



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ

CAMPUS SOBRAL

ENGENHARIA DA COMPUTAÇÃO

HELIO SABOIA PASCHOAL VASCONCELOS

**O MERCADO BRASILEIRO PARA JOGOS EM CELULARES
SMARTPHONES NA REGIÃO NORDESTE**

SOBRAL

2017

HELIO SABOIA PASCHOAL VASCONCELOS

O MERCADO BRASILEIRO PARA JOGOS EM CELULARES SMARTPHONES
NA REGIÃO NORDESTE

Monografia apresentada ao Curso de Engenharia da Computação da Universidade Federal do Ceará, *Campus Sobral*, como requisito parcial para obtenção do Grau de Bacharel em Engenharia da Computação.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Cleycianne de Souza Almeida.

Coorientador: Prof. Dr. Iális Cavalcante de Paula Júnior.

SOBRAL

2017

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca Universitária

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

S122m Saboia Paschoal Vasconcelos, Helio.
O mercado brasileiro para jogos em celulares smartphones na região nordeste / Helio Saboia Paschoal Vasconcelos. – 2017.
64 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Campus de Sobral, Curso de Engenharia da Computação, Sobral, 2017.

Orientação: Profa. Dra. Cleycianne de Souza Almeida.

Coorientação: Prof. Dr. Iális Cavalcante de Paula Júnior.

1. Mercado. 2. Jogos para smartphones. 3. Nordeste brasileiro. I. Título.

CDD 621.39

HELIO SABOIA PASCHOAL VASCONCELOS

O MERCADO BRASILEIRO PARA JOGOS EM CELULARES SMARTPHONES
NA REGIÃO NORDESTE

Monografia apresentada ao Curso de Engenharia da Computação da Universidade Federal do Ceará, *Campus* Sobral, como requisito parcial para obtenção do Grau de Bacharel em Engenharia da Computação.

Aprovada em: ___/___/_____.

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Dra. Cleycianne de Sousa Almeida (Orientadora)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dr. Iális Cavalcante de Paula Júnior (Coorientador)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Me. Joseph Soares Alcântara
Universidade Federal do Ceará (UFC)

A Deus.

À toda minha família e amigos.

AGRADECIMENTOS

A meus orientadores Prof^a Dra. Cleycianne de Sousa Almeida e Prof. Dr. Iális Cavalcante de Paula Júnior pelas excelentes orientações e que tornaram possível o desenvolver deste trabalho.

A todos os professores que desde o início me inspirarão e assim me fizeram buscar nunca desanimar mediante as dificuldades.

Às minhas, mãe Eliane Sabóia Pascoal e avó Maria Lirêda Sabóia da Silva, por sempre serem exemplos de dedicação e superação em toda minha vida.

Aos professores participantes da banca examinadora Cleycianne de Sousa Almeida, Iális Cavalcante de Paula Júnior e Joseph Soares Alcântara pelo tempo, pelas vitórias, colaborações e sugestões.

Aos profissionais entrevistados Daniel Valente, Daniel Fernandes, Jessé Oliveira, Cairo Gouveia, Rubem Medeiros, Pedro Henrique Ramos Macêdo, Caio Fonseca e Rafael Rios, pelo tempo concedido nas entrevistas, paciência e entusiasmo.

Aos meus amigos e colegas de turma de graduação e demais, pelas ótimas experiências, conhecimentos compartilhados, frustrações e alegrias divididas, reflexões, críticas e sugestões recebidas. O apoio de vocês nunca será esquecido.

RESUMO

O presente trabalho abordou uma análise do mercado brasileiro para jogos em celulares smartphone na região Nordeste do país, visto que esta vinha apresentando crescimento nos últimos anos. Tratou-se de utilizar uma pesquisa exploratória, descritiva e bibliográfica, pois caracterizava um tipo de trabalho onde o entrevistador buscava entender mais do assunto, através de um questionário levantado sobre uma busca por materiais acadêmicos com o intuito de se obter mais informações acerca do assunto. Além disso, a entrevista foi do tipo qualitativa, com o objetivo de se compreender o assunto de forma flexível e dinâmica, não ocorrendo fuga do tema proposto. A metodologia utilizada foi entrevista como forma de comunicação com alguns empresários do ramo em que foi constatada pelo leitor a eficácia de se conhecer o ambiente de jogos eletrônicos mediante o cenário econômico regional e assim orientar aqueles que irão seguir a carreira de empreendimento neste setor. A forma de obtenção dos dados foi uma conversa formal com o entrevistado, em que das mensagens trocadas com o mesmo eram armazenadas no aplicativo que foi utilizado como meio de comunicação. O representante de cada empresa era comunicado através de redes sociais sobre o convite de entrevista e decidiu se participaria ou não. Portanto, foi observado que todas as empresas passaram por dificuldades, inicialmente, pois o retorno financeiro não era imediato, mas seguiram trabalhando arduamente de forma que alcançaram a posição de destaque que estavam durante a elaboração deste trabalho. Poderia se notar também que não era necessário possuir cursos de graduação para ingressar no ramo, bastavam somente empenho e conhecimentos prévios sobre desenvolvimento de jogos. Foi constatado, inclusive, que essas empresas investiram em uma maior abrangência no quesito de produção de jogos, colaborando para uma difusão do assunto em suas regiões e observaram que instituições de ensino estavam estimulando seus alunos a seguirem esse ramo profissional.

Palavras-chave: Mercado. Jogos para smartphones. Nordeste.

ABSTRACT

The present work addressed an analysis of the Brazilian market for games in smartphone handsets in the Northeast region of the country, since it has been showing growth in recent years. An exploratory, descriptive and bibliographical research was used because it characterized a type of work where the interviewer sought to understand more of the subject, through a questionnaire raised about a search for academic materials in order to obtain more information about the subject. In addition, the interview was of the qualitative type, with the purpose of understanding the subject in a flexible and dynamic way, not taking place the proposed theme. The methodology used was interview as a form of communication with some businessmen in the industry where the reader was verified by the effectiveness of knowing the electronic gaming environment through the regional economic scenario and thus guide those who will follow the career of entrepreneurship in this sector. The form of obtaining the data was a formal conversation with the interviewee, in which the messages exchanged with him were stored in the application that was used as a means of communication. The representative of each company was communicated through social networks about the interview invitation and decided whether or not to participate. Therefore, it was observed that all the companies had difficulties, initially, because the financial return was not immediate, but they continued to work hard so that they reached the prominent position that they were during the elaboration of this work. It could also be noted that it was not necessary to have undergraduate courses to enter the branch, it was enough only commitment and previous knowledge on game development. It was also observed that these companies invested in a wider scope in the production of games, collaborating to spread the subject in their regions and observed that educational institutions were encouraging their students to follow this professional branch.

Keywords: Market. Games for smartphones. Northeast.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

UFC	Universidade Federal do Ceará
UECE	Universidade Estadual do Ceará
UFPE	Universidade Federal de Pernambuco
UNIFOR	Universidade de Fortaleza
UNIFACISA	Centro Universitário Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas
UNIPÊ	Centro Universitário de João Pessoa
UNICAP	Universidade Católica de Pernambuco
UNEB	Universidade Estadual da Bahia
FUNCAP	Fundação Cearense de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico
INTERCOM	Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
RPG	<i>Role Playing Games</i>
3G	Terceira Geração
PC	Computador
FSA	Fundo Sensorial Audiovisual
ANCINE	Agência Nacional de Cinema
TED	<i>Technology, Entertainment, Design</i>
CEO	<i>Chief Executive Officer</i>
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	3
1.1	OBJETIVOS	4
1.1.1	Objetivo geral.....	4
1.1.2	Objetivos específicos.....	4
1.2	JUSTIFICATIVAS.....	4
2	REVISÃO BIBLIOGRÁFICA.....	5
2.1	Importância dos avanços tecnológicos.....	5
2.2	O mercado de <i>games</i> no Brasil.....	6
2.2.1	Conceitos.....	6
2.2.2	Classificação dos <i>games</i>	7
2.2.3	Jogos para <i>smartphones</i>	10
2.3	Empresas no ramo	12
2.3.1	Astrum Games.....	13
2.3.2	Valente Studio.....	14
2.3.3	Fan Studios.....	14
2.3.4	Integral Games	15
2.3.5	Narsvera	16
2.3.6	Anta Games.....	17
2.3.7	Cactus Game Studios	18
2.3.8	Black JAK Studios	18
3	METODOLOGIA	19
3.1	Classificação da pesquisa.....	19
3.2	Coleta de dados	21
4	ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	22
6.1	Straum Games	22
6.2	Valente Studio.....	26
6.3	Fan Studio	29
6.4	Integral Games	32
6.5	Narsvera	34
6.6	Anta Games.....	37
6.7	Cactus Game Studios	40
6.8	Black JAK Studios	44

5	CONCLUSÃO	48
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	50
	APÊNDICE A	54

1. INTRODUÇÃO

O mundo passa por constantes avanços tecnológicos. Nesse contexto, o ser humano acabou evoluindo juntamente com as referidas transformações, mesmo sem perceber. No entanto, os avanços tecnológicos no âmbito de aparelhos eletrônicos observados na última década se mostraram muito diferentes daqueles vistos em momentos anteriores. A diferença era que agora se tinha um contato bem maior com a tecnologia do que antigamente, visto que seu acesso era mais restrito a uma parte da população. Ademais, levando para o contexto prático desses prosseguimentos, invenções, descobertas e projetos atuais voltados para a área tecnológica foram observados em todos os lugares a todo o tempo, e crescem diariamente.

Verificou-se, então, que esse campo está bastante presente no cotidiano das pessoas e empresas em geral. Além disso, demonstrou ser uma área que há muito a ser explorada, devendo-se voltar a atenção para a mesma. Nesse contexto, poderia se mencionar, como um exemplo de área a ser mais notada e investida, o mercado de jogos para *smartphones* no Brasil. De uma maneira geral, isso tem motivado muitas pessoas a se dedicarem a este campo, surgindo inclusive novas empresas. No caso do Nordeste, a região tem apresentado um avanço crescente nesse setor durante os últimos anos, justificando uma maior atenção para ele¹.

Tendo em vista a grande abrangência desses jogos em todos os lugares, surgiu a necessidade de estudar não somente os *games* em si, mas também a forma como eles vinham movimentando a economia do Brasil, através de um maior giro de capital em suas regiões.

Atualmente, existem diversas empresas no Brasil com o intuito não somente de desenvolvimento de jogos eletrônicos, mas também da comercialização desses, bem como a organização de palestras, minicursos, oficinas, eventos e busca de parcerias com universidades, pequenas empresas, grupos e comunidades com o mesmo propósito.

¹Disponível em:<<http://www.tinordeste.com/editorial/materia-de-capa/mercado-de-games-esta-em-alta-nordeste-e-atraiu-atencao-de-investidores>> Acesso em 18 de Maio de 2017.

Tudo isso para promover a divulgação e o crescimento do setor, gerando uma contribuição econômica por parte das empresas participantes.

Estudos dessa natureza eram importantes para mostrar os avanços, as oportunidades e os desafios desse mercado, o qual se mostra muito promissor atualmente e no futuro. Com a venda desses jogos, haverá disseminação de conhecimento, bem como a movimentação de investimentos ao setor como um todo.

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo geral

Análise do mercado de jogos eletrônicos para *smartphones* no Brasil a partir das empresas nordestinas.

1.1.2 Objetivos específicos

- Mostrar uma breve análise do mercado de jogos eletrônicos no Brasil;
- Identificar as empresas atuantes no Nordeste.

1.2 JUSTIFICATIVAS

A relevância desse estudo consistiu da necessidade de apresentar a importância do setor de jogos eletrônicos para *smartphones* no Brasil, destacando a participação da região Nordeste nesse segmento. Segundo a literatura, este ramo de atividade surgiu a partir do aparecimento de ideias simples, bem como de incentivos governamentais ou mesmo de empresas privadas.

Atualmente, de uma maneira geral, percebeu-se um crescimento significativo do setor, podendo produzir transformações importantes na área tecnológica e econômicas. Um exemplo deste aumento era o estado de Pernambuco, onde abrigava um número de 10 empresas desse cunho, representando 6,71% de empresas num contexto nacional, segundo a revista TI Nordeste¹.

O mesmo estado poderia ainda ser destacado pela presença do chamado Porto Digital, um polo industrial e tecnológico que abrigava em torno de 267 empresas

e instituições embarcadas, ou seja, de ensino e empreendedoras que promoviam um avanço enorme na região².

Portanto, um conjunto de mecanismos poderia ser estimulado, pois movimentaria o capital na região, contribuindo para uma melhor movimentação financeira, crescimento de investimentos nacionais e internacionais, criando profissionais capacitados, dentre outros. Como já vinha sendo observado na região Nordeste, empresas voltadas para desenvolvimentos de jogos para celulares faturaram em 2013 cerca de 240 mil reais³.

Deste modo, esse trabalho mostrará de forma sucinta à finalidade, agrupamento, colaboração, interesses e trabalhos das empresas do ramo, os projetos atuais e ambições para que o leitor compreenda como funciona esse mercado empreendedor.

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

2.1 Importância dos avanços tecnológicos

O desenvolvimento de tecnologias voltadas para a evolução do Homem moderno avançou ao longo da história da sociedade intrinsecamente relacionada à Revolução Industrial. A tecnologia surgiu da prática da ciência que já existia em tempos mais remotos. Segundo Miranda (2002, p.51), a tecnologia moderna nasceu quando a ciência, a partir do Renascimento, aliou-se à técnica, com o fim de promover a junção entre a teoria e a prática.

Nesse contexto, Bastos (1998, p.13) afirmou que a tecnologia era um modo de produção, o qual utiliza todos os instrumentos, invenções e artifícios. Tratava-se, portanto, de uma maneira de organizar e perpetuar as vinculações sociais no campo das forças produtivas. Dessa forma, a tecnologia representava uma forma de produção advinda da prática da ciência, que vinha se adequando ao longo do tempo às necessidades da sociedade. Ademais, a tecnologia vinha conquistando limites territoriais.

² Disponível em: < <http://www.portodigital.org/capital-humano/perfil-do-capital-humano> > Acesso em 27 de Agosto de 2017.

³ Disponível em: < <http://www.tinordeste.com/editorial/materia-de-capa/mercado-de-games-esta-em-alta-nordeste-e-atrai-atencao-de-investidores> > Acesso em 27 de Agosto de 2017.

No caso específico dos dispositivos móveis, segundo um estudo realizado para a Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (2007), tratava-se de um segmento em destaque com a adoção em massa dos celulares como meios de comunicação e evolução das capacidades de processamento e armazenamento.

