



INTRODUÇÃO AO GAME DESIGN

MÓDULO 0

INTRODUÇÃO AO CURSO DE GAME DESIGN

CONTEÚDO

1. Apresentação
2. Projetos lançados
3. Introdução ao Game Design
4. Objetivo do curso
5. Mercado de games
6. Dados sobre jogadores no Brasil
7. Oportunidades no mercado
10. Grandes empresas de games
11. Desenvolvedores Indies
12. Eventos de games no Brasil



SANDRO MORISHITA

Diretor de Produção e Game Designer na Sinergia Studios e coordenador do curso de Game Design da EBAC

sandro.morishita@ebac.art.br

<https://www.linkedin.com/in/sandro-junki-morishita-027a408/>

EDUCAÇÃO FORMAL

Graduação em Arquitetura e Urbanismo
Universidade Estadual de Londrina - 2004

CURSOS

Project Management
Stanford Continuing Studies - 2020

HISTÓRICO PROFISSIONAL

Diretor de Produção e Game Designer
Sinergia Studios - 2014

Fundador, Produtor e Game Designer
Aplay Studios - 2012

Produtor e Game Designer
Dreams on Demand - 2011

Produtor e Game Designer
Glu Mobile - 2010

Game Designer e QA
Ubisoft São Paulo - 2009

PROJETOS LANÇADOS



VIGILANTE RANGER

PlayStation VR, Oculus Rift, Oculus Go e Gear VR





A BELEZA SOMBRIA DOS MONSTROS: 10 ANOS DE A ARTE DE TIM BURTON

Oculus Go

ARMY OF ROBOTS

iOS e Android





tiny FORCE

TINY FORCE DELUXE

PC Steam, iOS e Android

MICHAEL JACKSON

THE EXPERIENCE



MICHAEL JACKSON: THE EXPERIENCE

Nintendo DS e Sony PSP



www.pegi.info



INTRODUÇÃO AO GAME DESIGN

EBAC

OBJETIVOS DO CURSO

O objetivo do curso é ensinar os **fundamentos da área de game design**, seus processos e conceitos para a criação de jogos digitais.

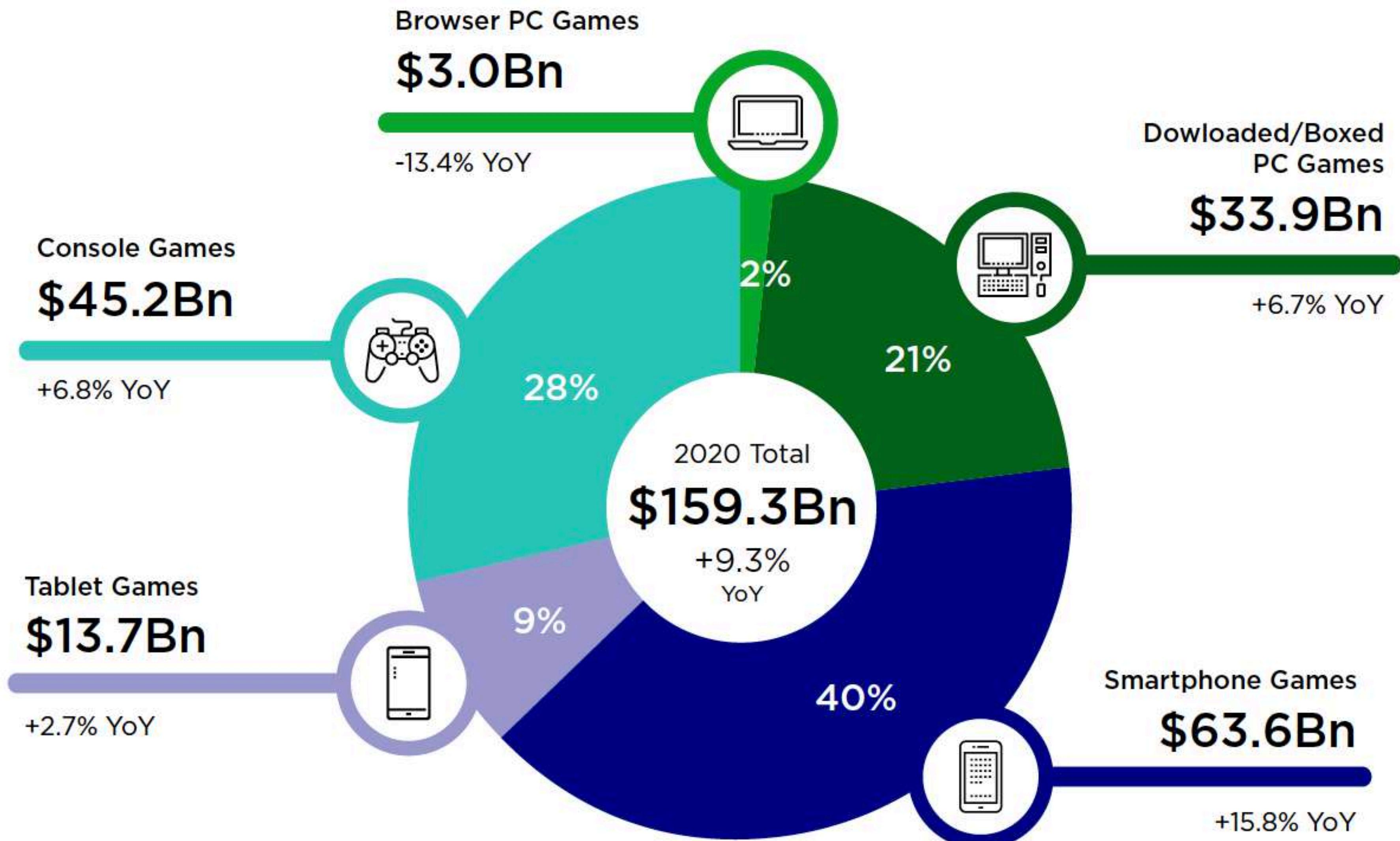
Neste curso você irá aprender como os jogos são planejados e estruturados, como é o seu desenvolvimento, **desde a idéia até o seu lançamento**.

