer as pessoas que seu jogo é melhor que os demais. Por esse motivo, o modelo de pagamento único é uma ótima opção para jogos de nicho.



# Definindo o Modelo de Negócios

---

Nos dois estilos de jogo acima, a escolha do pagamento único provavelmente é a melhor opção. Note que são situações bem específicas; na maioria dos casos a melhor opção será escolher um dos modelos no qual o jogador não precisa pagar para começar a jogar.



# Definindo o Modelo de Negócios

---

## 6.2 Grátis com anúncios (Free with Ads game)

Este é um modelo que se tornou popular rapidamente na internet. Neste modelo de negócios, o jogador nunca paga por nada no jogo: nem para adquirí-lo, nem para adquirir algum item dentro do jogo.

Neste caso, o desenvolvedor do jogo ganha dinheiro dos anunciantes que exibem anúncios dentro do seu jogo. Existem várias empresas que intermediam anunciantes e desenvolvedores, como por exemplo a Google (Adsense, AdMob) e a Apple (iAds).

Os anúncios podem ser exibidos em diversas partes do jogo, tanto no menu quanto dentro de objetos do próprio jogo.

Você recebe tanto por visualizações (ou seja, cada vez que um jogador visualiza um anúncio dentro do seu jogo) quanto por cliques em anúncios.



# Definindo o Modelo de Negócios

---

Um dos principais problemas desse modelo é que seu jogo precisa ser extremamente popular para render algum dinheiro. Mesmo jogos com 50 mil downloads muitas vezes não atingem nem 50 dólares por mês. Para gerar uma boa renda (algo entre US\$ 2.000 e US\$ 4.000), você precisa de pelo menos 100 mil jogadores diários (o que é MUITA coisa).

Outro problema associado a esse modelo de negócios é o fato de ele invadir a privacidade do usuário. Os jogos que mais faturam com anúncios são aqueles que interrompem o jogo para mostrar um anúncio ou colocam anúncios perto de objetos ou botões importantes do jogo, de tal forma que o usuário clique no anúncio sem querer e seja redirecionado para a página do anunciante.



# Definindo o Modelo de Negócios

---

## 6.3 Grátis com compras internas (Freemium game)

Este é um modelo que se tornou incrivelmente popular com o surgimento das App Stores.

Neste modelo de negócios, o jogo é distribuído gratuitamente, mas algumas opções ou elementos de jogo são vendidos dentro do próprio jogo (algo conhecido como *in-app purchases*, cuja sigla é iAP).

Uma das principais vantagens deste modelo é que o jogador pode testar o jogo sem compromisso e decidir se vai comprar itens dentro do jogo apenas depois.



# Definindo o Modelo de Negócios

---

O desenvolvedor tem, portanto, a oportunidade de engajar o jogador no seu jogo antes de oferecê-lo algo para comprar. Esta é uma das maneiras mais eficiente para fazer uma venda (independente de qual seja o produto) e por esse motivo é um modelo de negócios bastante eficiente para jogos.

Existem basicamente dois tipos de vendas que você pode fazer dentro do jogo:

- **Venda de complemento:** Neste caso o jogador pode comprar um complemento ou continuação do jogo. Esses complementos podem ser novas fases, novos personagens, novos objetos, etc. Geralmente o item sendo vendido não pode ser obtido de outra maneira dentro do jogo. O jogador precisa comprar para ter acesso ao novo elemento de jogo.



# Definindo o Modelo de Negócios

---

- **Venda de tempo:** Neste caso o jogador pode obter o item que está sendo vendido sem pagar, contanto que gaste muito tempo jogando. O caso mais comum é quando o jogo possui uma moeda própria e alguns itens custam muito dinheiro nesta moeda própria (que demora para ser obtida), mas podem ser obtidas alternativamente pagando com dinheiro de verdade.

Este é um modelo de negócios muito popular em jogos de dispositivos móveis e tem gerado resultados fantásticos em vários casos, mas isso não quer dizer que este é o modelo certo para o seu jogo.

Para um jogo Freemium ser bem sucedido, o número de downloads precisa ser alto (o que não acontece com jogos de nicho, por exemplo) e a taxa de conversão entre jogadores e compradores também.



# Definindo o Modelo de Negócios

---

## 6.4 Pago com compras internas (Paymium game)

Este modelo talvez seja o menos popular e difícil de ser implementado com sucesso. Nele, o jogo é vendido por um preço fixo e dentro do jogo o jogador pode efetuar compras extras.

Os itens que podem ser vendidos dentro do jogo são basicamente os mesmos que no modelo Freemium, ou seja, itens complementares e itens para o jogador economizar tempo.

Como o jogador precisa pagar para começar a jogar - ao contrário do que acontece no modelo Freemium - o número de usuários ativos no jogo é bem menor. Se o número de jogadores é menor, consequentemente o número de compras dentro do jogo também será (ao menos na grande maioria dos casos).



# Definindo o Modelo de Negócios

---

O jogos que costumam adotar este modelo são aqueles que chegam no mercado como jogos de pagamento único (Paid Games) e decidem adotar as iAP para aumentar o lucro.

Agora você pode estar se perguntando: Por que não transformar o jogo em um Freemium, já que agora ele oferece compras dentro do jogo?

O principal motivo para um jogo de pagamento único se tornar Paymium em vez de Freemium é porque os desenvolvedores não querem ser injustos (e chatear) com as pessoas que pagaram pelo jogo quando ele era vendido via pagamento único.

Portanto, para incluir compras dentro do jogo sem ofender aqueles que já pagaram, o ideal é que a transição de modelo de negócios seja para o Paymium, e não para o Freemium. É claro que isso não é uma ciência exata e cada caso é um caso. Mas eu acredito que na maioria dos casos, o raciocínio acima é válido e o mais recomendado.

# Capítulo 7: Publicação e Marketing

---



# Publicação e Marketing

---

Então finalmente seu jogo está pronto. Você já desenvolveu os principais recursos do seu game, o testou em diversos tamanhos de tela e resolução, certificou-se que o design entre todos os elementos que cercam seu jogo está consistente e otimizou a performance percebida o máximo que foi possível.

Agora basta publicar o jogo e esperar as pessoas comprarem seu jogo enquanto você relaxa, certo? Esse pensamento não poderia estar mais equivocado.

Agora que o jogo já está pronto, chegou a hora de convencer as pessoas que ele vale a pena ser jogado. Neste capítulo eu vou te ensinar algumas formas de fazer isso.



# Publicação e Marketing

---

## 7.1 Escolhendo o nome do seu jogo

Uma das decisões mais importantes para o marketing do seu jogo é a escolha do nome. Empresas grandes gastam uma quantidade enorme de dinheiro fazendo pesquisas de mercado para tentar descobrir qual é o nome mais adequado para determinado jogo.

O nome do seu jogo é algo que não pode ser alterado (ou não deveria), então você precisa ser bem cuidadoso ao escolhê-lo. A estratégia mais simples para dar nome a um jogo é tentar ser descritivo, ou seja, informar sobre o que se trata o jogo.