Conforme o mesmo estudo, percebeu-se que os celulares estavam cada vez mais presentes como uma das possibilidades de atuação profissional no mercado, facilitava a comunicação e levava informação a seu usuário. Isto é observado cada vez mais atualmente.

Ainda conforme o referido estudo, cabia levar em consideração o enfoque do mercado financeiro do ano de 2007 para a necessidade de uma atenção maior para esse ramo de atividade. Nesse período, as pessoas já estavam se preocupando em como o avanço tecnológico da época passaria a mudar suas realidades e de que forma poderiam tirar seu sustento financeiro disso.

Percebeu-se, portanto, que mesmo há dez anos a preocupação com a chegada de novas tecnologias impactava diretamente sobre esse mercado sofisticado. A necessidade de mão de obra qualificada e a busca por equipamentos mais recentes incentivaram pessoas e empresas a se adequarem a essa realidade.

2.2 O mercado de *games* no Brasil

2.2.1 Conceitos

Determinar somente um conceito para jogos eletrônicos era uma tarefa árdua e demandava muito tempo (Salen e Zimmerman, 2003). Isso porque havia muitos conceitos diferentes no qual a palavra jogo se inseria. Por exemplo, jogo poderia representar diversão para alguns usuários, por outro lado, poderia significar cultura para aqueles que estudam sobre o assunto. Em virtude disso, foram dispostos alguns conceitos evidenciados ao longo da pesquisa.

Desta forma, Huizinga (2003, p.2), abordou que a ideia de jogo era um termo muito primitivo, que não estava atrelado a conceitos culturais, pois o mesmo poderia ser observado até mesmo em animais. O autor evidenciou que nos caninos, por exemplo, o conceito de jogo era constatado a partir do momento em que decidiam disputar por alguma coisa, como um alimento ou território.

De acordo com Abt (2003), um jogo era uma atividade entre dois ou mais tomadores de decisão independentes visando atingir seus objetivos dentro de um contexto limitado.

Ainda segundo Huizinga (2003, p.256), propõe que o jogo poderia ser definido como uma atividade lúdica muito mais ampla do que se pudesse perceber em sua ação, seria ainda um ato voluntário de “saída” da vida real, limitado por suas devidas circunstâncias, onde tempo e espaço eram limitantes, ou seja, a pessoa teria um tipo de fuga da vida real, porém sem necessariamente se deslocar.

Desta forma, concluiu-se que foi colocado ainda pelo autor que o jogo adiciona tensão ao jogador em forma de acaso e incerteza, onde não se poderia conhecer o desfecho da história. Assim, percebeu-se o quão extenso pode ser o conceito de jogo.

Em outro ponto, Juul (2005) evidenciou que os jogos poderiam ser conceituados em dois grupos diferentes, dependendo da forma como seus desafios eram apresentados a seus jogadores: jogos emergentes e jogos progressivos. Os primeiros eram apresentados na forma de um pequeno número de regras. À medida que o jogo seguia e, portanto, seguindo as regras, os jogadores precisavam criar estratégias específicas. Já os progressivos caracterizavam-se por apresentarem seus objetivos de forma que os jogadores precisavam realizar uma sequência de ações para alcançá-las.

Logo, percebeu-se que independente da época ou do lugar, os jogos eram definidos basicamente da mesma forma, ou seja, um ambiente onde o sujeito jogador se deparava com situações em que era preciso realizar certas ações para chegar a um objetivo. Essas ações poderiam ser simples, como correr, andar ou falar com outro jogador, como também mais complexas como ter que conquistar territórios em batalhas. De toda forma, querer definir um jogo não era uma tarefa fácil, por seu significado ser muito abrangente, mas se torna possível observá-lo.

2.2.2 Classificação dos *games*

Classificar jogos era um processo muito extenso por conta dos vários tipos de jogos onde os autores catalogavam de maneiras diferentes, isso variava muito de autor para autor.

Um exemplo disso foi Crawford (1984), que determinou que jogos eram classificados pela união de quatro conceitos fundamentais: representação, interação,

conflito e segurança. Em que representava a realidade, interação da realidade com o jogador, o conflito que poderia ser originado entre jogador e obstáculos para atingir objetivos e segurança era referente aos perigos enfrentados pelo jogador no ambiente do jogo.

Por sua vez, Ferreira (2003) classificou os jogos como: jogos com grande número de participantes, com pequeno número de participantes, de revezamento, aquáticos, sensoriais e sociais de mesa. A autora trouxe aí uma classificação um pouco mais atual.

No entanto, Caillois (1994), separou-os da seguinte forma: jogos de azar, competição, imitação e de vertigem, este último tratava-se de que o jogador giraria rapidamente seu corpo até ficar tonto. Mostrou até então uma classificação bem diferente das vistas até o momento da pesquisa.

Ainda segundo Crawford (1984), de uma maneira geral, um jogo poderia estar entre uma das seguintes classificações: jogos de tabuleiro, de cartas, de atletismo, infantis e jogos de computador.

Gilliard (2013) fez uma extensa classificação dos jogos. Para esse autor, os jogos deveriam ser classificados para que se pudesse criar uma identidade entre jogos semelhantes. Isso permitia visualizar as peculiaridades de cada classe de jogos e reconhecer a originalidade dos jogos que introduziam novas classes. Essas últimas eram entendidas como as subdivisões que podem existir em um jogo.

Conforme o mesmo autor, os critérios de classificação eram: por dimensionalidade, por ponto de vista, por gênero e por número de jogadores, estes eram definidos e caracterizados a seguir.

(i) O critério de dimensionalidade era determinado pelo número de dimensões no qual o jogo se expressava. Assim, os *games* poderiam ser apresentados em duas dimensões (2D) ou no plano R^2 , ou em três dimensões (3D) no plano R^3 .

(ii) Com relação ao ponto de vista, considerava-se a perspectiva na qual a apresentação gráfica do *game* era observada pelo jogador, em relação ao personagem por ele controlado. Assim, podia se dividir em primeira ou terceira pessoa. Em primeira pessoa, o jogador observava o jogo pelo ponto de vista do próprio personagem. Em outras

palavras, seria como se o indivíduo atuasse no próprio corpo. Essa característica contribuiu muito para a identificação do jogador com o personagem. Já em terceira pessoa, o jogador era apresentado a um ponto de vista diferente do seu, podendo observar o personagem que controla por vários ângulos.

(iii) O critério de gênero era aquele que agrupa os jogos com características semelhantes. Como em alguns havia uma grande variedade, houve a necessidade de uma divisão em subgrupos. Portanto, os gêneros podiam ser divididos em: ação, aventura, estratégia, RPG, esporte, simulação, tabuleiro e quebra-cabeças.

(iv) O último critério era o de número de jogadores, que considerava o máximo de jogadores possíveis simultaneamente em uma partida de jogo. Esse poderia ser subdividido em *single player*, ou seja, apenas um jogador, *multiplayer* que poderia ser até dezenas de jogadores cooperando entre si ou competindo, ou também *massivemultiplayer* que teriam até centenas de jogadores, mais comuns em RPG's.

Ainda sobre o critério de gênero, podia se considerar os seguintes aspectos:

(a) Os jogos de ação tinham como característica principal exigir uma habilidade do jogador com controles e comandos. Envolviam ações de curta duração e atividades de causa e efeito, ou seja, assim que o personagem praticava determinada ação, já era apresentado o preço relacionado. Subdividia-se em jogos de tiro (*shooters*) e jogos de plataforma.

(b) Nos jogos de tiro, em geral, o personagem utilizava armas e violência para atingir seus objetivos. Já os jogos de plataforma tinha o jogador atingindo seus objetivos através de ações que requeriam precisão com controles como, por exemplo, saltar e desviar de obstáculos.

(c) Os jogos de aventura, por sua vez, não exigiam grandes habilidades com controles, mas sim, ações bem pensadas, diálogos extensos e uso de itens apropriados para cada situação. Estimulavam a exploração exaustiva de cada cena do jogo, de tal forma que o personagem pudesse muitas vezes ter que percorrer boa parte do cenário para poder atingir o objetivo.

(d) Em jogos de estratégia, cada jogador tinha uma base para controlar, essas bases possuíam suas estruturas e instalações, regidas geralmente por exércitos de unidades de

personagens que atendiam ao comando do jogador. Venceria o indivíduo que demonstrasse sua supremacia, através do desenvolvimento de sua base ou da destruição ou conquista da base adversária. Esse tipo de *game* estimulava o raciocínio tático e o emprego de estratégias de combate. São subdivididos em estratégias baseadas em turnos, em que cada jogador tinha sua vez de jogar, ou em tempo real, que não havia uma divisão de tempo, todos jogavam simultaneamente.

(e) *Role Playing Games* (RPG) eram caracterizados pelo desenvolvimento gradativo do personagem. Esses últimos avançavam em níveis através da aquisição de experiência, executando combates ou resolvendo problemas. Geralmente envolviam uma linha cronológica de história principal, com problemas que permitem diversas soluções, possuíam também objetivos secundários, como completar missões paralelamente às suas principais atividades. O diálogo e a interação com outros jogadores eram importantes para o desenvolvimento do personagem que às vezes era apresentado a tarefas em que precisava da ajuda de mais de um jogador.

(f) Os jogos de esporte objetivavam simular partidas ou competições de algum tipo de esporte. Geralmente seguiam bem as indicações das regras da modalidade. Os jogos de simulação buscavam simular, de maneira realística, operações em equipamentos técnicos ou veículos complexos.

(g) Já os de tabuleiro, eram os jogos de tabuleiro tradicionais, como dama, xadrez ou gamão.

(h) Os de quebra-cabeças eram jogos que envolvem problemas de raciocínio e lógica.

Como foi constatado, existiam diversos tipos de classificação de jogos, o que torna inviável apresentar todos os tipos, pois haveria incontáveis divisões do mesmo contexto da palavra. Portanto, foram apresentados apenas algumas categorizações encontradas.

2.2.3 Jogos para *smartphones*

Com a iminência de novas tecnologias, destacou-se o uso destas em *smartphones*. Estes vieram à tona com a criação da tecnologia de terceira geração (3G), significou uma enorme mudança em tudo que já se havia entendido por tecnologia de

ponta, pois as novidades que se percebiam naquele aparelho eram desconhecidas até então. (BATISTA, 2011)

O *smartphone* surgiu da combinação entre celulares e agendas eletrônicas. Possuíam maiores recursos que os celulares ditos mais simples, seu sistema operacional era desenvolvido em código aberto, em celulares como *Windows Phone*, o mesmo não se aplicava a aparelhos desenvolvidos pela empresa *Apple*, que significava que qualquer pessoa poderia ser possuidora de uma licença para design ou desenvolvimento de um produto, podendo ser distribuído para qualquer outra pessoa para correção ou alteração sem precisar de uma nova licença. (BATISTA, 2011)

No geral, o uso de aparelhos como *smartphones* e *tablets* teria aumentado a cada dia, sendo usados como ferramentas de trabalho, lazer e comunicação. O primeiro era um telefone celular com funcionalidades avançadas que, podem ser estendidas, através de programas e aplicações executadas por intermédio do seu sistema operacional. (BRAZ, 2012).

Por sua vez, o *tablet*, segundo Pozzebon (2011), afirmou que era um computador em forma de prancheta, porém possui algumas diferenças, como exemplo, o teclado, que não era físico. Este estava presente de forma virtual. Contudo, possuía as mesmas funções de um computador.

Nesse contexto, vinha a necessidade de tomar o enfoque para os jogos para os aparelhos citados anteriormente, pois estavam também muito presentes no cotidiano das pessoas. O jogo *mobile*, aquele desenvolvido para os dois aparelhos supracitados aqui, era uma forma de entretenimento que atinge uma quantidade e variedade de consumidores cada vez maior no mundo (BRAZ, 2012).

Em 2013, cerca de 1 bilhão e 330 milhões de jogadores geraram mais de 17 bilhões de dólares, o que representou 23% do mercado global de jogos eletrônicos para *smartphones* e *tablets*. Esse setor do mercado era o segmento que mais crescia. O Instituto de Pesquisas de *games* Newzoo estimou que essa parcela alcançaria 34% em 2017, com uma receita anual de 35 bilhões de dólares (aproximadamente 114 bilhões de reais, na cotação atual) e 1 bilhão e 820 milhões de jogadores⁴.

⁴ Disponível em: <<http://puc-riodigital.com.puc-rio.br/media/Ecletica%2039%2020-27.pdf>> Acesso em 18 de Maio de 2017.

Tratava-se de um ramo em expansão. Em dezembro de 2016, por exemplo, a ANCINE (Agência Nacional de Cinema) lançou um edital de financiamento para produção de jogos eletrônicos e recebeu 123 propostas, das quais 87 foram habilitadas. Foram investidos R\$ 10 milhões do Fundo Setorial Audiovisual (FSA) para produção de 24 jogos⁵.

Com o sucesso da primeira edição deste financiamento e tendo em vista que este foi um ramo que ainda pode ser muito explorado, a mesma agência citada anteriormente abriu novo edital para 2017.

Em Maio deste ano, mais empresas se dispuseram a se inscrever para mais esta oportunidade. A novidade para a edição deste ano foi que dos fundos arrecadados com as inscrições, 30% foram destinados para recursos relacionados à tecnologia para o Nordeste, Norte e Centro-Oeste e 10% para as regiões: Sul, estados de Minas Gerais e Espírito Santo⁶. Portanto, o Governo segue apostando em tecnologia e investindo em estados que tivessem apresentado crescimento e pudessem trazer muitas vantagens à própria região e ao país, conseqüentemente.

2.3 Empresas no ramo

No Brasil existem muitas empresas que produzem jogos para comercialização. Em geral, surgiram de ideias que seus integrantes tiveram de agrupar seus conhecimentos nos assuntos relacionados à tecnologia de jogos com a oportunidade de vender esses resultados para vários fins, com a finalidade de crescimento próprio.

A região Nordeste possui algumas dessas empresas, das quais este estudo explorará brevemente no item seguinte. Evidentemente, não foi possível fazer um apurado de todas as empresas desse cunho, por serem em grande número. Dessa forma, foram citadas algumas que se destacaram por sua abrangência em seus territórios municipais.

Outro motivo escolhido para a seleção das empresas foi a constatação de informações contidas em um *site* disponível na *internet* que continha dados sobre empresas mapeadas em território nacional. Este foi desenvolvido por um Doutor em

⁵ Disponível em: <<https://goo.gl/1G3589>> Acesso em 18 de Maio de 2017.

⁶ Disponível em: <<https://goo.gl/qpmrww>> Acesso em 20 de Outubro de 2017.