E aprender a redigir o **Documento de Game Design**, que é a forma como o Game Designer desenvolve e organiza todas as idéias relacionadas ao jogo, de maneira simples e prática, para ser compartilhada com todos os membros da equipe de desenvolvimento.



O MERCADO DE GAMES

2020 Global Games Market Per Segment

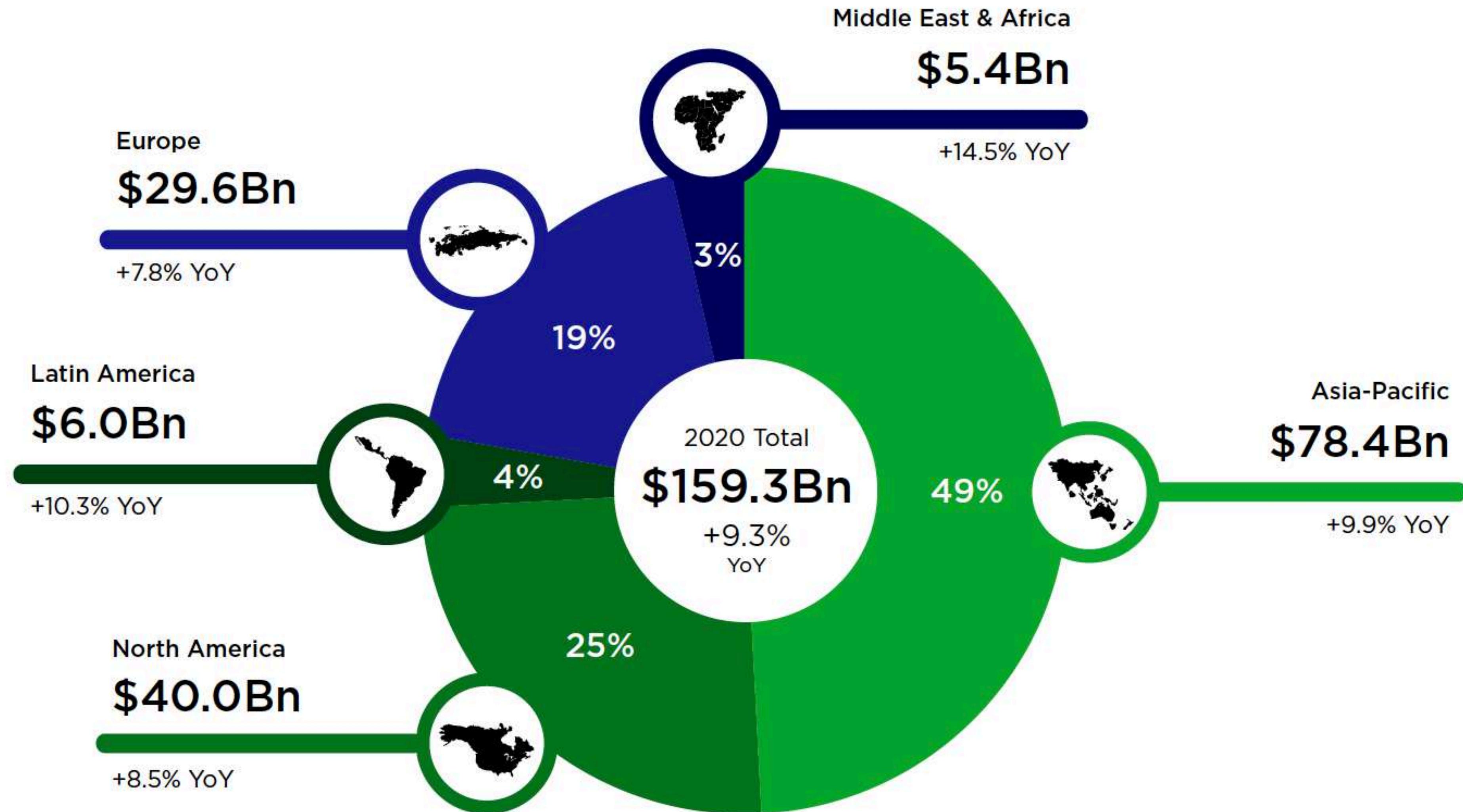


Fonte

newzoo.com/gamesreport

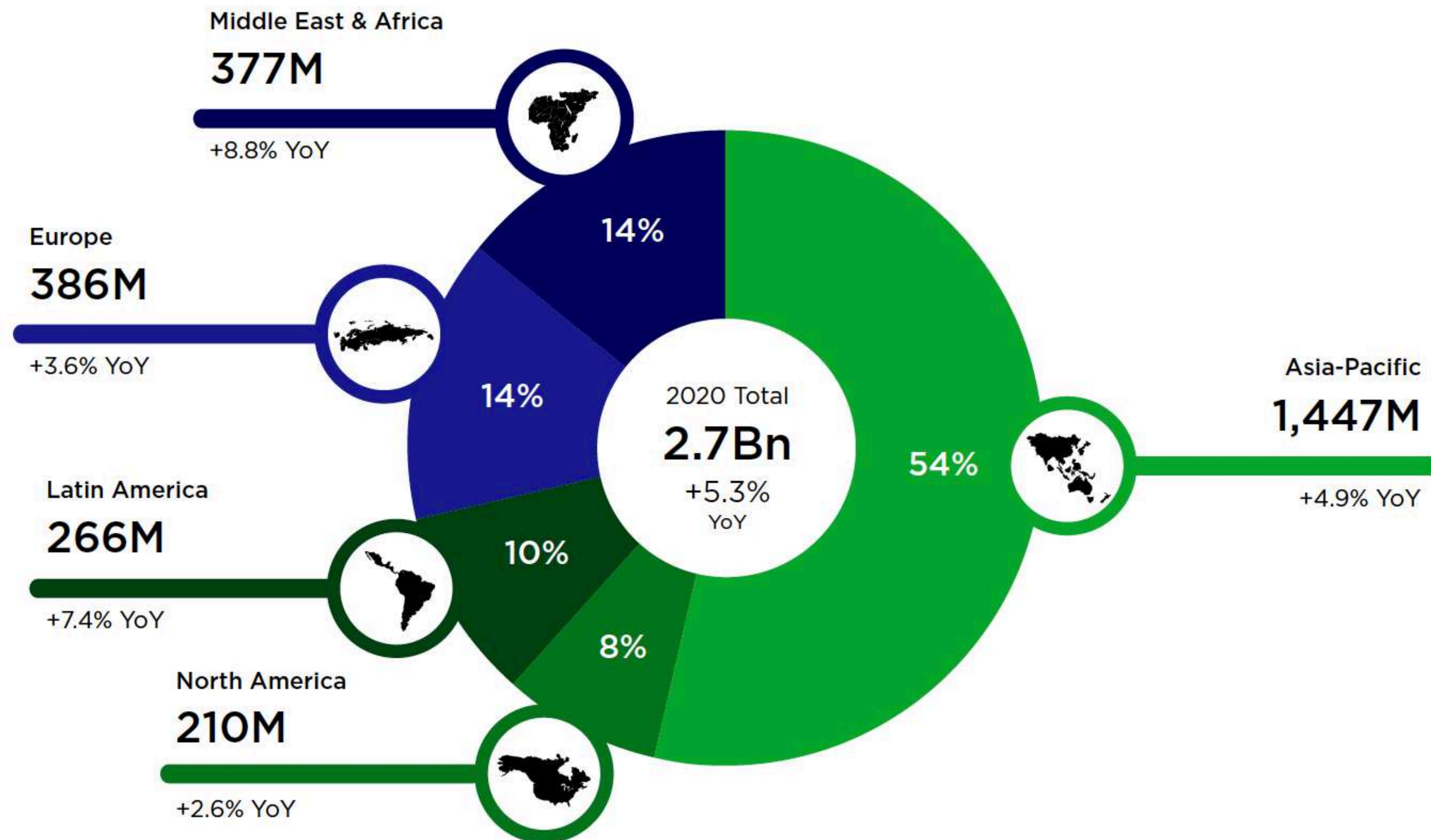
2020 Global Games Market

Per Region



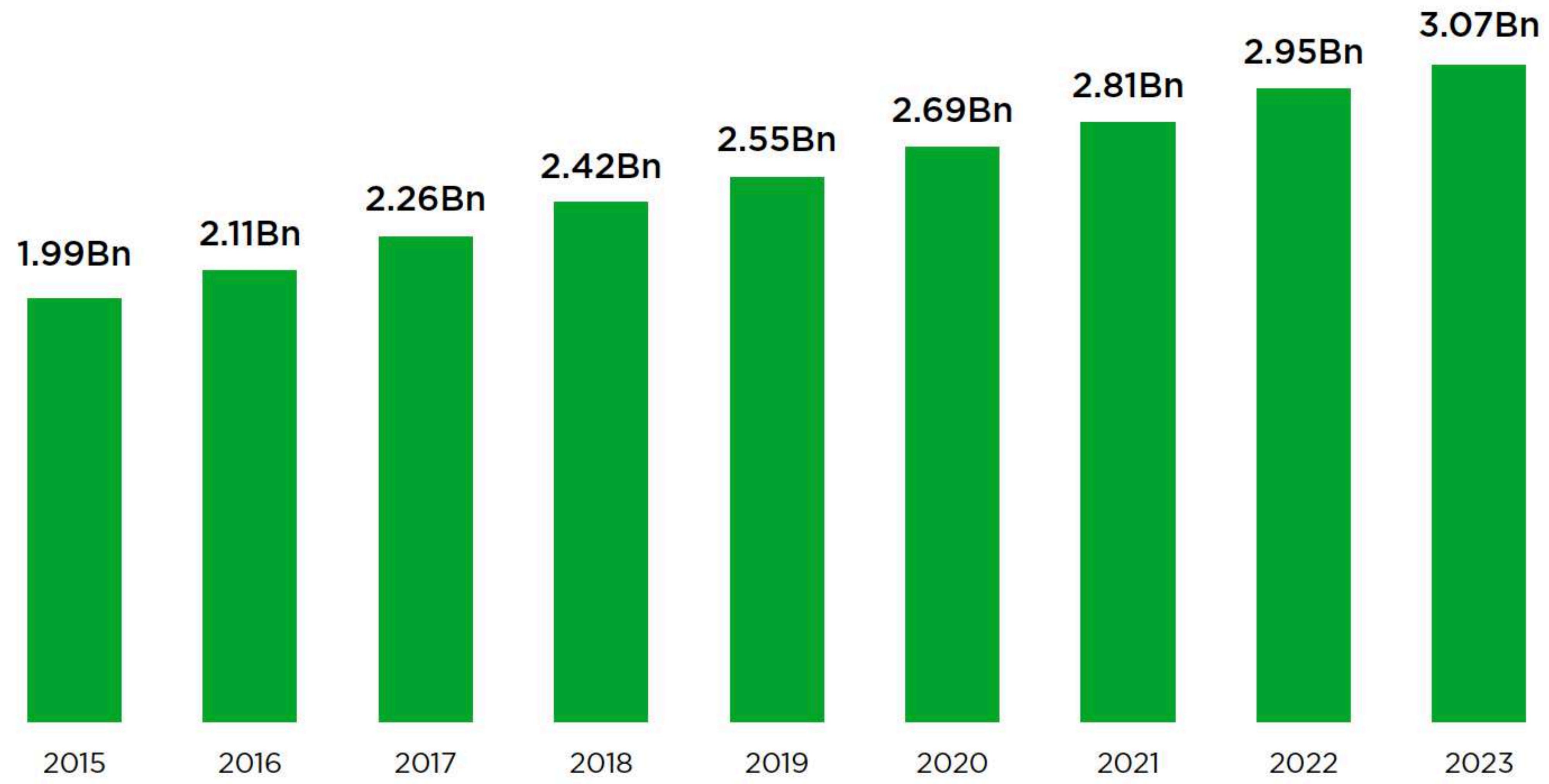
2020 Global Players

Per Region



Global Player Forecast

2015-2023



Fonte

newzoo.com/gamesreport

Top 50 Public Companies 2019

Rank	Company	HQ	Q1 (\$M)	Q2 (\$M)	Q3 (\$M)	Q4 (\$M)	2019 (\$M)	YoY Growth
1	Tencent	CN	5,096	4,936	5,213	5,300	20,545	10%
2	Sony	JP	3,452	2,865	3,047	3,769	13,133	-8%
3	Apple	US	2,435	2,564	2,946	2,887	10,832	14%