Vamos ver alguns exemplos de nomes:



# Publicação e Marketing

---

- **A Lenda de Zelda:** A palavra "Lenda" remete a uma história épica e profunda. Além disso, já no nome do jogo você fica sabendo do nome de uma das personagens principais do jogo: a princesa Zelda;
- **Mario:** O nome do personagem principal. Ajuda a criar uma "marca" em volta do personagem, que pode fazer parte de jogos futuros. Além disso, usar nomes de personagens no nome do jogo dá a ideia que uma história será contada;
- **Plants vs Zombies:** O nome sugere que existem dois grupos principais no jogo - o de plantas e o de zumbis - que se enfrentam em algum tipo de batalha (o enfrentamento é sugerido pelo "vs" no nome);
- **Angry Birds:** Os personagens principais do jogo. Como não é de se esperar que pássaros sejam violentos, o nome "Pássaros Raivosos" sugere um certo tom de humor;
- **Plague Inc.:** Jogo em que o objetivo é espalhar um vírus no mundo de maneira mais eficiente possível. O nome do jogo não poderia ser mais simples e descritivo.



# Publicação e Marketing

---

Dar um nome a um jogo pode ser bem difícil, mas eu aconselho fortemente que você gaste um tempo considerável pensando nisso. Um bom nome pode garantir que seu jogo seja mais visualizado nas App Stores e, conseqüentemente, que mais cópias sejam vendidas.



# Publicação e Marketing

---

## 7.2 Criando uma audiência antes do lançamento

Em primeiro lugar, devo dizer que é altamente recomendado que você pense no marketing do seu jogo desde o começo do desenvolvimento. Se for um dos seus primeiros jogos (e você ainda não tem certeza se conseguirá terminá-lo), então você pode começar a fazer o marketing assim que você tiver a certeza que o seu projeto verá a luz do dia (uma boa estimativa é quando seu jogo estiver aproximadamente 50% pronto).

Crie um site para o seu jogo com algumas screenshots (ou até mesmo um vídeo) e com algum tipo de mensagem como "em breve..." para que as pessoas saibam que aquele jogo está em desenvolvimento. Crie também uma conta de Twitter e Facebook para seu jogo (ou estúdio) e coloque no seu website.



# Publicação e Marketing

---

Escrever sobre o processo de desenvolvimento do seu jogo e publicar nas redes sociais ou em um blog também ajuda bastante a reunir um grupo de pessoas em volta do seu jogo. A chance dessas pessoas comprarem o seu jogo no lançamento é bem alta, então cuide de sua audiência desde o início.

Fazer o marketing para um jogo (ou qualquer outro produto) não é nenhuma ciência exata, mas com certeza existe uma série de coisas que você pode fazer para que seu jogo se destaque na multidão de apps e jogos que existem nas App Stores.

Nesta seção eu vou resumir as principais técnicas para reunir pessoas interessadas no seu jogo antes mesmo do lançamento.



# Publicação e Marketing

---

Para que você consiga começar uma comunidade de fãs, primeiro você precisa fazer com que seu jogo seja fácil de ser achado das seguintes maneiras (você não precisa fazer tudo descrito abaixo, mas quanto mais fizer melhor será para seu jogo):

- Construa canais de mídias sociais e poste diariamente. Use pelo menos 4 delas: Facebook, Twitter, LinkedIn e Google+;
- Torne-se ativo em fóruns, blogs e outros sites relevantes que sua base de fãs pode estar. Comece a ser conhecido;
- Participe de torneios de jogos e outros eventos;
- Envolver-se com a comunidade de desenvolvedores locais. Eles têm interesse em você e na maioria das vezes querem ajudar. Quase sempre é de graça;
- Comece uma campanha de crowdfunding. Muitos desenvolvedores não fazem campanhas apenas pelo dinheiro, mas também para começarem a presença online.



# Publicação e Marketing

---

Uma vez que você tem os visitantes chegando, você precisa transformá-los em fãs através de conteúdo. Algumas formas de você conseguir isso são:

- Postar updates do jogo e da empresa;
- Postar suas experiências, dados e outros pensamentos;
- Colocar sua opinião sobre novos jogos;
- Escrever artigos interessantes. Nem sempre você precisa colocar artigo original, você pode colocar um artigo que leu recentemente;
- Colocar posts aleatórios e ocasionais, pois as pessoas adoram essa interação mais pessoal. Você pode colocar uma foto engraçada do seu animal de estimação ou como está indo a construção da sua nova personagem;



# Publicação e Marketing

---

Para nutrir a relação com seus fãs:

- Sempre coloque seus fãs em primeiro lugar. Responda aos comentários e perguntas de um modo personalizado;
- Inicie e engaje uma discussão. Comece um diálogo com eles;
- Agradeça aos fãs privadamente e também publicamente. As pessoas adoram ser agradecidas;
- Pergunte a opinião deles, pois as pessoas adoram sentir que fazem parte da experiência;
- Sempre irão existir os haters. Responda à críticas de uma forma educada e profissional. Você pode falar "Você não gostou da personagem? Ok. Obrigada pela sua opinião. Como você acha que eu posso melhorá-la? Talvez eu considere e coloque na próxima versão."

No começo pode parecer muita coisa, mas com o tempo você vai se acostumar e conseguirá implementar todas essas técnicas ao mesmo tempo.



# Publicação e Marketing

---

## 7.3 Lançamento

Agora que você já possui uma comunidade de fãs ao redor do seu jogo (ou seu estúdio de jogos), chegou a hora de preparar o jogo para o lançamento oficial.

Você vai precisar de aproximadamente um mês antes do lançamento para criar a estrutura necessária para um bom lançamento. Você pode fazer em menos tempo, mas um mês é mais garantido.

A primeira coisa que você deve fazer é preparar um *presskit* do seu jogo.

Um presskit é um conjunto de materiais sobre seu jogo que vai permitir a imprensa fazer qualquer tipo de reportagem sobre seu jogo, seja ela escrita, em áudio ou em vídeo.



# Publicação e Marketing

---

Um bom presskit pode ser composto de 3 tipos de material:

- Trailer do jogo;
- Imagens (screenshots) do jogo;
- Press Release;

Vamos ver em detalhes como você deve preparar cada um desses materiais.

## **Material de PressKit #1: Trailer**

Um vídeo de trailer talvez seja o material mais importante do seu jogo. O vídeo vai determinar se os seus potenciais jogadores vão comprar/baixar o jogo ou não. A imprensa vai assisti-lo e decidir se vai escrever um artigo ou não.



# Publicação e Marketing

---

As boas práticas para criar um bom trailer são:

- Manter o vídeo curto (90 segundos ou menos);
- Você tem de 3 a 5 segundos no início para capturar a atenção da audiência ou vai perdê-los;
- Colocar música e feitos sonoros, pois contribuem para engajamento no vídeo;
- Colocar trecho de uma pessoa jogando. Esse é um item que os espectadores sentem muita falta e reclamam quando não tem;
- Incluir reviews, se possível. No início, é difícil conseguir reviews sem ter lançado o jogo. Assim que você possuí-las, refaça o trailer e coloque as reviews porque elas passam senso de autoridade para o público;
- Terminar o vídeo com os próximos passos. Não deixe o final apenas em preto, fale onde comprar, quando lançará, onde a pessoa pode ir para saber mais.