Computação Quântica, Raphael Dias, que decidiu criar uma página na *web*, onde desenvolvedores de jogos pudessem se reunir e criar encontros com o objetivo de agregar conhecimentos.

No mapa denominado de “Mapa da Indústria de Jogos”, o visitante poderia ter uma ideia de quantas empresas de jogos registradas no *site* havia em cada estado nacional, formas de contato com a empresa e um recurso do *Google* de “Como chegar?”, onde se poderia traçar rota entre a localização atual da pessoa e o local em que a empresa estava situada. Além disso, havia vários fóruns sobre eventos para desenvolvedores, artigos, enquetes e orientações, tudo relacionado à *games*.

Existiam, contudo, outros *sites* que dispõem de mapas de empresas de jogos em território nacional, porém nenhum deles era tão completo, com relação ao conteúdo, e atualizado quanto este citado anteriormente.

2.3.1 Astrum Games

Segundo o site da empresa, seus colaboradores divulgaram que trabalham remotamente em Fortaleza e São Paulo. Foi fundada em Maio de 2016 por amizades iniciadas na internet e almejavam algo em comum, desenvolver jogos atraentes e viciantes. Após conseguirem se formar nos seus cursos de graduação, fundaram a entidade desenvolvedora de jogos que leva o nome Astrum⁷.

Seu objetivo seria desenvolver jogos independentes, ou seja, jogos criados por um pequeno grupo de pessoas com ou sem incentivos financeiros de terceiros, conhecidos também como *indie games*. Seu primeiro *game* publicado, o *High Five* o garantiu como campeões na II Amostra de Jogos Cearenses em 2016.

Até o momento da pesquisa realizada, sua página na rede social *Facebook*⁸ possuía 171 pessoas seguindo suas postagens e acompanhando seus projetos. Podia-se perceber que já era um número um pouco reduzido comparado à anterior, porém, não se tinha informação de quantas pessoas acompanhavam seus trabalhos pelo *site*. Este último possuía idioma em inglês para facilitar a comunicação com clientes do mercado exterior.

⁷ Disponível em: < <http://astrumgames.com/pt/> > Acesso em 30 de Outubro de 2017.

⁸ Disponível em: < <https://www.facebook.com/AstrumGamesDev/> > Acesso em 30 de Outubro de 2017.

2.3.2 Valente Studio

Essa empresa é um estúdio de games e aplicativos, com sede em Fortaleza. Possuía uma experiência de três anos nesse ramo e já agrega várias parcerias. Esta se iniciou da necessidade que os integrantes tinham de trazer o mundo virtual para a realidade.

Com uma visão mais futurista, o coordenador da Escola de Artes e Computação Gráfica *Art&Cia*, situada em Fortaleza, começou a pensar em uma maneira de entrar nessa área. Em 2010, criou vários cursos voltados para a criação de jogos eletrônicos. Durante esse tempo, apareceu a oportunidade de agregar um desenvolvedor na equipe. O fundador é Daniel Valente, daí o nome da empresa, formando a chamada Valente Studio⁹, que já produziu vários jogos e tem projetos para um portal de São Paulo.

Possuem não somente jogos em suas criações, mas também aplicativos interativos em que o fizeram para a empresa de bebidas *Pepsi*, aplicativos para parques de entretenimento como o *Beach Park*, *serious games* (jogos com objetivos de educar ou instruir o jogador acerca de algum conhecimento), *advergames* (jogos utilizados como parte integrante em treinamentos e capacitações de profissionais para empresas), apartamentos virtuais com adaptação para construtoras, simulação de ambientes externos e atualmente estão produzindo aplicativos médicos para interação.

Sua colaboração para a economia nordestina viria dos serviços prestados à todas as empresas para as quais esta tem parceria, não somente por isso mas também no incentivo dos integrante em motivar pessoas que não conheciam o assunto a irem atrás de literaturas básicas e começarem cursos na área.

Essa empresa, em sua página no *Facebook*¹⁰ possuía 3.577 pessoas seguindo suas postagens, sendo então a empresa de maior número de acompanhantes entre os grupos avaliados neste trabalho.

2.3.3 Fan Studios

Fundada em 2010, a FanStudios¹¹ também seria uma empresa voltada para o desenvolvimento de jogos e aplicativos com sede em Fortaleza. Tinha como objetivos

⁹ Disponível em: <<http://www.valentestudio.com.br/?lang=pt>> Acesso em 18 de Maio de 2017.

¹⁰ Disponível em: <<https://www.facebook.com/ValenteStudio/>> Acesso em 18 de Maio de 2017.

inovar e evoluir seus projetos, sempre deixando o cliente ciente de suas integridade, honestidade e respeito.

Esta empresa possuía diversos clientes, dentre eles, destacam-se a TED Fortaleza, *Trident*, *Rihappy*, *North Shopping*, Sistema Ari de Sá (SAS) TV, Prefeitura de Fortaleza e Governo do Estado do Ceará.

Em seu *website*, a empresa não deixou evidentes seus planos para o futuro, porém, na descrição de seus valores, informava que desde a fundação, vinha trabalhando para evoluir tanto individualmente como em equipe. No entanto, isso não era uma garantia de que sejam planos futurísticos para o grupo, mas se podia perceber que tem perspectivas de continuar no mercado dessa data em diante.

Em sua página no *Facebook*¹², a equipe possuía 2.808 pessoas que seguiam suas publicações e novidades, sendo assim a segunda mais acompanhada pela comunidade de jogadores e simpatizantes desta área em estudo nesse trabalho.

2.3.4 Integral Games

Em 2015 a *Integral Games* começou como uma locadora de *videogames*, situada em Fortaleza/CE. Atualmente ainda não estavam consolidados como empresa e ainda trabalhavam com o aluguel de jogos, mas nos tempos livres se dedicavam ao desenvolvimento de *games*. Contudo, a renda de desenvolvimento de jogos não era bem remunerada a ponto de deixarem outros trabalhos para focarem somente na criação de seus projetos, por este motivo não puderam deixar de trabalhar com locação de jogos.

A ideia começou quando o proprietário possuía com um *hobby* ou atividade de entretenimento, querendo desde o início, desenvolver algum jogo. Porém, com contratempos como a cidade onde residia não possuía todos os requisitos necessários para que pudesse dar início a um curso que o preparasse para este ramo ficava difícil.

Com o passar do tempo, aproveitando cursos gratuitos disponibilizados na internet para pessoas que queriam aprender a criar *games*, o proprietário se dispôs a cursar e entender como tudo sobre desenvolvimento funcionava. A priori, fez uma versão bem primitiva de *Minecraft*, um jogo que faz muito sucesso atualmente em que o usuário poderia construir, batalhar e explorar um mundo composto por blocos. A partir

¹¹ Disponível em:< <http://www.fanstudios.com.br/#/home>> Acesso em 18 de Maio de 2017.

¹² Disponível em:<<https://www.facebook.com/FanStudios/>> Acesso em 18 de Maio de 2017.

daí o mesmo foi aperfeiçoando seus conhecimentos até decidir desenvolver seus próprios projetos.

Em sua página no *Facebook*¹³, o grupo possuía atualmente 170 pessoas que seguiam suas publicações. Portanto, quase equiparada, em termos numéricos, a uma das empresas já citadas neste trabalho.

2.3.5 Narsvera

Essa empresa, situada em Campina Grande/PB, possuía uma história um pouco diferente das demais, já começando pelo nome. Este foi dado ao grupo quando em meio ao ramo de jogos, um jogador questiona ao outro sobre como seria uma determinada partida, se era de forma descontraída ou mais séria, esta última expressão, na linguagem coloquial poderia ser compreendida como “na vera”, denotando que o usuário estaria disposto a levar a partida a sério. Ao final do nome, se poderia perceber a presença das letras “ARS” que significam uma abreviação da palavra arte. Concatenando-se o nome, entende-se que seria uma “arte na vera” ou arte levada a sério.

Em sua página no *Facebook*, não se encontrou a denominação Narsvera, mas sim Lampião Verde, este seria o personagem que deu origem ao grupo até então, uma figura presente na *internet* que mesclava visualmente a aparência de um lampião, figura emblemática do sertão nordestino e um herói dos quadrinhos, o lanterna verde. A equipe foi contratada para desenvolver um jogo para uma banda musical, neste havia vários personagens desbloqueáveis como paródia de heróis. Contudo, o projeto foi cancelado pela banda.

Insatisfeitos com o ocorrido, o grupo decidiu fazer um vídeo com o personagem usado por eles, o Lampião Verde, sem compromisso algum, o objetivo era verificar como seria a reação do público ao se deparar com um jogo que envolvesse tal figura. Desta forma, o sucesso do vídeo foi grande, estando presente até no *site* Legião de Heróis, conhecido por trazer aos visitantes notícias sobre filmes, séries, *animes* e quadrinhos.

¹³ Disponível em: < <https://www.facebook.com/Integralgamesvilauniao/> > Acesso em 30 de Outubro de 2017.

Atualmente o jogo era chamado de Sertão Profundo, pois não se tratava de somente de um personagem, mas sim de um universo no qual estavam dispostos vários outros personagens. Sertão Profundo estaria relacionado à expressão de um cantor local, Elomar, que afirmava não haver somente o sertão das secas, mazelas e fome, mas também um sertão marcado pela cultura e poesia, este perfil territorial foi o selecionado.

Em sua página no *Facebook*¹⁴, a Narsvera, disponível como Lampião Verde possuía 8.857 pessoas que seguiam suas publicações e novidades sobre o universo supracitado, sendo assim a empresa mais acompanhada pela comunidade de jogadores e simpatizantes desta área em estudo nesse trabalho. Seu *website*¹⁵ ainda não estava funcionando, mas estariam trabalhando para que fique pronto em breve.

2.3.6 Anta Games

Fundada em Novembro 2015, situada em Caruaru/PE, a empresa foi originada, com o objetivo de entender melhor sobre o mercado de jogos para smartphones, mais especificamente, *androids*. Portanto, a criação da empresa surgiu como um teste de como seria o mercado para o primeiro jogo do grupo e uma experiência prática de como era o mercado de *games* naquelas condições.

Com os resultados obtidos pela equipe depois do lançamento do primeiro projeto, puderam fazer as devidas correções mediante as opiniões adquiridas dos jogadores e assim trabalhar sobre uma ideia maior, consolidar do que veio a ser a Anta Games.

Porém, toda a equipe tinha que pausar suas atividades durante um período e só retomaram em 2017, o motivo da pausa foi porque estavam engajados em uma empresa primitiva do Porto Digital, entendia-se que era ali a primeira filial deste polo tecnológico, a “Armazém da Criatividade”. E então as atividades passaram a demandar mais tempo, pois não havia como estar presente em duas empresas diferentes.

Em sua página no *Facebook*¹⁶, a Anta Games possuía 117 pessoas que seguiam suas publicações e não tinham *website* até o momento da realização da pesquisa na qual este trabalho foi regido.

¹⁴ Disponível em: < <https://www.facebook.com/lampiaooverdegame/> > Acesso em 30 de Outubro de 2017.

¹⁵ Disponível em: < <http://narsvera.com/> > Acesso em 30 de Outubro de 2017.

¹⁶ Disponível em: < <https://www.facebook.com/AntaGames/> > Acesso em 30 de Outubro de 2017.

2.3.7 Cactus Game Studios

Em 2015 deram início aos encontros para amadurecimento de uma ideia que viria a ser a empresa, em 2016 começaram a trabalhar no primeiro projeto e tornaram-se empresa pública recentemente, em Janeiro de 2017. Definiam-se como uma pequena equipe de jovens que objetivavam desenvolver jogos incríveis e divertidos para que fossem jogados na companhia de amigos. Sua sede seria situada em Recife/PE.

Esta equipe contava com a experiência de dois membros que fizeram o programa Ciências Sem Fronteiras no Canadá. Durante este período, os futuros membros perceberam que tinham o apreço por desenvolvimento de jogos em comum e ambos almejavam trabalhar com neste ramo. Ao fim do programa no Canadá, em um encontro no Brasil e reuniram mais duas pessoas para dar origem à Cactus¹⁷.

Em seu *website*, o visitante poderia conhecer mais sobre a equipe, meios de comunicação, redes sociais, projetos e dados sobre a empresa. No *Facebook*¹⁸, a empresa possuía 302 pessoas que acompanhavam suas publicações e novidades.

2.3.8 Black JAK Studios

Desde 2016 no mercado, formada por seis companheiros de faculdade, do curso de Sistemas de Informação da Universidade Estadual da Bahia, uniram os conhecimentos adquiridos durante a graduação à paixão por jogos eletrônicos que, por coincidência, estiveram presentes na infância de todos os integrantes. Sua atual sede era encontrada em Alagoinhas/BA.

Segundo seu *website*, desenvolviam jogos e aplicações para seus consumidores, independentemente de idade, com o intuito de corresponder à demanda de seus clientes ávidos por *games*. Afirmaram ser sinônimo de qualidade por demonstrarem compromisso na entrega de seus produtos.

Com o objetivo de se tornarem a empresa pioneira em desenvolvimento de jogos nacionais, ainda segundo seu *site*¹⁹, agregava valores aos seus projetos e seguia uma rígida lista de regras, que ia desde a escolha do seu consumidor até ação em conjunto com a sociedade. Na mesma página, era possível encontrar também informações sobre seu jogo independente publicado. Até a realização dessa pesquisa, o

¹⁷ Disponível em:< <https://cactusgamestudios.com/>> Acesso em 30 de Outubro de 2017.

¹⁸ Disponível em:< <https://www.facebook.com/CactusGameStudios/>> Acesso em 30 de Outubro de 2017.

¹⁹ Disponível em:< <http://blackjakstudios.com/>> Acesso em 30 de Outubro de 2017.

público somado das redes sociais resultava em mais de 300 pessoas, além de acessos mensais no *site* e contratos recebidos por e-mail.

Em sua *fanpage* no *Facebook*²⁰, se podia perceber o número de 280 seguidores, até a data da pesquisa. Estes acompanhavam informações sobre jogos, projetos atuais, logomarca da empresa, formas de contato e publicações referentes a eventos com a participação da mesma.

Portanto, podia-se observar que essas empresas, começaram em lugares diferentes, em circunstâncias e necessidades também diversas. Um ponto em comum entre elas seria que as mesmas surgiram do interesse e incentivo dos seus próprios integrantes, conseguindo se estruturar, sendo um mercado em ascensão.