4	Microsoft	US	2,243	1,980	2,219	2,831	9,273	-4%
5	Google	US	1,737	1,788	1,948	1,877	7,350	13%
6	NetEase	CN	1,725	1,665	1,680	1,690	6,759	16%
7	Activision Blizzard	US	1,706	1,279	1,107	1,749	5,841	-15%
8	EA	US	1,238	1,209	1,348	1,593	5,388	2%
9	Nintendo	JP	885	769	1,109	2,191	4,954	13%
10	Bandai Namco Entertainment	JP	909	632	726	701	2,968	2%



Total **30,762** **28,404** **30,852** **34,446** **124,464** **5.3%**



DADOS SOBRE OS JOGADORES NO BRASIL

- 
- 75.7 milhões de jogadores
 - Faturamento de US\$ 1,8 bilhão ao ano
 - Brasil é o 13º maior mercado de games do mundo
 - Previsão de crescimento de 5,4% até 2022



Qual é o seu **sexo**?



O público feminino continua sendo **maior** que o masculino.

2020

53,8% | 46,2%

2019

53,1% | 46,9%

A liderança das mulheres no consumo de jogos eletrônicos se mantém desde **2016**, retrato da popularidade dos games e da sua massificação - em especial no segmento mobile e casual.

Fonte

PESQUISA GAME BRASIL 2020



Em qual **faixa etária** você se enquadra?



Segundo os dados oficiais do IBGE*, a população brasileira é concentrada na faixa dos 15 aos 39 anos. Como notamos que o **hábito de jogar games é bem difundido em toda população, é esperado que a faixa de idade do Jogador brasileiro** aqui apresentada seja convergente. Os dados da PCB** reforçam ideia de que jogar games não é uma atividade apenas das crianças e adolescentes, enfraquecendo o velho paradigma**.



Tem o **costume** de jogar algum tipo de jogo?



Sim, Jogos eletrônicos (celular, console, PC...)

73,4 %

Sim, Jogos de Tabuleiro

27,9 %

Sim, Jogos de Carta

32,2 %

Sim, Esportes (jogos de quadra: futebol, tênis, qualquer um)