# Publicação e Marketing

---

## Material de PressKit #2: *Screenshots* (fotos do jogo)

As *screenshots* também são super importantes, assim como o trailer. É por elas que os jogadores e imprensa vão decidir se vão comprar/baixar o jogo ou escrever sobre ele. Pense nelas como uma peça de arte.

Como ter as melhores *screenshots*:

- Precisam ter alta resolução para não perderem a qualidade ao serem ampliadas;
- Preste atenção na composição delas;
- Elas precisam estar bem iluminadas para as pessoas conseguirem ver todos os itens dela;
- Faça uma cena que gere engajamento. Quando alguém olhar, deve ter sua atenção chamada, deve querer olhar cada detalhe, investigar toda a cena.



# Publicação e Marketing

---

Caso você precise publicar *screenshots* que ainda não são a versão final do jogo, não tem problema. Você pode publicá-las para começar chamar atenção do público e manter a relação com jornalistas.

Dessa forma, você manda toda nova versão que sair e eles saberão o que escrever e quais *screenshots* colocar naquele momento.

Caso um jornalista publique uma *screenshot* antiga, entre em contato com ele. Já que ele publicou alguma coisa sobre seu jogo, é muito provável que ele tenha interesse em você.

Agradeça pelo artigo e diga que possui uma nova versão das *screenshots* e que os leitores dele podem gostar de ver a versão atualizada para saberem do progresso.



# Publicação e Marketing

---

## Material irresistível #3: Press release

O *press release* é um comunicado à imprensa. É um texto no qual você vai escrever sobre o seu jogo e tentar convencer os escritores a prestarem atenção e escrever sobre ele. A maioria dos editores não gastam muito tempo lendo o *press release*, pois eles têm muita coisa para ler. Além disso, se você for um desenvolver *indie*, eles não vão dar tanta atenção quanto dariam para uma grande empresa.

Para escrever um bom *press release*, tenha em mente os seguintes pontos:

- O primeiro parágrafo é o mais importante porque é o que a maioria das pessoas vai ler. Este parágrafo precisa capturar a atenção e resumir todos os pontos que você vai falar, inclusive o tema o jogo;
- Coloque informações de contato e da empresa. Se um escritor quiser entrar em contato, faça isso ser fácil e inclua as informações no texto;



# Publicação e Marketing

---

- Sempre mande suas *screenshots* e trailers para dar tudo o que precisam para fazer um artigo;
- Use hiper-links. Se algum escritor republicar o seu texto, vai ser muito mais fácil para um leitor clicar e ir direto para o seu site ou jogo.

Uma vez com o PressKit pronto, chega a hora de entrar em contato com a imprensa para que eles falem sobre o seu jogo durante o período de lançamento (um pouco antes ou um pouco depois).

Uma maneira simples, efetiva e sem custo é tentar que publiquem seus textos ou escrevam sobre seu jogo nos canais de comunicação da área. Pode ser revista impressa, sites de jogos, canais no Youtube, etc.



# Publicação e Marketing

---

Para você conseguir sucesso nessa etapa, siga os passos a seguir:

- Procure sites e revistas que você quer e pode aparecer – distinga as duas categorias. Como desenvolvedor *indie*, é claro que você quer estar nas maiores revistas da área, mas nem sempre é o local onde seus jogadores estarão;
- Escreva o nome dessas publicações/canais em uma planilha;
- Classifique estes canais baseados em 3 categorias de tráfego: eles possuem muito acesso, médio acesso e pouco acesso.
- Encontre o contato dos escritores. A maioria dos sites tem num link pequeno de “editores do site” e nele você vai encontrar todas as informações que quer. Coloque o que for útil na tabela;
- Entre em contato. Para isso, crie um modelo de email para introduzir seu jogo e você. Também tenha certeza que o email responde às perguntas do escritor como “por que meus leitores vão gostar do seu jogo?”. Você deve customizar o modelo de acordo com cada editor/site e anexar suas *screenshots*, trailer e press release;



# Publicação e Marketing

---

- Escreva notas de agradecimento. Isso não é muito comum no meio dos editores e é uma ótima forma de se relacionar com eles. Agradeça ao escritor que divulga o seu email, republica o press release ou escreve um artigo. Agradecer por email é válido, mas uma carta escrita à mão leva a interação para um outro nível;
- Mantenha contato. Você passou muito tempo pesquisando e construindo esse contato, então o mantenha. Fale um "oi" nas mídias sociais, escreva comentários nos textos que eles escrevem e esteja presente onde o escritor estiver.

Seguindo todas essas dicas você provavelmente conseguirá uma boa cobertura da imprensa sobre o seu jogo.

Não se esqueça também de distribuir promocodes (para download do jogo) para grandes blogs, sites e canais. Essa pode ser uma boa maneira de convence-los a falar sobre o seu jogo.



# Publicação e Marketing

---

## 7.4 Upgrades constantes e re-lançamentos

Após o lançamento do seu jogo, ainda existe muito trabalho pela frente para que ele se torne um sucesso. Na maioria dos casos você não vai conseguir fazer um sucesso estrondoso já no lançamento. Mas não se preocupe, pois nem tudo está acabado.

Mesmo se você não conseguir vender tantas cópias quanto imaginava no primeiro mês, isso não quer dizer que o jogo esteja fadado ao fracasso.

Existem várias maneiras de aumentar gradativamente o sucesso de um jogo e eu vou falar sobre algumas delas nesta seção.



# Publicação e Marketing

---

## Conserte as deficiências do jogo

Uma coisa você pode ter certeza: seu jogo não será perfeito. Mesmo após o lançamento o jogo vai apresentar pequenos *bugs*, problemas de performance e outras coisas que afetam a experiência do jogador.

Logo após o lançamento, concentre-se em resolver o mais rapidamente possível todos esses problemas. Um jogador frustrado escreve *reviews* ruins, e *reviews* ruins impedem que várias pessoas comprem o seu jogo.

Ouça as críticas e conserte o quanto antes os principais defeitos do seu jogo. Quanto mais rápido você fizer isso, menor será o impacto das *reviews* negativas.



# Publicação e Marketing

---

## **Anote as críticas (positivas e negativas)**

Assim que as primeiras *reviews* sobre seu jogo começarem a aparecer, você deve anotar as principais "qualidades" e os principais "defeitos" do seu jogo segundo os próprios jogadores.

Muito provavelmente algumas características que você gastou muito tempo implementando não gerou o menor interesse nos jogadores, enquanto algumas outras (que você nem curtia) gerou muito interesse.

Lembre-se que você está fazendo o jogo para os seus jogadores e não para si próprio. Ouça as reclamações e se esforce para eliminar esses possíveis defeitos do seu jogo.

Preste também atenção em quais características os jogadores mais gostaram. Isso te dará uma dica de quais elementos do jogo você deve focar nas próximas versões



# Publicação e Marketing

---

## Re-lançamentos

Uma excelente maneira de atrair cada vez mais atenção para o seu jogo é fazer re-lançamentos.