Vale ressaltar que as empresas aqui apresentadas representam apenas uma parte das que existentes no nordeste brasileiro. Existem inúmeras empresas nordestinas que teriam potencial de gerar capital. No entanto, as mencionadas no estudo receberam uma atenção maior por possuírem um número significativo de pessoas agregadas à equipe, grande divulgação em redes sociais em que se pode ter uma boa ideia da abrangência da empresa, pois se percebeu pessoas de vários estados brasileiros engajadas em suas postagens, comentando, discutindo e aprendendo com a mesma.

Ao se iniciar qualquer atividade que poderia vir a resultar em retorno financeiro, isso poderia gerar impactos positivos para a região em termos tecnológicos e econômicos. Nesse contexto, destacou-se a importância do incentivo de empresas privadas e do próprio governo para dar suporte a este mercado. Tratava-se, então, de um ramo em que novas ideias vinham surgindo e se renovando, bem como o interesse de pessoas e empresas cada vez mais dispostas a trabalhar em novas tecnologias, aumentando seus valores profissionais, gerando empregos e desenvolvendo o setor tecnológico na região.

3 METODOLOGIA

3.1 Classificação da pesquisa

O método utilizado foi uma pesquisa exploratória descritiva bibliográfica. Segundo Gil (2008), a exploratória proporcionou uma maior aproximação com o

²⁰ Disponível em: < <https://www.facebook.com/BlackJAKStudios/> > Acesso em 30 de Outubro de 2017.

problema em questão, fazendo com que o sujeito esteja apto a explicá-lo. Poderia, inclusive, envolver levantamento de entrevista com pessoas experientes no assunto a fim de que se pudesse entender ainda mais sobre o assunto.

Em seguida, tratava-se de ser descritiva, pois de acordo com o autor já citado anteriormente, descrevia características de vários indivíduos ou até mesmo de uma população. Que, por sua vez, se caracterizava pela utilização de técnicas peculiares de coletas de dados, onde era destacada a utilização de um questionário a ser seguido, a fim de que o entrevistador não se desviasse do objetivo em meio às respostas.

Por último, a pesquisa seria de caráter bibliográfico, ainda conforme Gil (2008) evidenciou, foi utilizado material já elaborado para sua realização. Destacava-se aí o uso de artigos científicos em prol de que se possa entender mais sobre o assunto em questão, trabalhos relacionados ao desenvolvimento e mercado de *games*.

Sendo assim, as empresas citadas anteriormente foram selecionadas, pois, de todas as empresas situadas na região Nordeste, foram as únicas que aceitaram a proposta de entrevista das equipes. Em um contexto geral, havia muitas outras empresas, até mesmo algumas que não foram registradas no *site* encontrado e assim, não contabilizaram nesta relação encontrada, desta forma, não houve comunicação.

A coleta de dados foi realizada a partir de entrevistas semiestruturada. Conforme May (2004, p.149), a diferença central “é seu caráter aberto”, ou seja, o entrevistado seguiria respondendo as perguntas durante a ocorrência da conversa de acordo com sua concepção do assunto, mas isso não queria dizer que o entrevistado falaria livremente.

Neste caso, a pesquisa se deu por meio de uma entrevista semiestruturada, em que se teve acesso a informações sobre a empresa, equipe, organização hierárquica, conhecimentos adquiridos ao longo da carreira, bem como outras informações pertinentes para atingir os objetivos traçados neste estudo.

Na entrevista em questão, foram usadas perguntas de caráter aberto, cujas respostas foram anotadas e/ou gravadas. Provavelmente, o contato foi realizado pelos aplicativos “*Whatsapp*”, “*Gmail*” e “*Messenger*” do *Facebook*, pois os grupos entrevistados possuíam suas sedes em outras cidades do Ceará como em Fortaleza, e nos estados de Pernambuco, Bahia e Paraíba, facilitando a comunicação com o

representante da empresa e uma maior flexibilidade na dissolução de eventuais dúvidas que surgiram durante a elaboração deste trabalho.

Na pesquisa em questão, a metodologia se classifica como sendo qualitativa. Conforme descrita por Caprara (2008, p. 365), nesse tipo de pesquisa procurava-se entender os significados, as experiências e, muitas vezes, era flexível e dinâmica. Nesse contexto, durante a entrevista em pauta foram feitas perguntas com o objetivo de se buscar a fundo sobre o setor em decorrência da empresa, as experiências que os idealizadores tiveram que possuir para fundá-las, as dificuldades que enfrentaram o que se esperar de um mercado no ramo tecnológico, dentre outros assuntos.

Corroborando com essa ideia, Minayo (2006, p.196) argumentava que, em uma pesquisa qualitativa, o pesquisador deveria preocupar-se menos com a generalização e mais com o aprofundamento, a abrangência e a diversidade. Assim, poderia se ter na entrevista uma noção geral do assunto, bem como dos grupos em estudo e suas colaborações com o setor.

3.2 Coleta de dados

Os dados foram coletados através do desenvolvimento da entrevista, a medida que o entrevistado respondia ao roteiro de perguntas previamente elaborada, as referidas respostas eram observadas pelo autor e armazenadas no aplicativo utilizado como meio de comunicação. Esses dados ficaram guardados até o momento que as entrevistas foram transcritas para este estudo.

Das empresas entrevistadas, quatro foram da cidade de Fortaleza, estas foram: Astrum Games, Valente Studio, *Fan Studios* e *Integral Games*. Uma da cidade de Campina Grande, a Narsvera. Uma de Caruaru, Anta Games. Outra de Recife, Cactus Games Studios e a última de Alagoinhas, Black JAK Studios. O período médio no qual essas equipes deram origem a suas atividades foi durante os anos de 2011 até 2017, chamando-se atenção para a cearense Fan Studio que foi criada em 2010, a pioneira no estado.

As entrevistas foram realizadas em tempo médio de duas a três horas, pois os alguns correspondentes respondiam as questões durante o horário de trabalho, o que demandava mais tempo para sua realização. Os demais, que puderam colaborar com o estudo em um tempo um pouco menor, em torno de uma hora e meia, em virtude de

disporem de seu horário de descanso para a realização da mesma, não houve pausas durante o decorrer da coleta.

O contato com os representantes foi alcançado através de um convite feito por meio dos aplicativos de comunicação já referidos, em que o autor fez uma pesquisa na *internet* em busca de métodos de contatá-los. Pela rede social *Facebook*, foi possível encontrar boa parte das informações pertinente a contatos com os correspondentes, que poderia ser *E-mail*, o próprio bate-papo da rede social já citada ou poderia também, em um primeiro contato com o indivíduo, obter seu número pessoal e realizar a entrevista pelo *WhatsApp*.

Com relação ao questionário, o mesmo foi desenvolvido em meio a pesquisas em materiais acadêmicos e trabalhos relacionados à indústria de jogos brasileira. Desta forma, o autor teve contato com entrevistas realizadas dentro do contexto de empresas encontradas no país. Percebeu-se aí que seria possível apurar bastantes questões relacionadas à criação, cenário atual, projetos em andamento, tendências do mercado e sugestões dessas equipes para este estudo.

Portanto, o referido roteiro de perguntas elaborado pelo autor deste trabalho possuía vinte e três perguntas, este está localizado no Apêndice A deste documento, com o objetivo de entender ainda mais sobre a realidade acerca dessas empresas no cenário do nordeste brasileiro. Região esta, que foi selecionada, pois se destacou em meio às demais regiões no setor tecnológico.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Nesta seção foram apresentados os resultados das entrevistas realizadas pelo autor ao longo da elaboração deste trabalho. Ao final desta, o leitor poderá ter uma ideia da complexidade, dificuldades e desafios que cada uma das empresas em estudo enfrentou para chegar ao patamar que ocupam atualmente.

6.1 Straum Games

Entrevista realizada em 30 de Setembro de 2017, através do aplicativo Messenger, com o correspondente Daniel Fernandes, fundador da Astrum Games, desenvolvedora de jogos independentes.

Iniciou a empresa juntamente com dois sócios, logo após sua graduação, em Jogos Digitais, curso da Faculdade Estácio, em Fortaleza/CE.

O entrevistado já possuía experiência com desenvolvimentos de jogos fora do Brasil e viu a oportunidade de agregar seus conhecimentos à sua região, trazendo do mercado exterior o necessário para começar a produzir *games*.

Inicialmente, produzia jogos *mobile* juntamente a um sócio residente em São Paulo, mas percebeu que não era somente isso que precisavam, havia também outras áreas dentro do projeto que carecia de um profissional que tivesse conhecimento em outros setores, como na parte da programação e um artista para o design. Após alguns empecilhos, conseguiu o artista que precisava e ele mesmo aprendeu a parte de programação necessária.

Com relação a ter feito algum estudo de mercado para saber sobre a demanda da região, o entrevistado afirmou que buscava produzir jogos em um conceito macroeconômico, ou seja, não foca somente no mercado de sua cidade, mas também no mundial. Além disso, relatou que todo desenvolvimento foi feito de forma bem ampla para se adequar ao que o mercado precisava e procurava. Adaptando-se, assim às exigências do mercado.

Seus jogos são focados não somente para o consumidor de Fortaleza, mas também para o mercado nacional e internacional. Atualmente atendem remotamente a clientes de Fortaleza, Brasília e São Paulo, o que os dá uma noção de mercado bem ampla, não limitada somente à sua cidade ou estado, o que o fez ter ideia geral das demandas do mercado em várias regiões.

Daniel argumenta que por ter esses clientes nos estados citados anteriormente, apresenta ai uma facilidade de se deslocar e participar de eventos em todo o país, aproveitando todas as oportunidades e concatenando conhecimentos de diferentes áreas do país, os ajudam a estarem preparados para a demanda do mercado exterior.

Quando se trata de sua cidade, o correspondente respondeu que conhece empresas formadas e muitas entidades de desenvolvimento de jogos. Além disso, completou que participava de uma associação que objetivava fomentar o mercado de jogos no Ceará, a Ascende Jogos.

Respondeu que já participou de eventos de aceleração de desenvolvimentos de jogos (*Jam*), onde o participante entra em uma “corrida” para desenvolver um *game* dentro de um determinado tempo, chegando a participar da II Mostra de Jogos Cearense, em que foi campeão com seu primeiro jogo publicado, o *HIGH FIVE*, além de participar de palestras no interior do estado, difundindo a experiência de trabalhar com jogos digitais.

Daniel afirmou que, em resposta à contribuição que esses eventos proporcionaram à Astrum, essas *Jam* ajudaram a equipe em quesitos de trocas de experiências, onde reforçou a união entre desenvolvedores em virtude de um crescimento do mercado no ramo.

O entrevistado respondeu a respeito da pergunta se conhecia universidades que estimulem o desenvolvimento de jogos que conhece, além de seu próprio curso de graduação, o curso de pós-graduação em Jogos Digitais pela Universidade Unichristus, e vários cursos técnicos em escolas e centros de educação em sua cidade.

Perguntado a respeito a projetos em andamento e organização da empresa, Daniel respondeu que possuía 5 integrantes, em que o mesmo coordena o grupo totalmente *online*. Afirmou que o alcance da empresa ainda é pequeno, porém os clientes retornaram *feedback* bem positivo. Dos projetos em andamento, o correspondente destacou o *HIGH FIVE*.

Ao pensar em *games*, Daniel afirmou, em resposta à existência de algum tipo de jogo que eram mais especializados ou algum que não tinham tanta experiência em produzir, que focavam em inovação com familiaridade, desenvolvendo jogos diversificados, argumentou que sua experiência em desenvolvimento nos EUA ajudou muito. Não se prendiam a algo “difícil”, pensavam muito no que queriam fazer e no que precisava ser feito e encontravam meios de fazê-lo.

Com relação aos jogos mais procurados pelos clientes, o correspondente afirmou que faziam uma análise do mercado a fim de que se soubessem quais *games* estavam sendo mais procurados, nos tipos de jogos que estavam demonstrando alguma carência, seria a oportunidade desenvolver.

Para ele, a carência atual é difícil se determinar, pois o mercado muda constantemente, mas denota que fazer um jogo com um baixo orçamento é uma das carências da equipe.

Sobre procurar parcerias com universidades, escolas ou prefeituras, o entrevistado afirmou que não concretizavam ideias sobre parcerias com escolas ou universidades.

Ao ser questionado sobre o que pensava sobre o Porto Digital, Daniel via aí uma necessidade de que houvesse mais capacitações no ramo para que mais iniciativas como a construção de um centro deste porte fossem cada vez mais presentes. Completou que possuíam muitas pessoas interessadas em trabalhar na área, faltando somente mais incentivos para fortalecer o mercado.

O mercado estimularia uma competição cooperativa, conforme o entrevistado, que iniciou afirmando que o mercado de jogos não era diferente de outro mercado, havia presença de competitividade, havia também competição por público e espaço, contudo, no Ceará, a realidade era diferente, havia mais cooperação do que competição, em virtude de prioridades, precisava-se primeiro fortalecer o mercado cearense e esta era uma realidade para todos neste ramo, segundo Daniel.

Possuíam interesse no mercado exterior, respondeu o correspondente, que afirmou desenvolver focando consumidores no mundo todo e como possuía experiência de estudos e trabalho no exterior, isso o ajudaria a escolher melhores opções de produção ou como se comportar em uma indústria.

Com relação à tendência para este ramo do mercado, retornou que percebia-se a presença de desenvolvimento de jogos e “não-jogos”, este último se referia à qualquer aplicação que fazia uso de tecnologia, com isto e a utilização de realidade aumentada e realidade virtual, havia então uma aposta para o setor. Essa realidade não se limitava somente ao Brasil, mas ocorria em escala mundial. E no caso do Ceará, havia interesse neste ramo tanto na área acadêmica, quanto profissional, mais especificamente em Fortaleza, de acordo com o entrevistado.

Para quem está nessa área, as exigências profissionais iam desde conhecimentos propriamente ditos de desenvolvimento para *games*, como programação, desenho, arte gráfica, composição musical e marketing, como também conhecimentos

relacionados ao mercado de atuação (demanda, público, preferências), trabalho em equipe e criatividade.

Para ingressar neste ramo, Daniel afirmou em resposta aos desafios enfrentados, que apenas gostava de desenvolver jogos e nesse processo teve que aprender a gerir pessoas, processos relacionados a desenvolvimento, entender melhor sobre o mercado e o funcionamento de um jogo. Errar também era necessário, mas nunca desistiu.

E aconselhou a qualquer pessoa que se interessa por este ramo que a melhor maneira de se aprender a fazer jogos é produzir jogos, em outras palavras, para o leitor que tem interesse em desenvolver *games* deverá estar preparado para falhas e muitas tentativas a fim de que se possa adquirir muita experiência.

O perfil profissional observado pelo entrevistado para alguém que quisesse empregar, é que o indivíduo estivesse apto a correr riscos e comprometido em resolver problemas.