Faça novo conteúdo para o seu jogo de acordo com as críticas e sugestões que você recebeu da primeira versão. É importante que o novo conteúdo seja facilmente percebido, como por exemplo um novo pacote de fases ou a inclusão de novos modos de jogo.

Quando você possuir uma boa quantidade de novos conteúdos prontos, você pode então relançar uma nova versão do seu jogo.



# Publicação e Marketing

---

Se o novo conteúdo for bom o bastante, isso será o suficiente para você passar novamente por todo o processo de lançamento, preparando presskit da nova versão e atraindo a mídia para o seu jogo.

Essa é uma excelente maneira de ter picos de venda e fazer com que a imprensa fale em peso sobre o seu jogo de novo.

Se você pretende continuar trabalhando no seu jogo e atualizando-o constantemente, você pode fazer um bom número de lançamentos no decorrer dos anos, atraindo cada vez mais jogadores para o seu game.



# Capítulo 8: Considerações Finais

---



# Considerações Finais

---

Neste eBook você aprendeu sobre o mundo do desenvolvimento de jogos independentes, geralmente conhecido como *indie games*.

Neste eBook você leu sobre os mais importantes tópicos que todo desenvolvedor de jogos iniciante deve saber, como por exemplo:

- Como escolher o Motor de Jogo mais apropriado;
- Introdução ao Game Design;
- Como simplificar a arte e o áudio do seu jogo para conseguir colocá-lo no mercado;
- Como terceirizar componentes do seu jogo de forma prática e barata;
- Qual modelo de negócios adotar para seu jogo (e como isso influencia no seu desenvolvimento);



# Considerações Finais

---

- Qual deve ser o nível de polimento para colocar seu jogo no mercado;
- Como lançar o seu jogo no mercado;
- Como fazer o marketing do seu jogo gastando pouco dinheiro;
- Como atrair a imprensa e uma comunidade de fãs ao redor do seu jogo;

Além de vários outros tópicos relevantes.

Esta é uma pequena amostra de uma solução completa que eu venho desenvolvendo para auxiliar o desenvolvedor *indie*, fornecendo toda a informação e estrutura necessárias para ter sucesso desde seus primeiros jogos.

O lançamento está previsto para **Abril de 2015**, então fique de olho ;)



# Considerações Finais

---

Alguma crítica ou sugestão sobre esse material?

Envie um email para [raphael@producaodejogos.com](mailto:raphael@producaodejogos.com) me contando o que você pensa.

Toda sugestão será levada em conta na produção de novos conteúdos.

Muito obrigado!



# Apêndice I:

# Entrevistas com desenvolvedores

---



# Entrevista 1: Rodrigo Pegorari

---



# Entrevista 01: Rodrigo Pegorari

---

**Raphael Dias:** Olá, Rodrigo! Gostaria de começar agradecendo você por ter aceitado dar essa entrevista para o Produção de Jogos. Tenho certeza que nossos leitores vão gostar muito de ler um pouco sobre a sua experiência no mercado de jogos digitais.

Para começar, eu gostaria que você falasse para a gente um pouco sobre você, sobre como você entrou no mundo do desenvolvimento de jogos e um pouco sobre os projetos que você já realizou.

**Rodrigo Pegorari:** Olá Raphael, antes de tudo, muito obrigado pela oportunidade e espero poder contribuir com seus leitores no que for possível. Comecei a estudar o desenvolvimento de jogos há mais de 10 anos, nessa época eu já estava começando a trabalhar com design gráfico e estudando modelagem 3d.

Lembro que só haviam 2 ou 3 fóruns de discussão sobre o assunto no Brasil e era bastante complicado achar material para estudo. Porém, o mais complicado era encontrar pessoas interessadas em fazer jogos por diversão, e foi então que resolvi a fazer um curso de programação para eu poder programar meus jogos.



# Entrevista 01: Rodrigo Pegorari

---

Nessa época eu já estava trabalhando com Web, conheci o Flash e aprendi muito sobre lógica para games, mas somente depois de começar a estudar Blitz3D, uma plataforma para fazer jogos em 3D bem parecida com o que a Unity3D é hoje, é que conheci pessoas que trabalhavam profissionalmente com games no Brasil.

Foi então que recebi um convite para me mudar para São Paulo e trabalhar desenhando e programando a parte visual de jogos para Cassino (sim, na época era permitido :D). Nessa época me graduei como Bacharel em Artes Visuais e trabalhei para agências de publicidade, desenvolvendo websites e advergames em flash, e passei por diversos projetos desenvolvendo jogos para ios/android/web.

Atualmente trabalho remotamente como desenvolvedor front-end para uma startup norte-americana, desenvolvendo um aplicativo interativo em 3d para browser.



# Entrevista 01: Rodrigo Pegorari

---

**Raphael Dias:** Quais as principais dificuldades de trabalhar com jogos (como desenvolvedor ou trabalho relacionado) no Brasil?

**Rodrigo Pegorari:** Eu sempre leio notícias que sobram vagas para trabalhar com jogos no Brasil e faltam profissionais, mas o que eu vejo depois de anos, é uma escassez de trabalho para o setor, pois existem poucos estúdios no Brasil para suprir os profissionais dessa área, então networking é imprescindível.

Além disso, apesar de ser um mercado milionário, a média salarial é menor que outras áreas de TI, então sempre estamos tentados a trocar de área quando recebemos uma oferta melhor. Muitos empregadores aproveitam do sonho das pessoas ingressarem na área e contratam funcionários por salários bem abaixo da média, o que acaba desmotivando quem está começando.

Apesar de ser um mercado milionário, a média salarial é menor que outras áreas de TI, então sempre estamos tentados a trocar de área quando recebemos uma oferta melhor.



# Entrevista 01: Rodrigo Pegorari

---

**Raphael Dias:** Como você vê o cenário atual de jogos no Brasil? O que você acha que está faltando para que esse cenário amadureça e evolua ainda mais?

**Rodrigo Pegorari:** Surgiram muitas empresas depois da popularização dos smartphones, antes fazer jogo era uma coisa muito grandiosa, agora com um orçamento enxuto é possível fazer coisas legais. Acho que as empresas de games estão acordando para o mercado, muitas ficaram iludidas com as histórias de pessoas que ficaram milionárias fazendo jogos para iPhone da noite para o dia.

Mais recentemente, com o boom dos indie games, muitas pessoas talentosas estão ingressando na área e se mobilizando, criando grupos e times de desenvolvimento, já com o pé no chão de que seu produto pode não ser o novo hit da AppStore, mas pode dar algum retorno.



# Entrevista 01: Rodrigo Pegorari

---

**Raphael Dias:** Duas das principais dúvidas das pessoas que querem trabalhar com jogos são por onde começar e qual caminho seguir. No cenário brasileiro atual, que conta com mais cursos e faculdades relacionadas a jogos que 5 anos atrás, qual você acha que é o melhor caminho para alguém que ainda não entrou na faculdade trilhar para trabalhar no mercado de jogos?