Para maximizar seu rendimento na empresa, Daniel respondeu que ainda era um aprendiz, embora tivesse experiência no assunto, aprendia todo dia algo novo. Mesmo assim, almejava melhorar a produtividade da empresa e gerenciar melhor a equipe.

6.2 Valente Studio

Entrevista realizada em 2 de Outubro de 2017, através do aplicativo *WhatsApp*, via mensagens de voz, com o correspondente Daniel Valente, dono da Valente Studio.

Daniel respondeu a pergunta de como a empresa surgiu, que foi em 2012 da necessidade de integrar diversos cursos relacionados a artes gráficas, como desenho, pintura digital, animação, e o entrevistado ministrava cursos de criação de jogos na parte de programação, em uma escola focada somente nesta área, a *Art&Cia*.

Com a proposta de agrupar o pessoal da escola *Art&Cia* com os alunos de programação, surgiu a ideia de lançar um jogo, *The Mighty Gunnar*. Com o sucesso do jogo, observaram a viabilidade da empresa, que daria certo montar uma empresa, pois ambos eram comprometidos tanto alunos quanto professores.

O entrevistado respondeu que a equipe não realizou um estudo de mercado para verificar a demanda de sua região, pois à priori a ideia era somente desenvolver jogos para a própria equipe, com o tempo que se tornou comercial, se adaptando às exigências da demanda e analisando a partir daí o mercado.

Daniel retornou que conhecia algumas empresas de desenvolvimento de jogos em Fortaleza e citou algumas como exemplo: Bugaboo Studio, Fan Studio, e ainda afirma que havia grupos com o mesmo intuito, de desenvolver jogos, mas que não acreditava ser consolidados como empresa até a data da entrevista e não citou nomes.

O correspondente confirmou já participou de algumas *game jam's*, mas como suporte ou suporte, nunca como participante. Concluindo, sobre o quanto esses eventos contribuíram para a Valente Studio, denotou que esses eventos são importantes, pois se encontram muitas pessoas capacitadas e que agregam valores em qualquer empresa. O mesmo afirmou que bons programadores não se encontram facilmente, era preciso um evento como essas *jam* para que se pudesse ter contato com profissionais capacitados.

Com relação às instituições de ensino que estimulem alunos à enveredarem neste mercado, Daniel respondeu que a Universidade Unichristus, Estácio, Faculdade Farias Brito, Universidade Federal do Ceará (UFC) e a Universidade de Fortaleza (UNIFOR) também já possuíam disciplinas relacionadas no curso de Análise e Desenvolvimento de Sistemas, onde lecionava. Além de universidades, ele destacou as escolas técnicas como a *Art&Cia*.

Até a data da presente entrevista, em resposta em relação a projetos em andamento retornada por Daniel, era que a empresa tinha trabalhado mais com realização de serviços para os clientes, trabalhava com realidade e treinamento virtual, criava jogos que auxiliavam empregados a manusearem máquinas de grande porte, além de projetos de simulação como no *Beach Park*, em que desenvolviam brinquedos para o parque aquático, afirmava ainda que este ano não estavam mais desenvolvendo jogos próprios, mas sim prestação de serviços.

O foco maior, até então, eram jogos relacionados à realidade virtual, os últimos projetos são todos relacionados a este tipo específico de gráfico assim como

eram os mais solicitados pelos clientes, retornou o entrevistado sobre os tipos de jogos mais solicitados pelos clientes.

Em resposta à pergunta de procurar parceria com alguma universidade, onde já foi supracitado, respondeu que possuem parceria direta com a UNIFOR, em que tiveram um projeto aprovado pela FUNCAP em que validaram a união entre as duas empresas.

Daniel retornou que, sobre o que pensar do Porto Digital, era uma iniciativa muito interessante, acreditava ser um excelente local, mas não tinha tanta certeza se mudaria sua sede para aquela região, pois possuía vínculo com a universidade em que ensinava, precisava então, conhecer mais sobre o polo.

Possuía interesse no mercado exterior, a equipe já fez trabalhos para uma empresa canadense, e têm almejado também serem contratados por empresas nos EUA, respondeu Daniel.

Sobre a pergunta relacionada às tendências do mercado neste ramo, o correspondente acrescentou que este mercado cresce bastante, o setor está crescendo no mundo todo, inclusive no Brasil e afirmou que hoje tudo está relacionado a jogos. Com relação ao Ceará, há uns 5 anos não existiam nem cursos voltados para esta área e hoje vem ganhando lugar de destaque em cenário nacional, respondeu.

As exigências profissionais para quem está no ramo atualmente são bem amplas, há oportunidades em todas as áreas como arte, pintura, desenho digital, modelagem 3D, escultura digital, texturização, enredo do jogo, sonorização, desenvolvimento, em outras palavras, oportunidades não faltam, afirmou o entrevistado.

O tipo de profissional esperado para trabalhar com Daniel, em que se considerava mais difícil de encontrar é o programador, o mesmo está em escassez no mercado.

Para maximizar seu desempenho, Daniel esperava que conseguisse coordenar vários projetos, com o elevado número de pedidos que vinham chegando à Valente, a expectativa era que conseguisse corresponder à toda essa demanda, não somente como programador, mas como gestor.

O conselho que o entrevistado deu para quem se interessa nessa área e pretende ingressar, era que tivesse muita dedicação, pois não é algo fácil, não desistir também é de suma importância.

6.3 Fan Studio

Entrevista realizada dia 2 de Outubro de 2017, via *Messenger*, com o correspondente Cairo Gouveia, mais novo sócio Fan Studio. Foi a primeira empresa de jogos do Ceará, então à primeira vista, já se percebeu o quanto foi difícil para se iniciar tudo em um lugar onde não existia nada relacionado.

Sobre a ideia de se criar a empresa, Cairo respondeu que de início, eram 4 jovens sócios, e antes disso, eram companheiros de faculdade. Esses indivíduos ganharam o prêmio Ricardo Rosas, concurso que pretendia reconhecer e premiar artistas, desenvolvedores e pesquisadores que atuavam nas áreas de Arte e Cultura Digitais. Os sócios então com o dinheiro da premiação e a experiência de trabalho em grupo criaram a Fan.

Dos 4 sócios, dois saíram da empresa e um novo integrante entrou, o entrevistado. A ideia inicial era criar jogos autorais, isso não foi alterado. Segundo ele, para produzir jogos autorais era preciso um investimento muito alto. Custos para montagem e manutenção de profissionais para desenvolvê-lo eram muito importantes, e enquanto o jogo não era vendido, tudo seria só prejuízo.

Por conta disso, a empresa tinha que encontrar outra maneira de conseguir capital, e foi assim que começaram a se envolver com prestação de serviços. Faziam jogos autorais sob encomenda os fizeram angariar uma boa quantidade de capital e prestar serviços para várias empresas na cidade contribuíram para isso.

Cairo respondeu que não fizeram um estudo de mercado, pois há 7 anos isso era inviável, não tinham como se situar com relação à preferências e demandas da região. Tiveram, portanto, que se adaptar às necessidades do mercado que evoluiu a partir de então.

O entrevistado retornou que conhecia grupos que não eram registrados como empresas em Fortaleza, eram vários tipos de profissionais que se reuniam para desenvolver jogos no tempo livre e existiam também as empresas registradas como a

Fan, estas foram citadas a Bugaboo Studio, Pro Pixel (parceiras) e a Valente Studio. Na realidade, o correspondente afirmou que não havia mais empresas porque não precisavam ser empresas registradas para trabalhar com jogos, se fosse o caso, acabaria saindo muito caro para todos investirem neste ramo.

Afirmou também nunca participaram como desenvolvedores de uma *Jam*, mas já participaram como jurados, foi a melhor participação que tiveram. O nome do evento era *Global Game Jam (GGJ)*. O que colaborou para a empresa foi relatado que se resumiram em exposição da marca Fan Studio e experiência de participar de um evento deste cunho.

Ainda sobre as colaborações, concluiu que com a popularização do ramo, mais e mais universidades, escolas e outras instituições de ensino apareceram com a proposta de aumentar a popularidade deste setor, principalmente na região Nordeste.

Em Fortaleza, segundo o entrevistado afirmou conhecer sobre universidades que estimulam cursos de desenvolvimentos de jogos, existiam os cursos de Sistemas e Mídias Digitais na UFC, e de Jogos Digitais, na Estácio. Em palestras dadas para outros cursos que não são da área literalmente voltada para *games* percebeu-se o interesse de grande parte do público, principalmente nos cursos da área de tecnologia, notados nas palestras ministradas na UFC, UECE, UNIFOR.

Sobre a pergunta relacionada a jogos que a empresa apresentava maior dificuldade desenvolver, foi respondido que a mesma não trabalha com jogos 3D, pois acreditam que jogos 2D possuem o mesmo potencial e demandam uma menor equipe para que sejam desenvolvidos, com relação à plataformas, os mesmos procuram focar em *mobile* e PC, pois acredita-se ter maior público, e para estilos de jogos, trabalham sem limitações com RPG e puzzles, pois afirmam trabalhar preferencialmente com o que gostariam de jogar.

No tocante de tipos de jogos mais solicitados pelos clientes, Cairo respondeu que jogos de corrida *mobile (runners)* geralmente eram os mais pedidos.

Com relação à busca de parcerias, era algo que estavam sempre em busca, pois são bons para ambas as partes, retornou o entrevistado.

A pauta sobre o que pensar sobre o nome Porto Digital, entendia-se que é um nome de muito destaque, porém não havia muito a argumentar sobre o assunto, segundo o correspondente. Contudo, por saber que em Pernambuco a tecnologia e oportunidades são bem maiores, uma mudança de sede seria algo a se pensar, de acordo com o que foi refletido por Cairo diante da pergunta de transferência de sua sede para Pernambuco.

O ramo de mercado de jogos estimulava uma competição totalmente cooperativa, segundo Cairo, existia, portanto, uma competitividade amigável, em que desenvolvedores se ajudavam em prol de fortalecer relações construtivas com outras empresas.

Possuíam interesse no mercado exterior, o seu mais recente jogo, *Overskies*, estava sendo preparado para ter suporte para diferentes línguas. Além disso, há parceiras com agências de publicidade que têm contatos na Europa e África, o que fortalecia ainda mais a ideia de produzir para consumidores internacionais.

As tendências do mercado variavam de lugar para lugar, para o Ceará, acreditava-se numa tendência muito elevada a jogos *free to play*, em que o usuário joga gratuitamente e nunca falta público não importa o local, segundo Cairo respondeu.

Sobre a organização da empresa, o entrevistado afirmou possuírem 160m² de território de trabalho e procurava sempre trabalhar no mesmo lugar, não havia cobrança quanto à vestimenta ou horários, mas preferiam trabalhar dentro de prazos.

As exigências profissionais, segundo Cairo, dependiam da área, no caso dele, a área artística, o importante era ter um bom portfólio, ou seja, ter ótimas experiências anteriores era o que determinaria um bom profissional e o entrevistado busca este perfil em um candidato.

O conselho que ele dá para quem quer entrar nesse ramo era que a pessoa tenha certeza quanto ao que se procura, pois era uma área que não espera que se desempenhe somente uma função, além de desenvolvedor, por exemplo, o sujeito teria que trabalhar também como administrador, com as atividades de participar de eventos, buscar parceiros, manter ativa a *fanpage*, conversar com cliente, dentre outras atribuições.

Além disso, era importante também que a pessoa tivesse uma experiência prévia com outra empresa se quisesse abrir a própria no futuro. Afirmou também que era possível almejar trabalhar nas maiores empresas do mundo, bastaria ser um bom profissional.

O tipo de profissional esperado e capacitado para trabalhar com a Fan era preciso ser dedicado e se dar bem com o resto da equipe, por esta razão estimulavam atividades interativas dentro da empresa.

Para maximizar o desempenho na empresa, era preciso se manter entusiasmado e continuar estudando sempre, encerrou Cairo.

6.4 Integral Games

Entrevista realizada em 2 de Outubro de 2017, pelo aplicativo *WhatsApp*, com o correspondente Jessé Oliveira, proprietário da Integral Games.

Não realizou um estudo de mercado para verificar as preferências do público, pois geralmente só procurou saber sobre mercado, tendências do momento ou monetarização quando já tem encerrado o projeto, o que o deu muito trabalho. Logo, eram preparos que deveriam ser feitos nas etapas iniciais de qualquer desenvolvimento de jogo, um exemplo disso eram as propagandas. Essas deram um bom retorno financeiro à equipe e então eram bem pensadas na parte inicial do desenvolvimento.

Sobre conhecer outras empresas de jogos na cidade, Jessé afirmou que não havia muitas que realmente atuavam somente para jogos, nesse caso só conhecia um pequeno grupo. Havia, no entanto, empresas que prestavam serviços para outras empresas maiores no Sudeste, um exemplo dessas é a Valente Studio, de acordo com o que o entrevistado constatou.

Já participou da maratona da Academia de Produção de Jogos, em que os participantes tiveram um prazo de 12 semanas para desenvolver um jogo e no site deste evento também escreveu um artigo sobre as dificuldades de se produzir um jogo sozinho.

Afirmou, portanto, em resposta à questão de colaboração do evento para a equipe, que essa maratona contribuiu positivamente para a equipe, de forma que o grupo sentiu a exigência de ter um prazo pré-determinado para desenvolver um jogo, funcionando, assim, como uma espécie de contrato com a empresa, apresentando a

sensação confortante de ter um jogo entregue no prazo e a frustração, caso isso não ocorresse.

As instituições de ensino ou universidades estimulantes no quesito desenvolvimento de jogos, que eram de conhecimento do entrevistado em Fortaleza, era a UFC, com o curso de Sistemas e Mídias Digitais, porém acreditava-se ser muito superficial em questão à qualidade de ensino, já a Faculdade Estácio FIC, com o curso de Jogos Digitais deveria ser bem mais preparada para ingressar um simpatizante no ambiente de desenvolvimento de *games*.

Completo, ainda, Jessé que um dos objetivos da *Integral* era criar uma escola mais acessível, em termos financeiros, nesta área, posto que fosse ainda um ramo muito caro e de pouca qualidade para a pessoa investir.

Até a data da entrevista, o entrevistado afirmou, em resposta à pergunta de projetos em andamento, que estavam focados no próximo jogo da equipe, o *Nióbio Defense*, onde toda a equipe estava engajada e centrados em suas respectivas tarefas, o correspondente não quis entrar em detalhes sobre o jogo por enquanto.

A questão relacionada à organização da empresa era feita da seguinte forma: Jessé, o *game designer*, além deste, havia ainda um programador e um artista, onde todos cooperavam em conjunto de tal maneira a corresponderem à demanda encontrada.