**Rodrigo Pegorari:** Trabalhar com jogos é uma coisa bastante ampla, vai desde a parte artística até programação. Conheço muitas pessoas que fizeram faculdades de jogos no Brasil, e o lado positivo é que muitas delas trabalham juntas e criaram uma rede de contatos.

Por outro lado, as faculdades de jogos são bastante generalistas: se você quer ser programador, terá que assistir aulas de arte; se você quer ser músico, também terá que aprender um pouco de programação. Acredito que existam faculdades específicas com melhor aceitação no mercado de trabalho, e que não são impedem que o profissional siga a carreira no mercado de games.

As melhores especializações na área são cursos técnicos, muitos podem ser realizados remotos. Existem diversos cursos e treinamentos online. E se você souber um pouco de inglês, também é possível fazer workshops com profissionais experientes e que trabalham em grandes estúdios no exterior.



# Entrevista 01: Rodrigo Pegorari

---

**Raphael Dias:** E para as pessoas que já estão no mercado de trabalho em alguma área próxima (marketing, análise de sistemas, design gráfico, etc) mas querem migrar para o mercado de jogos, qual conselho você daria para ajuda-las a fazer essa migração?

**Rodrigo Pegorari:** Além de cursos online, que já citei acima, acredito que o entrosamento em comunidades de desenvolvedores, e participação como voluntários em projetos de jogos, é o melhor jeito para começar a fazer um portfólio, conhecer pessoas e entrar na área.

**Raphael Dias:** Aqui no Produção de Jogos, eu tento separar o conceito de “produção de jogos” do conceito de “desenvolvimento de jogos”, onde o produzir um jogo seria analisar a viabilidade comercial e técnica do projeto (jogo) e gerencia-lo, enquanto desenvolver seria a execução desse projeto. Algo similar ao que acontece no cinema com os cargos de produtor e diretor. Você poderia comentar para a gente como você vê essa separação? Você acha que a parte de produção é importante mesmo para projetos pequenos, independentes, ou ela só passa a ser relevante em projetos grandes?



# Entrevista 01: Rodrigo Pegorari

---

**Rodrigo Pegorari:** Em algumas empresas você pode encontrar cargos de game producer, o que na verdade se trata de algo parecido com um gerente de projetos. Mas existem pessoas que produzem jogos e aplicativos de uma forma mais gerencial, e não se envolvem necessariamente com o desenvolvimento do projeto em si.

Já conheci algumas pessoas que produzem jogos e aplicativos dessa forma, contratando uma equipe de desenvolvimento ou fazendo parceria com um pequeno estúdio.

Em algumas empresas você pode encontrar cargos de game producer, o que na verdade se trata de algo parecido com um gerente de projetos. Mas existem pessoas que produzem jogos e aplicativos de uma forma mais gerencial, e não se envolvem necessariamente com o desenvolvimento do projeto em si.



# Entrevista 01: Rodrigo Pegorari

---

**Raphael Dias:** Alguns assinantes do blog me enviaram perguntas quando eu disse que iria lhe entrevistar. Eu selecionei três perguntas para essa nossa entrevista. A primeira pergunta é do Caio Alves, de São Paulo. O Caio perguntou o seguinte: “tenho uma idéia para um jogo, mas não tenho a menor noção de programação, como desenvolver e colocar em prática um jogo?”

**Rodrigo Pegorari:** Hoje você pode desenvolver jogos com ferramentas visuais e que não exigem (ou exigem bem pouco) programação. Sugiro que você pesquise algumas ferramentas que estão fazendo sucesso, como o Construct 2 da Scirra que tem uma comunidade que está crescendo bastante.



# Entrevista 01: Rodrigo Pegorari

---

**Raphael Dias:** O Thiago da Silva, do Rio de Janeiro, quer saber o seguinte: “Quais as ferramentas apresentam maior facilidade/flexibilidade para o desenvolvimento multiplataforma mobile?”

**Rodrigo Pegorari:** Hoje o que está em alta são os middlewares, que são ambientes de desenvolvimentos que já incorporam um criador de cenários e código, além de cuidarem da portabilidade. Alguns famosos são a Unity3d, Shiva3D, GameSalad, 3dGameMaker, Marmalade SDK (esse mais complicado e em c++) e vários outros. A Unity3D tem uma curva de aprendizado bem interessante e uma aceitação de mercado muito boa para o desenvolvedor.



# Entrevista 01: Rodrigo Pegorari

---

**Raphael Dias:** O Denner, de São Paulo, me enviou a seguinte pergunta: “Você utiliza alguma documentação ou diagrama para acompanhar o projeto? se sim qual?”

**Rodrigo Pegorari:** Atualmente estou envolvido em um projeto onde utilizamos as ferramentas da Atlassian, como o Jira para planejamento e o Confluence para documentação, são bem legais mas um pouco complexos. Nos projetos pessoais, venho utilizando o Trello, que é uma ferramenta muito simples e fantástica, é free, ideal para Kanban e diversas outras coisas, enfim, sugiro a todos que deem uma olhada.

**Raphael Dias:** Agora vamos falar mais um pouco sobre o seu trabalho. Em quais projetos você está trabalhando atualmente?

**Rodrigo Pegorari:** Atualmente estou trabalhando em um marketplace voltado para o desenvolvedor de jogos, [www.ilusiva.com](http://www.ilusiva.com). É um site onde desenvolvedores podem comprar e vender itens semi-prontos, como modelos 3d, música, ferramentas, códigos prontos.

O objetivo do site é possibilitar que o desenvolvedor consiga obter mais lucros em seus jogos, já que ele reduzirá os custos de produção, assim como seu tempo.



# Entrevista 01: Rodrigo Pegorari

---

**Raphael Dias:** Legal, Rodrigo! Bom, acho que vamos encerrar por aqui. Gostaria de te agradecer muitíssimo em nome de todos os leitores do Produção de Jogos por essa entrevista incrível, tenho certeza que para muitos essa entrevista vai dar uma renovada na motivação para continuar trabalhando com jogos (ou colocar o primeiro projeto em prática!). Obrigado, mesmo! Você gostaria de deixar alguma mensagem final aos nossos leitores?

**Rodrigo Pegorari:** Bom, gostaria de agradecer novamente pela oportunidade e dizer para as pessoas que estão começando que a melhor forma de aprender é fazendo, e o mercado sempre cobra um portfólio. Então a dica que gostaria de dar é para entrosarem nas comunidades de desenvolvedores de jogos e fazer projetos paralelos ao seu trabalho atual.

Evite sempre participar de projetos de “FPS revolucionário” ou “o novo league of legends” pois esses projetos nunca são finalizados (conselho de alguém que já perdeu muito tempo em projetos assim). Jogos de mobile são uma boa: são rápidos, simples e bastante valorizados no portfólio. Desejo a todos muitos jogos e sucesso!



# Entrevista 2: Martin González

---



# Entrevista 02: Martin González

---

**Raphael Dias:** Oi Martin! Estou muito contente de você ter aceitado meu convite para essa entrevista. Eu estou certo que os leitores do blog se beneficiarão bastante com as coisas que você tem para nos contar. Então, muito obrigado! Primeiro, eu gostaria que você se apresentasse. Seria bom saber mais sobre você e sobre o trabalho que você faz.

**Martin Gonzalez:** Raphael! Obrigado por essa entrevista, eu espero que ela realmente seja útil para seus leitores. Bem, meu nome é Martin Gonzalez, tenho 24 anos e sou da Argentina. Eu sempre adorei videogames, mas queria também fazê-los. Assim, eu entrei no mundo dos videogames em 2010 quando eu comecei a estudar game design na Universidade Da Vinci, aqui em meu país.

Hoje eu estou trabalhando numa companhia de videogame chamada Zupcat, trabalhando com Unity 3D e estou planejando começar um outro projeto independente. Eu tenho 3 jogos na Google Play e 1 para iOS: SuperBasket 3D, Crusher Balloon (Android, iOS) and Horse Rider Rush.



# Entrevista 02: Martin González

---

**Raphael Dias:** Quais foram seus primeiros passos no desenvolvimento de jogos?

**Martin Gonzalez:** Como eu disse antes, eu entrei no mundo dos videogames em 2010, mas meus primeiros passos de verdade em desenvolvimento foram em 2011, quando eu comecei meu primeiro projeto “SuperBasket3D” e semanas depois “Crusher Baloons”. Graças a esses jogos eu aprendi milhares de coisas, ganhei experiência e contatos.

No começo tudo era difícil e complexo porque eu estava aprendendo Unity 3D e C# (eu nunca tinha programado antes) mas com a prática e trabalho duro, hoje toda idéia que eu tenho eu consigo implementar.

**Raphael Dias:** Quando você percebeu que era possível viver apenas como desenvolvedor independente de jogos?



# Entrevista 02: Martin González

---

**Martin Gonzalez:** Para ser sincero, um mês atrás. Eu estava conversando com a minha namorada sobre o meu novo jogo “Horse Rider Rush”, sobre ele ter alcançado mais de 10.000 usuários ativos em 2 meses e o aumento de 200% nos meus rendimentos do AdMob (sistema de anúncios).

Eu estava ganhando 60 dólares por mês e quando lancei esse jogo tudo aumentou: as impressões, os cliques e os downloads. No último mês (janeiro), eu alcancei US\$ 389,42 com Admob, AppNext e Unity Asset Store e nesse mês (Fevereiro) eu ganhei 500 dólares.

(Para ver a tabela completa de valores, visite a página dessa entrevista no Produção de Jogos clicando aqui.)



# Entrevista 02: Martin González

---

**Raphael Dias:** Você poderia nos contar quais jogos e recursos digitais (assets) desenvolveu até agora e onde eles estão sendo vendidos?

**Martin Gonzalez:** Eu desenvolvi de forma independente 3 jogos:

- Horse Rider Rush;
- Super Basket 3D Pro
- Crusher Balloons (Android, iOS).

Além disso, eu tenho vários pacotes sendo vendidos na Unity Asset Store: Modelos 3D, projetos completos de jogos e outras coisas.

Eu fiz outras coisas sob contrato com uma empresa e, atualmente, nós estamos trabalhando em um jogo grande com a Square Enix Latin America que será lançado em breve!



# Entrevista 02: Martin González

---

**Raphael Dias:** Muito legal! Conte-nos mais sobre esses recursos digitais. O que o comprador pode aprender com cada um desses pacotes?

**Martin Gonzalez:** O recurso digital mais importante está sendo vendido na Unity Asset Store e consiste no projeto completo de Crusher Balloons. Por que ele é importante? Porque ele é um projeto completo para todas as plataformas com o qual você pode começar a aprender como fazer um jogo multi-plataforma para PC/Web/mobile.

Ele é um modelo (template) do que o Crusher Balloon realmente consiste. Centenas de desenvolvedores já compraram esse projeto e o avaliaram com 5 estrelas (avaliação máxima) porque eles encontraram no projeto uma maneira especial de começar a fazer os próprios jogos.



# Entrevista 02: Martin González

---

**Raphael Dias:** Várias pessoas sabem como criar diferentes tipos de recursos digitais relacionados a jogos como áudios, modelos 3D, texturas ou pacotes de scripts, mas não sabem como (ou não têm o interesse de) criar um jogo completo. Mesmo estas pessoas podem ganhar dinheiro usando suas habilidades para criar recursos para jogos e vendê-los. Você poderia nos dar alguma estimativa (ou gráficos exatos, se assim desejar) de quanto é possível ganhar vendendo esse tipo de recursos digitais? Quais tipos de recursos digitais você acha que são os mais lucrativos (modelos 3D, starter kits...)?

**Martin Gonzalez:** Uma pergunta interessante. Como eu disse antes, videogames são como uma galáxia. Dentro dessa galáxia você encontra diferentes mundos como o mundo das artes, o mundo dos sons, o mundo da programação, o mundo do marketing, o mundo do gerenciamento e vários, vários outros.



# Entrevista 02: Martin González

---

Muitas pessoas possuem habilidade de fazer algo específico, como por exemplo, arte 3D. Então o que essas pessoas podem fazer? Desenvolver pacotes de recursos digitais e vendê-los para desenvolvedores que não possuem a habilidade de fazer esses recursos. Programadores podem vender scripts para ajudar pessoas que não saibam como programar. Portanto, esse tipo de comunidade onde pessoas talvez não saibam nada sobre jogos digitais, podem sim ajudar outras pessoas a fazerem jogos.

O tipo de recurso digital vai depender de sua habilidade, então se você é um artista, você pode fazer pacotes com modelos 3D, texturas, animações, personagens, etc. Se você é um programador, você pode criar protótipos de jogos.

Você pode ganhar algum dinheiro com isso? Eu vou deixar aqui o valor total de quanto já ganhei e uma figura que fala por si só: 7.463,00 dólares de lucro total.

(Para ver a tabela completa de valores, visite a página dessa entrevista no Produção de Jogos clicando aqui.)



# Entrevista 02: Martin González

---

O recurso digital mais importante está sendo vendido na Unity Asset Store e consiste no projeto completo de Crusher Balloons. Por que ele é importante? Porque ele é um projeto completo para todas as plataformas com o qual você pode começar a aprender como fazer um jogo multi-plataforma para PC/Web/mobile. Centenas de desenvolvedores já compraram esse projeto e o avaliaram com 5 estrelas (avaliação máxima) porque eles encontraram no projeto uma maneira especial de começar a fazer os próprios jogos.

**Raphael Dias:** Vamos falar sobre os seus jogos agora. Você lançou recentemente um novo jogo chamado Horse Rider Rush, que já é um sucesso. Você poderia nos contar mais sobre o jogo, quanto tempo você demorou para desenvolvê-lo, quantas pessoas estavam envolvidas e qual foi a recepção do público?