Com relação à complexidade de jogos que apresentavam dificuldades em desenvolver, o correspondente afirmou que todo jogo teria desafios diferentes para a equipe, sendo assim, costumavam começar com formas mais simples possíveis do desenvolvimento e depois seguiam aprimorando, adicionando mais e mais detalhes, até ter tudo bem preparado. Até então, desenvolvendo os próprios projetos, não trabalhavam com o tipo de projeto de cliente sob encomenda.

De forma mais resumida, completo Jessé, que simplesmente, pensavam em um jogo, desenvolviam e lançavam no mercado. O sucesso desse *game* dependeria apenas da capacidade da equipe.

Não procuravam parcerias com escolas ou universidades até o momento da entrevista realizada, pois adotaram o estilo de trabalho que foi percorrido anteriormente.

Sobre o Porto Digital, Jessé não conhecia, portanto a questão referente à este polo tecnológico não foi levada a diante.

O ramo de *games* promovia uma disputa tanto cooperativa quanto competitiva, reforçou a ideia de que todos do ramo se ajudavam e chamou atenção de

como a qualidade dos jogos estava aumentando a cada dia, havia então a necessidade de uma competição para que a equipe se superasse diariamente.

Até a data da entrevista, os planos eram publicar os próprios jogos e criar a escola de *games*, em resposta aos projetos em andamento.

Possuíam interesse no mercado exterior, segundo Jessé, por este motivo os jogos que já foram lançados, vinham com suporte para os dois idiomas, inglês e português, com foco cada vez mais em jogos casuais, que são jogos de alta qualidade, grátis e não demandavam tanta complexidade no desenvolvimento.

A exigência para quem estaria nesta área é saber desenvolver jogos, independente de formação acadêmica, bastaria o indivíduo se empenhar em querer aprender e estudar que alcançaria seu objetivo.

O perfil de profissional ideal para a equipe era o empregado que fosse dedicado, espontâneo, disposto a sempre querer aprender e que soubesse fazer seu serviço da melhor forma possível.

Um conselho que o entrevistado deu era que a pessoa soubesse que era uma área que pode não dar o retorno financeiro desejado, mas isso não seria motivo para que o indivíduo desistisse e completou afirmando que o importante era fazer o que gostasse, pois neste ponto tudo feito a partir daí, seria de boa qualidade.

6.5 Narsvera

Entrevista realizada em 13 de Outubro de 2017 via *Messenger*, com correspondente Rubem Medeiros, diretor da Narsvera.

Com relação à pergunta sobre terem feito um estudo de mercado a fim de que se pudesse ter uma ideia da demanda neste ramo. A equipe fez algumas consultorias junto ao SEBRAE com o intuito de entender melhor como funcionava o mercado de jogos e assim planejaram melhor suas atividades. Além disso, também lançaram postagens, vídeos e criaram a página no *Facebook* para entender a viabilidade da empresa.

Utilizaram também como pesquisa de mercado o *Crowdfunding*, o financiamento coletivo, contudo, o dinheiro arrecadado foi pouco, não dando para cobrir as despesas iniciais, porém houve a vantagem de que a pesquisa retornou à equipe a viabilidade do mercado e serviu como agente identificador de público, em que a equipe poderia ter uma noção de quem eram seus clientes. Com base em tudo que foi discorrido, traçaram como o projeto deveria ser.

Desta forma, até a data da entrevista, Rubem tinha certeza que os projetos que foram desenvolvidos teriam uma boa aceitação, o último projeto foi um artigo publicado no *SBGames*, um evento acadêmico na área de Jogos e Entretenimento Digital, não foi possível ter acesso aos dados do projeto.

Sobre a questão de conhecer outras empresas na região, confirmou que em Campina Grande, havia 5 empresas e no estado, 12 empresas, pôde citar: Ni Digital, *Tic Joy Prosperity*, Kaipora Digital, RMAL, *Ninja Garage*, Yupi Play e Mago Cinzento.

Afirmou o correspondente que os integrantes de várias destas sempre se encontravam em eventos relacionados ao ramo e trocando mensagens por *chat*. Sempre trocavam experiência técnica com algumas equipes e às vezes alguns integrantes trabalhavam como *freelancers*, para outras. Conversavam ainda sobre a viabilidade de desenvolverem projeto em conjunto, mas nada concreto até o momento da presente entrevista.

Ao ser questionado sobre participações em *Jam*, afirmou que participaram da *Global Game Jam* (GGJ), o maior evento de *jam* do mundo, em três edições. Completou o correspondente que, referente à colaboração do evento para a empresa, foi uma experiência diferenciada, conseguiram desenvolver um jogo em 48 horas, demonstrando que se poderiam fazer muitas tarefas em um tempo curto. O evento por si resultou em uma motivação enorme para a equipe, aproveitaram o mesmo para testar ideias diferentes e isso acabou sendo agregado à rotina da empresa.

O entrevistado confirmou conhecer instituições de ensino que estimulem o desenvolvimento de jogos, o próprio correspondente ensinava na Unifacisa em Campina Grande, onde possuem os cursos de Jogos Digitais e Sistemas Digitais, neste último, há a disciplina de Jogos Digitais e um curso de pós-graduação em *Mobile*, também possuía a mesma disciplina. Rubem completou que em suas aulas sempre incentiva as pessoas a esta área.

Na capital do estado, João Pessoa, as universidades Unipê quanto a Estácio sempre organizaram eventos de mesmo cunho, portanto, percebeu-se ser uma área bem estimulada nessa região.

Sobre a organização da empresa, trabalhavam na empresa 3 integrantes fixos, dependendo dos projetos, contratavam mais pessoas. Um exemplo é o projeto do Sertão Profundo, neste eram 7 pessoas trabalhando, mas 4 são *freelancers*, atuando de suas próprias residências (*Home Office*).

Entre os projetos em andamento, a empresa dividiu em projetos para empresas locais (*advergames*) e prestação de serviços de experiências interativas, ponto que não eram necessariamente jogos. O projeto do Sertão Profundo era a grande aposta da empresa. Rubem atuava como gerente, programador, *game designer* e fazia a trilha sonora do jogo. Os outros dois integrantes tratavam da parte de arte em 2D e 3D, animações e *game design* também.

Com relação à questão de jogos que apresentavam alguma dificuldade para produzir, o entrevistado relatou que desenvolviam jogos com o muito cuidado artístico, porém não tinham experiências e recusavam trabalhar com jogos educativos ou *serious games*, pois na publicação deste tipo de jogo, vinha a intenção de algum tipo de venda de marca ou produto. Por apreciação da arte em si, preferiam não trabalhar com compromisso publicitário.

Os jogos mais solicitados pelos clientes, segundo o correspondente, eram os *casual games*, jogos simples e fáceis de jogar e que não demandavam envolvimento maior do jogador.

Nunca fizeram parcerias com escolas ou universidades, mas pretendiam ter para um futuro próximo. Contudo, ainda não possuíam tamanho suficiente para uma demanda maior do que a que já possuem. Acrescentou Rubem que era muito importante a relação da universidade com o mercado, por desenvolver o aluno para estar preparado para as adversidades profissionais.

Possuía pouco conhecimento para relatar sobre Porto Digital, mas deixou claro que na Paraíba havia um parque tecnológico também, porém de menor porte que o de Pernambuco.

Tinham interesse no mercado exterior e na mudança da sede para o âmbito internacional também, afirmou Rubem que a empresa funcionava com todos trabalhando remotamente. O mesmo em Campina Grande, os demais em Belo Horizonte e Florianópolis.

Denotou, em resposta à competição estimulada pelo setor, que o ramo estimulava uma disputa completamente cooperativa, uma razão de sua resposta era evidenciada pelas localidades onde residiam os outros integrantes, via-se aí a cooperação entre os membros, independente de sede fixa.

Com o seu projeto em andamento, seu maior público se localizava em São Paulo, com a presença da *internet*, não era incomum que empresas vendessem muitos produtos estando instaladas somente em um local físico. O desafio para este jogo

(Sertão Profundo) era conseguir atrativo internacional, afirmava que investiram muito em divulgação como o fizeram no Brasil.

Para as tendências do mercado em questão, Rubem apostou que houvesse ainda mais jogos de curta duração, mas com ótimas experiências de jogadores e menores produções, a fim de que fossem desenvolvidos jogos mais baratos e acessíveis.

As exigências profissionais para quem está neste ramo, segundo Rubem, era que não haveria exigências acadêmicas, mas deveria haver muita experiência com o portfólio, ou seja, precisaria ter feito vários trabalhos e mostrasse que entendia desse ramo, seja de arte, programação ou *design*.

Completa, ainda, que seria importante também saber trabalhar em equipe e seguir ordens. Até a data da entrevista realizada, o principal desafio que esse ramo encontrou era a falta de um ambiente profissional mais maduro, em outras palavras, percebeu-se uma distância grande entre jogadores e criadores de conteúdo, faltava uma rede de divulgações, investidores, aceleradoras, associações, eventos, dentre outras.

O correspondente afirmou contratar pessoas com experiência sempre demonstradas em portfólio, além de que soubesse gerir a si mesmo e trabalhar em equipe, ou seja, saber qual o momento de cooperar, ser proativo e seguir tarefas estabelecidas.

Sobre a maximização do desempenho na empresa, o entrevistado desempenhava muitas funções dentro da empresa, afirmou que era comum em pequenos estúdios. Porém, para o futuro, pretenderá contratar mais pessoas para que não acumule tantas tarefas. Além de estar sempre buscando tarefas gerenciais e estivesse buscando trabalhar com mais projetos menores, pois desgastava menos a equipe e a mantinha motivada.

O conselho que ele deu para quem quer ingressar neste ramo é que comece agora a produzir os próprios jogos, vários jogos, pois com prática de desenvolvimento, a pessoa alcançaria a experiência suficiente e melhoraria o seu portfólio. Completa, ainda, que nunca deveria se começar por jogos grandes, iniciava-se pelos menores, desenvolvendo-os de maneira fácil de jogar, bem acabados e divertidos.

6.6 Anta Games

Entrevista realizada em 13 de Outubro de 2017 via *Messenger*, com o correspondente Pedro Henrique Ramos Macêdo, dono da Anta Games.

Sobre a organização de integrantes da empresa, o correspondente relatou que era dividida em 2 pessoas, o mesmo como responsável geral e a outra pessoa que ficava responsável pelo som (*sound designer*).

Não fizeram nenhum estudo de mercado para entender a demanda da região. Simplesmente produziram o jogo sem saber o que iria acontecer depois disso. O próprio mercado os adaptou a esta demanda e à medida que os jogos foram desenvolvidos, iam aprendendo o que seria necessário alterar, as exigências de um jogo e como deixar um *game* mais completo.

Já participou de 5 *Game Jam* no total, dessas, 2 *Global Game Jam*, 2 que ocorreram em Caruaru e 1 online do 365 *indies*, este último foi um projeto que listava 365 jogos independentes, feitos por poucas pessoas e foram postados em um *site* para que pudessem ser acessados por qualquer simpatizante de *games*.

Essas *jam* colaboraram para a Anta com muita experiência, segundo Pedro, por serem eventos onde o indivíduo tinha que trabalhar com um curto espaço de tempo, aprendia-se muitas formas de acelerar o desenvolvimento e criar o jogo. O fato de terem conhecido muitas pessoas nesses eventos também poderia ajudá-los na criação de jogos em um futuro próximo, bem como troca de experiência.

De acordo com o correspondente, as universidades que estimulavam o desenvolvimento de jogos em sua região eram a Universidade Católica de Pernambuco possui o curso de Jogos Digitais, que era a única instituição de ensino com o propósito neste ramo.

Sobre projetos em andamento, estavam desenvolvendo o primeiro jogo para computadores do Anta Games. Com relação ao público, estavam caminhando paulatinamente, cresciam com os erros e tentavam investir em marketing, bem como engajar novos usuários.

Na questão de possuírem um jogo em específico que apresentavam alguma dificuldade. Pedro afirmou que não estavam se especializando em um tipo de jogo em especial, produziam diversos tipos de *games* e observavam a reação do público, porém o entrevistado completou que não tinha muita experiência com jogos 3D e por conta disso não pretendia focar neste tipo de *game* por enquanto.

Até o momento da entrevista realizada, não possuíam solicitações de cliente, pois objetivavam os próprios jogos e seguia a reação dos usuários finais, os pedidos finais eram com relação a atualizações. Justificava aí a ausência de solicitações de clientes referentes à questão relacionada.

Valorizavam todo tipo de parceria, mas ainda não tinham escolas ou outras instituições de ensino nos planos de parcerias até a data de realização da entrevista.

A equipe conhecia o polo tecnológico em questão na região de Pernambuco e como não possuíam uma sede fixa, iriam facilmente para o Porto Digital, visto que já tinham experiência sobre o assunto.

O entrevistado afirmou, respondendo a questão de estímulo do mercado sobre disputas, que uma política cooperativa contribuía mais para este ramo do que competitiva, pois a competição somente surgiria quando cada empresa quisesse que seu jogo lançado ficasse em destaque.

Os planos para o futuro seriam atingir novas plataformas e novos públicos. Além do público dos *casual games*, que já possuíam, atingir mais jogadores ativos.

Sobre interesse no mercado exterior, o correspondente afirmou que não pensavam em sair do Nordeste fisicamente, até porque não tinham sede fixa, mas possuíam interesse em expandir seus projetos para fora da região, tanto que tinham jogadores de outros países, embora não fosse maioria.

O correspondente relatou que as tendências para este ramo no mercado eram, em geral, jogos em Realidade Virtual e para a versão *mobile*, tinham preferências a controles simples. O entrevistado ressaltou que não tinha conhecimento de como a região era há alguns anos, mas que atualmente, em Pernambuco estava sendo o destino de busca por desenvolvedores iniciantes e experientes.

As exigências profissionais para quem está nessa carreira deveria ser primeiramente gostar de jogos e jogar muito, como forma de praticar o que era trabalhado, mas isso não deveria ser o bastante, com relação à programação, que era a especialidade de Pedro, o entusiasta deveria estar preparado para enfrentar os mais diversos bugs e erros e também seria muito importante ter um portfólio, pois era algo bem admirado em quem estivesse neste ramo.

Um desafio enfrentado por quem está nesta carreira era a dificuldade de se destacar com uma boa ideia, pois por ter muitos jogos lançados todos os dias, seria bem desafiador ter algo exclusivo.

O tipo de profissional procurado por Pedro seria aquele que, sobretudo, tivesse muita dedicação, além de que fosse criativo e gostasse da área.