# Entrevista 02: Martin González

---

**Martin Gonzalez:** Horse Rider Rush foi meu Trabalho Final na Universidade Da Vinci. No começo, esse projeto seria um jogo de corrida de cavalos para PC e o grupo era formado por mim e mais dois parceiros. Depois de várias decisões e pequenos problemas com o projeto nós mudamos para Horse Rider Rush, um jogo para dispositivos móveis feito para jogadores casuais.

Nesse jogo eu trabalhei como programador, artista 3D e game designer. Horse Rider Rusch passou com sucesso no exame final com nota 10 e alguns dias depois estava disponível na Google Play.

O desenvolvimento foi realmente difícil porque eu estava trabalhando 8 horas por dia além de mais 2 horas viajando (metrô e trem) e quando eu chegava em casa, por volta de 8 ou 9 horas da noite, eu trabalhava duro até às 2–3 horas da madrugada. Esse período durou 2 meses, mas o resultado foi melhor que o esperado.



# Entrevista 02: Martin González

---

O desenvolvimento (do Horse Rider Rush) foi realmente difícil porque eu estava trabalhando 8 horas por dia além de mais 2 horas viajando (metrô e trem) e quando eu chegava em casa, por volta de 8 ou 9 horas da noite, eu trabalhava duro até às 2–3 horas da madrugada. Esse período durou 2 meses, mas o resultado foi melhor que o esperado.

**Raphael Dias:** Como você ganha dinheiro com seus jogos?

**Martin Gonzalez:** No começo eu usava apenas banners da Admob, mas depois de pesquisar um pouco eu melhorei o Admob e integrei o Appnext, que nos permite mostrar anúncios em tela cheia. Existem outras maneiras de melhorar ainda mais os anúncios e eu vou testar essas maneiras num próximo update.

Além disso, Horse Rider Rush tem uma pequena loja embutida para comprar moedas do jogo ou um bloqueador de anúncios.



# Entrevista 02: Martin González

---

**Raphael Dias:** Você acha que jogos grátis com anúncios para celulares são melhores para ganhar dinheiro que colocá-los em um site (como o Wooglie, por exemplo)?

**Martin Gonzalez:** Primeiro sobre o Wooglie, eu não sei muito a respeito. Eu sei que o Wooglie é uma espécie de website para jogos em Unity; o Crusher Balloons está lá. Mas eu não sei se existe uma forma de ganhar dinheiro por lá ou se ela é boa.

Grátis, pago ou website? Essa é uma pergunta importante e possui várias respostas. Do meu ponto de vista, penso o seguinte: se você é uma empresa conhecida como a EA ou Rockstar, vender seu jogo é uma boa forma de ganhar dinheiro. Essas empresas são gigantes que desenvolvem grandes jogos e as pessoas conhecem elas, mas e quanto ao desenvolvedor independente de jogos? Um usuário verá seu jogo (bom ou ruim), o usuário não conhece seu jogo e será um risco comprá-lo, a não ser que você tenha dinheiro para fazer uma campanha de anúncios e espalhar o jogo.



# Entrevista 02: Martin González

---

Um desenvolvedor de jogos independentes pode colocar o jogo disponível de graça com anúncios que irão gerar dinheiro, e você pode dar a oportunidade de comprar um bloqueador de anúncios (para não mostrar os anúncios). Essa venda seria como se o usuário tivesse comprado o jogo, mas ele pode antes jogá-lo, testá-lo e se divertir. Se ele não comprar, você terá dinheiro vindo dos anúncios.

Fazendo então um resumo pessoal: - Empresa grande, jogos conhecidos: jogos pagos; - Desenvolvedores independentes: jogos grátis com anúncios + possibilidade de comprar uma versão do jogo sem anúncios.

**Raphael Dias:** Quando eu contei para os meus leitores que eu iria entrevistá-lo, eles me enviaram várias perguntas interessantes. Você se importaria de responder algumas delas?

**Martin Gonzalez:** É um prazer! Claro! Pode mandar!



# Entrevista 02: Martin González

---

**Raphael Dias:** Excelente! Vamos fazer uma rodada rápida de perguntas então. Um dos leitores, Bruno Coringa do Rio de Janeiro, gostaria de saber quais livros e/ou websites você recomendaria para aqueles que querem seguir uma carreira em desenvolvimento de jogos?

**Martin Gonzalez:** Oi Bruno! Obrigado por perguntar! Bem, eu sou um pouco autodidata então eu aprendi muitas coisas procurando na internet, como por exemplo no Unity Answers (<http://answers.unity3d.com/index.html>) ou no Unity Community.

Na carreira você vai aprender milhares de coisas, truques, protocolos, e mais. Algumas pessoas me recomendaram ler alguns livros, mas eu não tinha muito tempo. Eu sei que existem vários livros interessantes como o “The Art of Game Design”, “Game Development: Using Unity and C#”, e outros que te ensinam como começar, melhorar e finalizar seus projetos.



# Entrevista 02: Martin González

---

**Raphael Dias:** O Clayton Lima, de Florianópolis, gostaria de saber quais os melhores websites para se colocar um jogo e ganhar dinheiro com anúncios?

**Martin Gonzalez:** Oi Clayton! (Lugar incrível Florianópolis :) ) Olha, eu nunca usei websites para colocar meus jogos. Eu sei que Kongragate está crescendo e eles pagam por vezes jogadas. O que eu recomendo é, se você está planejando começar um jogo, tente focar em jogos para celular/tablet.

Esse mercado está crescendo mais e mais e você tem a oportunidade de fazer um jogo virar um sucesso em poucos meses. Mas se você não obtiver sucesso, não fique chateado, as coisas vão melhor quando você trabalha duro em cada projeto que você tem.



# Entrevista 02: Martin González

---

**Raphael Dias:** Wadson Freitas, de Minas Gerais, perguntou o seguinte: desde quando você decidiu seguir essa carreira, qual foi o maior desafio que você enfrentou? E o que você fez?

**Martin Gonzalez:** Oi Wadson! Boa pergunta. A parte mais difícil da minha carreira foi meu Trabalho Final. Foi tão difícil trabalhar quase 20 horas por dia, trabalhando numa empresa, no Trabalho Final e tendo uma namorada (:P), mas depois desse desafio incrível eu vi o quanto eu cresci e isso foi realmente gratificante.

**Raphael Dias:** Hyuuga Lucas, de Santa Catarina, gostaria de saber quanto tempo demorou para você terminar seu primeiro jogo?

**Martin Gonzalez:** Hi Lucas! Bem, meu primeiro jogo foi um videogame de basquete em primeira pessoa para PC, que eu fiz em aproximadamente 1 mês. Eu fiz tudo dentro do jogo (arte, programação, game design, etc). O desenvolvimento durou 2–3 semanas e depois eu tive 1 semana para testar e consertar erros.



# Entrevista 02: Martin González

---

**Raphael Dias:** E finalmente uma pergunta que muitas pessoas me enviaram: Como você faz o marketing dos seus jogos?

**Martin Gonzalez:** Essa é uma pergunta realmente muito boa! Infelizmente, para fazer uma campanha de marketing e atingir várias pessoas você precisa de dinheiro se quiser algo sério (1.000 dólares ou mais). MAS existem várias maneiras de fazer com que as pessoas saibam sobre o seu jogo.