Para maximizar seu desempenho na Anta, o entrevistado almejava maior aprendizado, sempre estar estudando e aplicando novidades, produzindo sempre jogos melhores que as versões anteriores.

O conselho dado a quem estivesse querendo adentrar neste ramo seria jogar muito e desenvolver ainda mais jogos, pois com a prática é que se alcançaria a perfeição. Trocar experiências com o máximo de pessoas possível também seria de suma importância, dar e receber *feedback* e descobrir formas inovadoras de criar um jogo.

6.7 Cactus Game Studios

Entrevista realizada em 13 de Outubro de 2017 via *Messenger*, com o correspondente Caio Fonseca, CEO da Cactus Game Studio.

Em resposta à pergunta de possuírem experiência com desenvolvimento de jogos, o entrevistado afirmou que tinham experiência no assunto, pois foi algo atribuído durante o curso de Ciências da Computação, que os deu a oportunidade de aprender com pessoas que trabalhavam no ramo ou eram donos de empresas de jogos, como a *D'Accord*, Manifesto, dentre outras.

Já em relação ao mercado exterior, possuíam experiência por acompanharem empresas e jogos que gostaram, segundo o correspondente.

Dos grupos presentes em Recife, de acordo com Caio, havia empresas grandes que eram conhecidas, em menor número e a maioria não produziam jogos próprios, dependem de contratos, as que ainda fazem, são de plataforma *mobile*. O entrevistado pôde citar algumas: Kokku (que acredita ser um dos grandes nomes), Jynx, *Joy Street*, Manifesto e *D'Accord*, dentre outras que estão começando agora no ramo.

Até o momento da entrevista, não haviam participado de nenhum evento de aceleração de desenvolvimento de jogos, mas já apresentaram trabalho no encontro IGDA (*International Game Developers Association*) em Recife, o jogo que estavam desenvolvendo no período da entrevista, o *Blessing: Alien Escape*, foi inicialmente criado para a *Summer UE4Jam* que ocorreu em Julho de 2017.

Em resposta à colaboração para a empresa, o entrevistado respondeu que a participação nesse evento contribuiu positivamente com o jogo já citado, pois tudo começou nesta oportunidade, em que decidiram participar deste evento e tinham 120 horas para terminar o jogo, ao final, perceberam que o mesmo era bom e que gostaram de trabalhar com o desenvolvimento, depois disso optaram por dar continuidade.

Cerca de um mês depois da *jam*, ocorreu o IGDA, em que apresentaram o jogo recém produzido, o *Blessing: Alien Escape*, onde conseguiram um *feedback*, muito positivo, o que os motivaram a continuar e onde estavam até o momento da data da entrevista realizada.

Sobre instituições que tinham conhecimento, o correspondente afirmou que existia a UNICAP, que possuía o curso de Jogos Digitais, a Saga sediava um curso chamado Play Games, voltado para o desenvolvimento de jogos, em que um membro da Cactus já cursou e avaliou como um bom curso para quem está ingressando. Na UFPE, por sua vez, os cursos do CIn (Centro de Informática) possuíam cadeiras de Jogos Digitais, em que alguns membros da Cactus já cursaram, Caio afirmou ser bem básico, mas era interessante.

Como resposta aos projetos em andamento, o entrevistado denotou que a equipe estava tentando se comprometer de postar conteúdo relacionado a seu jogo pelo menos uma vez por semana em redes sociais, além de responder a todos que entram em contato, as formas de contato são: *Twitter, Instagram, Pinterest, Facebook, Cartridge, LinkedIn, Likemindedd, Itch.io, Game Jolt*, além do *website* e *Devblog*.

Ainda sobre a mesma pergunta, Caio completou que o objetivo era fazer com que o máximo de pessoas conhecesse o trabalho da equipe e acompanhassem o desenvolvimento. Até então o momento da entrevista estavam desenvolvendo apenas um jogo.

A organização da equipe era dada com Caio como CEO e programador. Luiz Freitas como CTO (*Chief Technology Officer*) e programador. Camila Souza, como CDO e *Leader Design/Artist*. E Luiz Fernando como CCO e *Leader 3D Artist*. Todos os membros seriam sócios e cofundadores da Cactus.

Sobre como surgiu a ideia de criar a empresa, o correspondente denotou que a intenção inicial da equipe era de criar jogos próprios, que fossem divertidos, que os membros envolvidos gostariam de jogar e que pudessem ser jogados com amigos, evidentemente havia jogos mais complicados para desenvolver, mas Caio deixou claro que a equipe estava sempre disposta a aprimorar conhecimentos.

Com relação a solicitações feitas por clientes, o entrevistado denotou que não estavam procurando clientes até então, só tinham desenvolvido o jogo e lançado, sem houvesse encomenda. Mas já tiveram experiência com encomenda de jogos, onde foram solicitados jogos *mobile* e costumavam ser simples, fáceis de jogar, acreditava-se ainda serem os mais solicitados.

Não procuraram parcerias ainda com nenhuma escola ou universidade, mas em Outubro pretendiam ir ao CIn em busca de demonstrar o jogo aos alunos e assim dar início a projetos conjuntos, respondeu Caio.

Ao escutar o nome Porto Digital, o correspondente entendia que era um polo e um berço de tecnologia da cidade, do Nordeste e do Brasil. Possuíam muitos contatos nesta instituição, observavam muitas ótimas oportunidades, como possíveis parcerias, espaços de *Coworking*, dentre outras. Com uma parceria com o Porto Digital, poderiam abrir oportunidades que pudessem ser vantajosas para ambos os lados, afirmou o entrevistado.

Este ramo do mercado de jogos, ao contrário de outros mercados, estimulava uma disputa altamente cooperativa, o entrevistado denotou que a comunidade desenvolvedora era muito forte e unida no em todos os lugares, não somente no Brasil.

De acordo com Caio, em resposta à pergunta de projetos em andamento, a equipe almejava terminar o *Blessing: Alien Escape*, pois já possuíam versões jogáveis, porém ainda precisavam refinar e adicionar mais conteúdo. Estavam completamente

dedicados às atividades da Cactus e a rotina diária seria se envolver na conclusão do jogo, ao mesmo tempo, criaram uma comunidade para auxiliá-los a deixar o jogo melhor possível e a divulgar por todo o país.

A equipe se interessava em mudar sua sede para fora do país, a experiência que parte dos membros tiveram no programa Ciências Sem Fronteiras os proporcionou conhecerem muitas outras oportunidades além do mercado brasileiro, o que os impulsionaria a procurarem demanda internacional.

Das tendências do mercado, destacou-se o quão as preferências poderiam ser alteradas ao longo dos tempos. Conforme Caio, percebeu-se uma maior procura por jogos de *Battle Royale* e *Roguelikes*, que eram jogos de sobrevivência que introduziam o jogador em situações de disputa com outros jogadores para alcançar o objetivo, sobrando somente um no ambiente, o vencedor.

De acordo com o entrevistado, no Brasil havia dificuldade para alguns jogos, principalmente para aqueles que demandavam uma melhor capacidade tecnológica do aparelho, em destaque em regiões menos favorecidas. No Nordeste, a dificuldade de acesso a um aparelho com preço acima da média deveria ser maior do que em regiões como Sul ou Sudeste, o que os fazia envergarem para opções um tanto quanto erradas, como optarem por pirataria, acreditava-se que era uma questão cultural, segundo o correspondente.

Das exigências profissionais do mercado para quem está nesse ramo, segundo o entrevistado deveria ser, sobretudo, a fome de aprendizado. O mercado, as ferramentas, as linguagens, tudo muda muito durante o ano e a pessoa teria que estar sempre atualizada e disposta a sempre aprender. Além disso, empresas *indie* estariam sempre precisando de pessoas que estejam dispostas a fazer de tudo, não se prendendo somente a uma função e desempenhando só um papel.

Em resposta aos desafios encontrados no setor, Caio afirmou que os maiores empecilhos enfrentados pelo ramo, como estúdio *indie*, eram investimento e divulgação, sem este último até o melhor dos jogos poderia falhar e sem investimento o grupo poderia falir antes mesmo de lançar o primeiro jogo.

O perfil profissional que esperava que se trabalhasse para a Cactus era uma pessoa competente, educada, respeitável e disposta a aprender, desta forma teria muito a oferecer à empresa e agregaria valores profissionais ao indivíduo.

Para maximizar seu próprio desempenho na empresa, Caio esperou que tivesse sempre responsabilidade e capacidade para ser um bom líder, que pudesse suprir as necessidades da empresa e sempre poder ajudar a todos, fazendo a equipe crescer sempre.

O conselho deixado pelo entrevistado era que se estudasse muito, que se tivesse um conhecimento amplo sobre diversos assuntos, não somente os relacionados ao ramo, e depois tentasse se especializar em alguma área. Além de que o entusiasta estivesse sempre disposto a aprender assuntos novos, buscasse se envolver em atividades além das necessárias, aumentando assim a experiência e acima de tudo, nunca desistir.

6.8 Black JAK Studios

Entrevista realizada em 13 de Outubro de 2017 via *G-mail* com o correspondente Rafael Rios, Diretor Geral da Black JAK Studios.

Em resposta à questão de possuírem experiência prévia com produção de jogos, Rafael respondeu que tinham prática com programação e desenvolvimento *mobile* antes da criação da empresa, tanto com aplicativos produzidos sob demanda e com jogos. Contudo, não tinham conhecimento sobre *design* ou *business e marketing*, então o mercado os adaptou à demanda, não haviam feito um estudo de mercado, respondeu em seguida a questão da análise de mercado.

Até o momento da entrevista, a respeito dos projetos em andamento da equipe, desenvolviam para computador, mas também estavam com um projeto para desenvolverem na plataforma *mobile*. De início, optaram por trabalhar apenas com projetos para PC pela facilidade em trabalhar e divulgar os produtos localmente, mas começaram, em seguida, trabalhar em projetos com outras plataformas também.

Na cidade de Alagoinhas/BA, de empresas de *games* existentes, só havia a Black JAK, mas em Salvador, existiam diversas empresas na área, seja de estúdios formais e informais, eram mais de 10, e em todo o estado, mais de 30 grupos, segundo o

entrevistado respondeu. O mesmo citou alguns como: Comunidades Virtuais, Virtualize, Sotero Games, Sinergia e Team Zeroth.

Nunca participaram de uma *jam*, mas estaria nos planos para um futuro próximo, participarem. Já estavam avaliando os eventos que ocorreriam na região em 2018 e planejavam futuras participações, pois viam como uma oportunidade de evoluírem como desenvolvedores, completou Rafael, sobre as questões relacionadas à participação de eventos aceleradores de jogos, planos para o futuro e como essas *jam* poderiam contribuir com a empresa.

Na cidade de Alagoinhas, existia, como instituição que estimule o desenvolvimento de jogos a UNEB - *Campus II*, que apesar de não possuir uma área exclusiva para jogos, tinha núcleos de pesquisa e equipes que trabalhavam em eventos locais de *games*. Por sua vez, em Salvador, além da UNEB - *Campus I*, que possuía o curso de Desenvolvimento de Jogos, havia também a Agência de Inovação, que pertencia à própria universidade que fomentava não somente o desenvolvimento de jogos, mas também de várias outras tecnologias.

Ainda sobre a questão de universidades estimuladora de desenvolvimento de games, relatou Rafael que na mesma universidade ainda havia a Comunidades Virtuais, incubadora de desenvolvimento de jogos. Havia também institutos de fomento a pesquisas tecnológicas de várias outras áreas, como o Fundo de Amparo a Pesquisa do Estado da Bahia (FAPESB) em que eram mantidos projetos na área de *games* e o SENAI/CIMATEC que funcionava como sede de *startups*, pequenos grupos de pessoas com ideias inovadoras do Governo do Estado da Bahia.

Possuíam um projeto em andamento para PC com lançamento previsto para segundo semestre de 2018 e outro para a área *mobile* em fase de elaboração, sem data até momento da entrevista realizada, para lançamentos.

Sobre organização de integrantes da equipe era composta por 3 sócios com atribuições divididas em programação, negócios, *marketing* e direção criativa, juntamente com mais dois colaboradores.

Sobre jogos que possuíssem dificuldade para desenvolver, o entrevistado afirmou que, em questão de gênero, priorizavam *games* com temática de ação, aventura

e/ou plataforma, e no que se tratasse de termos técnicos, havia uma predileção em trabalhar com jogos 2D com câmera fixa. Ainda não desenvolviam jogos em 3D.

Os *games* mais solicitados pelos clientes eram os *casual games* de plataforma ou exploração com narrativa, e jogos educacionais voltados a áreas sociais e ensino infantil, os *serious games*.

Afirmou estarem sempre abertos a fazer parcerias em Alagoinhas e região, viam aí uma grande oportunidade de crescimento profissional em ambas as partes.

No tocante do Porto Digital, o entrevistado entendia que era um local de concentração de várias empresas tecnológicas, uma espécie de núcleo de tecnologia. Não soube responder se mudaria sua sede para um polo como o discorrido anteriormente, pois havia muitos pontos a definir, alguns deles seriam como: avaliar o que o local poderia oferecer-lhes em termos de oportunidades de negócios, avaliar os níveis dos profissionais locais, o perfil de exigência dos potenciais clientes da região, dentre outros.

Percebia-se aí que o cuidado com relação ao mercado consumidor já mudava desde a criação da empresa, onde só desenvolviam sem que possuíssem um estudo mais apurado para entender de demanda, para o estado atual.

Até o momento da entrevista, segundo o correspondente, o mercado de *games* nacional estimulava uma disputa cooperativa, em outras palavras, havia um amplo mercado consumidor e ainda pouco explorado pelas empresas *indie* nacionais.

Dentre os planos para o futuro, estaria aprimorar as capacidades produtivas, desenvolvendo jogos maiores, melhores e que servissem não apenas para o entretenimento, como também para que agregassem valores aos consumidores.

Possuíam interesse em outros estados e no exterior, tanto que tinham contatos em outros estados brasileiros e no cenário internacional, mas até a data da entrevista, estavam focadas em se fortalecerem em sua própria região e depois que viriam a se expandir.

Das tendências do mercado, Rafael denotou que se ouvia muito a respeito de Realidade Virtual (VR) ou Realidade Aumentada (RA), mas de acordo com a

concepção do grupo, a RA tinha um maior potencial de crescimento que a VR (em termos tecnológicos).

Já em jogos, os esportes eletrônicos, *e-sports*, que eram competições organizadas de jogos, especialmente entre profissionais, vinham crescendo no Brasil, bem como *games* dedicados ao cenário competitivo, como exemplos pode-se citar *League of Legends*, *DotA 2*, *Counter Strike Global Offensive*, dentre outros. Já a área *mobile*, era o grande destaque na área de jogos e continuaria sendo por muito tempo, principalmente pelo fato de ser de fácil desenvolvimento e publicação para esta plataforma, além do grande mercado consumidor no mundo.