Primeiramente: Mãe, pai, irmã, e amigos! Espalhe o link do seu jogo por todo lugar! Depois, se você puder, coloque atributos sociais em seu jogo, como opções de postar no Facebook ou no Twitter com link para o seu jogo.



# Entrevista 02: Martin González

---

Existe uma outra coisa chamada “Promoção cruzada” (Cross Promotion) que consiste em colocar anúncios de outros jogos. Você não vai receber por isso, mas o anúncio do seu jogo também aparecerá em outros jogos, então o que você ganha são novos usuários. Você também pode ir em fóruns de Android ou iOS e postar seu jogo lá.

Outra coisa importante saber é que Google Play e App Store não são os únicos mercados, tem também a Amazon Store, Samsung Store, AppEggs, AppBrain e vários outros mercados onde você pode distribuir seu jogo também!

**Raphael Dias:** Em quais projetos você está trabalhando atualmente? Podemos esperar algum jogo novo em breve?

**Martin Gonzalez:** Um novo jogo casual será lançado em Junho/Julho. O jogo é sobre uma ovelha! E sobre corrida! :P Eu estou trabalhando com a minha namorada, ela está fazendo a arte e eu vou programá-lo. Espero que vocês possam jogá-lo.



# Entrevista 02: Martin González

---

**Raphael Dias:** Isso foi incrível, muito obrigado por essa entrevista Martin! Eu tenho certeza que as pessoas gostaram dessa entrevista e vão baixar os seus jogos imediatamente! Deseja fazer alguma consideração final para aqueles que buscam prosperar na carreira de desenvolvimento de jogos?

**Martin Gonzalez:** Bem, obrigado novamente por essa entrevista, e obrigado a todos os leitores! Espero que essa entrevista realmente os ajude e os motive a começar ou continuar os seus projetos. Uma dica: Se você ama videogames, faça-os com paixão, você vai se divertir bastante. Fazer videogames é uma experiência linda, e hoje em dia QUALQUER UM pode fazer um jogo.



# Apêndice II: Envato MarketPlaces

---



# Envato MarketPlaces

---

A Envato Marketplaces é um conjunto de lojas virtuais que vende scripts, texturas, áudios, starter kits para Unity 3D, entre várias outras coisas. As lojas da Envato possuem mais de 3 milhões de membros e quase 5 milhões de itens a venda.

## **Fazendo seu cadastro na Envato Marketplaces**

O primeiro passo é fazer uma conta na Envato Marketplaces, para poder ter acesso aos produtos. Fazer o cadastro é simples e de graça.

Vamos fazer isso juntos rapidinho?



# Envato MarketPlaces

---

1. Entre no site da Envato [clcando aqui.](#));
2. Clique no botão "Create an Envato Account", localizado à esquerda na barra superior do site;
3. Preencha o cadastro na seguinte ordem: nome de usuário, senha, confirmação da senha, email, nome completo e, por fim, digite os números e/ou letras que você vê na imagem. Clique em "Create account" para criar sua conta.
4. Verifique sua caixa de email (o mesmo que você usou no cadastro), pois uma solicitação de confirmação foi enviada;
5. Abra o email enviado pela Envato e clique no link longo para confirmar sua inscrição (algo como <https://account.envato.com/confirm/8PHRhUdakraKKEEhHYYOewj>).
6. No site que abriu quando você clicou no link acima, você precisa marcar a caixa dizendo que você concorda com os termos de uso do Envato Marketplaces. Essa caixinha está do lado da frase que começa com "I have read, and...". Depois de marcar a caixinha, clique no botão laranja dizendo "All good, let's go!"



# Envato MarketPlaces

---

Pronto! Você acaba de criar sua conta na Envato Marketplace! Todo mês na Envato tem algum item que você pode baixar gratuitamente, basta procurar por “Free File” e baixar o arquivo se for do seu interesse.

## **Como pagar pelos produtos**

Para comprar produtos da Envato, primeiro precisamos transferir dinheiro para nossa conta virtual na Envato Marketplaces.

Note que quando você está logado no site, você pode ver na barra superior, ao lado do seu nome de usuário, o quanto de dinheiro você tem disponível. Quando você cria a conta, o que aparece é “\$0,00”, ou seja, você ainda não tem dinheiro para comprar produtos.



# Envato MarketPlaces

---

Então agora vamos ver como fazer um depósito:

1. Passe o mouse sobre o seu login/crédito até aparecer o menu;
2. Nesse menu, clique em "Make a Deposit";
3. Na próxima tela você seleciona quanto quer depositar. Lembre-se que os valores são em dólar, então não se esqueça de converter. Você pode depositar entre 20 e 100 dólares. Como o crédito dura por um ano inteiro e esse valor pode ser utilizado em qualquer das lojas da Envato Marketplaces (e são várias!), eu costumo depositar US\$80 ou US\$100 dólares por vez, mas você pode depositar o valor que quiser;
4. Para pagar você pode usar o PayPal ou o Skrill (eu particularmente prefiro o PayPal). Basta clicar em "make deposit" que você será redirecionado para uma página segura de pagamento. Lá, basta usar seu crédito no paypal ou utilizar um cartão de crédito para efetuar a compra. Após a confirmação, o seu dinheiro aparecerá como crédito do lado no seu login.



# Envato MarketPlaces

---

Simples, não é? Agora você já pode comprar produtos nas lojas da Envato! Mas antes de falar sobre os produtos em si, vou falar sobre as licenças disponíveis no site.

Nota: Todos os links para o site da Envato nesse ebook são links afiliados. Isso quer dizer que se você decidir comprar um produto clicando em um desses links, eu recebo uma pequena porcentagem do que você comprar.

## **Qual licença devo comprar?**

A primeira coisa que você vai reparar na hora de comprar um produto em uma loja da Envato é que você tem que escolherá entre duas licenças: Regular License e Extended License.



# Envato MarketPlaces

---

A licença regular (Regular License) é para usar o produto apenas uma vez em um projeto que não gera dinheiro. Ou seja, se você quiser comprar um produto na Envato apenas para ficar brincando ou para fazer um jogo grátis (onde o usuário não paga para jogar) então essa é a licença para você.

No entanto, se a sua intenção é produzir jogos que no futuro serão comercializados, rendendo dinheiro para você, então você deve optar pela Extended License. Usando essa licença, você pode usar o produto (por exemplo, um conjunto de armas 3D) quantas vezes quiser, em quantos jogos quiser e, o mais importante, você poderá usá-lo para fins comerciais.

Lembre-se que os seus jogos podem ficar à venda durante vários anos, então é muito importante adquirir a Extended License se você pretende comercializar um jogo. Assim você não correrá o risco de em algum momento sofrer um processo por não ter a licença adequada para a comercialização de um produto digital.



*Compartilhe conhecimento!*

*Eu adoraria saber o que você achou do livro!*

*E se você gostou do que leu, compartilhe a informação  
para mais pessoas terem acesso ao conhecimento!*

---

<http://lp.producaodejogos.com/indiedev/>