De acordo com o entrevistado, sobre regiões que tiveram destaque neste ramo, os estados da Bahia e Pernambuco eram as regiões que mais vinham apresentando crescimento neste ramo, agências e estúdios baianos estavam procurando incentivar o desenvolvimento de jogos no estado nos últimos cinco anos com diversos editais de auxílio financeiro e no ramo de negócios.

Já Pernambuco era favorecido principalmente pelo polo de tecnologia de Recife, o Porto Digital, que abrigava várias empresas de tecnologia fomentando a criação de *startups* não somente de jogos, mas de outras áreas científicas também, respondeu também sobre a pergunta em relação ao polo.

Segundo o correspondente, as exigências profissionais para quem estaria nessa área era ter comprometimento e responsabilidade com os projetos a serem desenvolvidos pela equipe, se especializar em alguma área de desenvolvimento (*sound design*, programação, *game design*, *design* gráfico, dentre outras) e desenvolver um portfólio do qual fazia parte como integrante do processo de avaliação de um candidato. Não seria necessário ter formação acadêmica, apesar de ser um diferencial, experiências práticas eram mais notadas.

O principal projeto da equipe é para o mercado exterior, justificando aí o interesse no mesmo, lamentou o entrevistado que o consumidor brasileiro não procurava jogos nacionais a medida que se espera.

Os principais desafios que o ramo enfrenta eram diversos, como carência de bons profissionais, burocracia para se formalizar uma empresa, que demora em média

uns 53 dias para formalizar o processo, além disso, carga tributária sobre os jogos era alta, e desafios culturais de vender jogos para o próprio país, completou Rafael.

O tipo de profissional que esperava que trabalhasse para a Black JAK seria aquele que fosse responsável, que tivesse compromisso e que compartilhasse dos valores da equipe, além de que soubesse trabalhar em grupo, respeitando a filosofia e política de boa convivência da empresa. Além de que tivesse também conhecimento técnico na área escolhida e experiências em projetos passados e, sobretudo, gostasse muito da área de *games*.

Para aumentar seu desempenho na empresa, Rafael esperava que aumentasse seus conhecimentos para aprimorar a gestão da empresa com novas ideias e soluções agregando valores à equipe, paralelamente, buscar incessantemente aumentar a qualidade dos jogos desenvolvidos retornando algum tipo de benefício para seus consumidores e, por conseguinte, para a sociedade.

Para quem estaria entrando no ramo, o entrevistado aconselhou que procurasse especializar-se em alguma área do conhecimento relacionado a jogos, mas também conhecer outras áreas, procurar e manter bons contatos com desenvolvedores de outros estúdios e ter criatividade.

5 CONCLUSÃO

Por fim, tendo em vista tudo que foi explanado durante esse trabalho, percebeu-se a necessidade de analisar o mercado de *games* em aparelhos *smartphones*, que mostrou ser bastante promissor tendo em vista o crescimento que o mesmo vinha apresentando ao longo dos últimos anos.

Com base no que foi discorrido, o leitor que estaria interessado em entender sobre este ramo do mercado, teve contato com a realidade das empresas em questão, tanto na perspectiva geral, referente ao Brasil, como no caso específico destas equipes localizadas no Nordeste. Desta forma, o trabalho apresentou, em forma de perguntas e respostas, o que seria necessário para minimizar dúvidas sobre o mercado neste setor.

Neste contexto, foi demonstrado que se conhecendo conceitos relativos a jogos, suas peculiaridades e avanços ao longo dos anos, o leitor estaria mais

familiarizado com o conteúdo. Poderia então, estar apto a ingressar no neste assunto com mais segurança, sendo capaz inclusive, trabalhar com o contexto em questão.

Foi constatado que, de acordo com os dados obtidos, não seria necessário ter um curso de graduação para estar habilitado a produzir jogos, bastava apenas ter interesse no conteúdo e se gostar de *games*. Outra característica preponderante foi o fato de que embora as empresas estivessem situadas em lugares diferentes de uma mesma região, todas objetivavam destaque o Nordeste, como também a divulgação do mercado neste quesito para as demais localidades.

Em suma, o mercado de jogos poderia ser algo difícil para quem está adentrando agora no ramo, como também foi para todos os entrevistados, inicialmente. Contudo, foi percebido que mais oportunidades estão surgindo e as expectativas de um mercado de jogos mais robusto está se originando. Regido por mais universidades e escolas estimulando o aprendizado e mais empresas sendo criadas.

De maneira geral, o presente trabalho trouxe um auxílio ao leitor, que revisou desde conceitos primitivos da palavra jogo como atividade, até o contexto atual em que se insere esta tarefa. Desta forma, bastaria este estudo para a pessoa ser capaz de se profissionalizar nesta indústria.

De toda forma, até mesmo os profissionais da área, ao ter acesso ao material, poderiam conhecer outras empresas em sua cidade que ainda não conheciam, além de associar os projetos já lançados aos seus desenvolvedores. Colaborando, assim, para uma maior cooperação entre empresas de toda a região, visto que o entusiasta poderia entrar em contato com um dos correspondentes aqui abordados e até obter uma vaga na empresa, dependendo de sua capacidade.

Todavia, foram enfrentados alguns contratemplos durante a elaboração deste trabalho, dentre elas, poderia se citar que não foi possível realizar entrevistas com todas as empresas situadas no Nordeste, isto se deveu ao fato de que algumas equipes não retornaram ao pedido de entrevista pelo autor ou então só aceitariam realiza-la mediante uma apresentação pessoal, uma entrevista presencial, o que não foi possível para este trabalho.

Outra impossibilidade para a obtenção de mais dados foi o fato de que algumas empresas nem sequer responderam ao convite, simplesmente ignoraram a solicitação.

Com relação ao curso de graduação de Engenharia da Computação, o aluno que tivesse acesso ao material, poderia expandir seus conhecimentos no assunto, de tal forma que o mesmo, ao final da faculdade, não estaria somente preparado para o desenvolvimento jogos em si, mas também estaria familiarizado com o mercado de sua região. Poderia, portanto, obter mais chances de sucesso em sua carreira profissional.

Uma sugestão vigente para um futuro trabalho a partir deste, poderia ser a utilização de novas tecnologias, como a Realidade Virtual, e sua contribuição para o desenvolvimento tecnológico do Brasil, analisando um possível uso dessa inovação aplicando em todas as empresas de jogos do país.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CAILLOIS, R. *Los juegos y los Hombre: la máscara y el verrtigos*. México, Editora Fondo de cultura económica, 1994.

CAPRARA, Andrea; PAES LANDIM, Lucyla. Etnografia: uso, potencialidades e limites da pesquisa em saúde. *Inteface-Comunicação, saúde e educação*. v.12, n. 25,p. 363-76, abr./jun. 2008.

Crawford C. (1982). *The Art of Digital Game Design*, Washington State University, Vancouver, 1982.

FERREIRA, Patrícia V. P. Afetividade e cognição. Disponível em:<
http://www.educadores.diaadia.pr.gov.br/arquivos/File/2010/artigos_teses/Pedagogia/jogo_teorias_do_desenvolvimento.pdf> Acesso em 20 de Outubro de 2017.

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HUIZINGA, J. *Homo Ludens: o jogo como elemento da cultura*. 5ª ed. [S1]: Perspectiva, 2003, p. 256.

Juul, J. *Half Real: Video Games between Real Rules and Fictional Worlds*, The MIT Press, 2005, ISBN: 0262101106.

MINAYO MCS. O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde.

7ª ed. São Paulo: Editora Hucitec. Rio de Janeiro: ABRASCO; 2006.

NORDESTE, Diário do. Disponível

em:<<http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/suplementos/tecno/online/empresas-cearenses-de-games-comecam-a-tornar-realidade-o-mercado-local-de-criacao-de-jogos-1.945300>> Acesso em 18 de Maio de 2017.

NORDESTE, TI. Disponível em:<<http://www.tinordeste.com/editorial/materia-de-capa/mercado-de-games-esta-em-alta-no-nordeste-e-atrai-atencao-de-investidores>> Acesso em 18 de Maio de 2017.

Conceituação de jogos Digitais. Fabiano Lucchese e Bruno Ribeiro. Disponível em:<<http://www.dca.fee.unicamp.br/~martino/disciplinas/ia369/trabalhos/t1g3.pdf>> Acesso em 19 de Maio de 2017.

Classificação dos jogos. Disponível em:<<https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/educacao/classificacao-dos-jogos/32047>> Acesso em 19 de Maio de 2017.

Entrevistas na Pesquisa Social: Um relato de um grupo de foco nas licenciaturas. Disponível

em:<http://www.pucpr.br/eventos/educere/educere2009/anais/pdf/3041_1475.pdf> Acesso em 19 de Maio de 2017.

TECNOLOGIA, Ciência e. Transformando a relação do ser humano com o mundo.

Disponível em:<<http://www.uel.br/grupo-estudo/processoscivilizadores/portugues/sitesanais/anais9/artigos/workshop/art19.pdf>> Acesso em 19 de Maio de 2017.

Jogos Eletrônicos Conceitos Gerais. Gilliard Lopes. Disponível em:<http://www-usr.inf.ufsm.br/~pozzzer/disciplinas/cga_8_classificacao_jogos.pdf> Acesso em 19 de Maio de 2017.

O impacto das novas tecnologias na sociedade: conceitos e características da Sociedade da Informação e da Sociedade Digital. Disponível

em:<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1533-1.pdf>> Acesso em 19 de Maio de 2017.

Jogos Eletrônicos no Brasil: indústria, mercado e o desafio da formação acadêmica para novos profissionais da comunicação digital. Disponível em:<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1328-1.pdf>> Acesso em 19 de Maio de 2017.

Jogos Digitais: definições, classificações e avaliação. Disponível em:<<http://www.dca.fee.unicamp.br/~martino/disciplinas/ia369/trabalhos/t1g1.pdf>> Acesso em 19 de Maio de 2017.

A popularização dos Smartphones e Tablets. Disponível em:<http://www.etehortolandia.com.br/novo/files/ptcc_smartphones.pdf> Acesso em 19 de Maio de 2017.

Produção, Desenvolvimento e Marketing de Jogos. Disponível em:<<http://producaodejogos.com/>> Acesso em 30 de Outubro de 2017.

Mapa da Indústria de Jogos. Disponível em:<<http://mapadaindustriadejogos.com.br/>> Acesso em 30 de Outubro de 2017.

Chamada Pública BRDE/FSA. Disponível em:<<http://www.brde.com.br/fsa/chamadas-publicas/producao/chamada-publica-brdefsa-prodav-142017/>> Acesso em 30 de Outubro de 2017.

Edital de Arte e Cultura Digital – Prêmio Ricardo Rosas (CE). Disponível em:<<http://www.iteia.org.br/jornal/edital-de-arte-e-cultura-digital-premio-ricardo-rosas-ce>> Acesso em 30 de Outubro de 2017.

Inovation. Collaboration. Experimentation. Disponível em:<<https://globalgamejam.org/>> Acesso em 30 de Outubro de 2017.

365 Indies Jam. Disponível em:<<https://365indies.com/>> Acesso em 30 de Outubro de 2017.

Battle Royale. Disponível em:<<http://battleroyalegames.com/>> Acesso em 30 de Outubro de 2017.

Entenda o que é *eSport* e saiba como ele virou uma febre mundial. Disponível em:<<http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2015/10/entenda-o-que-e-esport-e-saiba-como-ele-virou-uma-febre-mundial.html>> Acesso em 30 de Outubro de 2017.

1º Censo da Indústria Brasileira de Jogos Digitais. Disponível em:<
http://www.abragames.org/uploads/5/6/8/0/56805537/i_censo_da_industria_brasileira_de_jogos_digitais.pdf> Acesso em 20 de Novembro de 2017.

OLIVEIRA, Fabiano Napolini. Entrevistas com profissionais da área de *games*: Lucas Jerônimo. Disponível em:< <http://www.fabricaddejogos.net/posts/entrevistas-com-profissionais-da-area-de-games-lucas-jeronimo/>> Acesso em 20 de Novembro de 2017.

GIL, Robledo Lima. Tipos de pesquisa. Disponível em:<
<http://wp.ufpel.edu.br/ecb/files/2009/09/Tipos-de-Pesquisa.pdf>> Acesso em 20 de Novembro de 2017.

APÊNDICE A – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

QUESTIONÁRIO

- 1) Como surgiu a ideia de criar uma empresa de games?
- 2) Já tinha algum conhecimento de desenvolvimento de jogos, design, aplicações ou algo de tipo? Como foi feito?
- 3) Já fez algum estudo de mercado anteriormente? Sabia qual seria a demanda da sua cidade/região/estado sobre games? Se não fez, o mercado o adequou a isso?
- 4) Há muitas empresas de jogos em sua cidade/estado?
- 5) Já participou de algum evento de aceleração de desenvolvimento de jogos? Se sim, quais? O que colaborou para sua empresa?
- 6) Conhece alguma universidade/instituição de ensino que estimule os alunos à criação de games ou ir para este ramo do mercado?
- 7) Como está a empresa atualmente com relação ao público, projetos em andamento e organização de integrantes?
- 8) Há algum tipo específico de jogo que vocês são mais especializados ou que não são, ou seja, apresentem certa dificuldade em desenvolvê-lo?
- 9) Quais os tipos de games mais solicitados pelos clientes?
- 10) Procuram alguma parceria com alguma universidade, escola, empresa privada ou prefeitura? Se sim, quais seriam?
- 11) Quando escutam o nome Porto Digital, o que pensam?
- 12) O ramo estimula a competição de forma cooperativa ou competitiva?
- 13) Têm planos para um futuro próximo?
- 14) Se tivesse a chance de mudar sua sede para Pernambuco, onde está situado o Porto Digital, iria?
- 15) Pensam em ir para fora do Nordeste? Para regiões onde o mercado possui mais público.

- 16) Possuem interesse no mercado exterior?
- 17) Quais as tendências para o mercado (produtos, serviços)?
- 18) Quais regiões demandam mais desses tipos de produtos? Essas que estão começando a se destacar em demanda nesse ramo.
- 19) Quais as exigências profissionais para quem está nessa carreira?
- 20) Quais os principais desafios que o ramo enfrenta?
- 21) Qual o tipo de profissional você espera para que este trabalhe em sua empresa?
- 22) O que você espera de você para maximizar seu desempenho na sua empresa?
- 23) Algum conselho para quem deseja ingressar nesse ramo?