28,1 %

Não costumo jogar

13,5 %

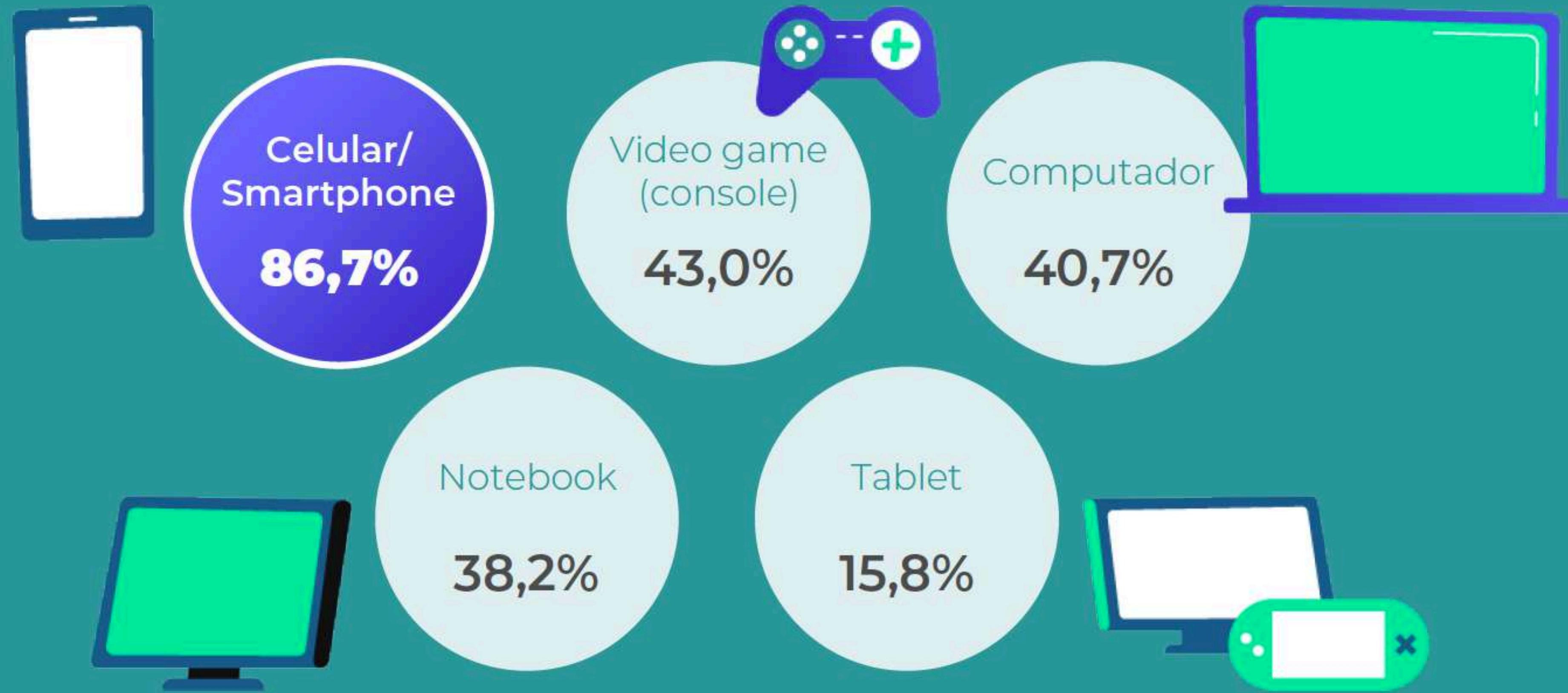
A pesquisa revelou que 73,4% dos brasileiros jogam jogos eletrônicos, independentemente da plataforma – um crescimento de **7,1 pontos percentuais** em relação ao ano passado.

Fonte

PESQUISA GAME BRASIL 2020



Em quais destas **plataformas** costuma jogar?



Os brasileiros costumam jogar principalmente no smartphone, com 86,7% da preferência, aumentando **3,7 pontos percentuais** em relação a 2019. Em seguida vem o videogame, com 43%, e o computador, com 40,7%.

Fonte

PESQUISA GAME BRASIL 2020

Mulheres

61,9%

35,2%

tem entre
25-34 anos



• **60,8%**
preferem jogar no Mobile

A maior parte do público Gamer Casual é feminino e a plataforma preferida de jogo é o smartphone.

Ser Casual não significa jogar pouco: costumam jogar até três vezes por semana em sessões de até 3 horas.



• **34,7%**
possuem + 50 Mb de
velocidade de internet



• **77,2%**
gostam de assistir filmes de
comédia



• **33,3%**
comem Snacks
enquanto jogam



• **62,6%**
assinam Netflix

Perfil do Casual Gamer



Perfil do Hardcore Gamer

Homens

61,3%

39,2%

tem entre
16-24 anos



• **34,4%**
preferem jogar
no Mobile

• **41,9%**

possuem + 100 Mb de
velocidade de internet



• **37,6%**
comem Snacks
enquanto jogam



• **74,1%**
gostam de assistir filmes
de ação



• **68,5%**
assinam Netflix

Pela primeira vez a maioria dos Hardcore Gamers afirmaram que o smartphone é sua plataforma preferida, superando o videogame, líder na edição anterior.

Hardcore Gamer é um traço do perfil diretamente relacionado a preferência no hábito de consumo no momento de entretenimento.

Fonte

PESQUISA GAME BRASIL 2020

PG 20



Em **quais locais** acontece seu principal momento de consumo de jogos de smartphone/tablet?

Em casa

92,4%

No trabalho

2,9 %

Em trânsito/em deslocamento

2,9 %

Na escola/estabelecimento de ensino

0,8%

Outros

0,7%

Lan house

0,3%

Mesmo com toda a mobilidade que a categoria smartphone permite aos jogadores, **jogar em casa é o local mais popular** no momento de consumo.



Fonte

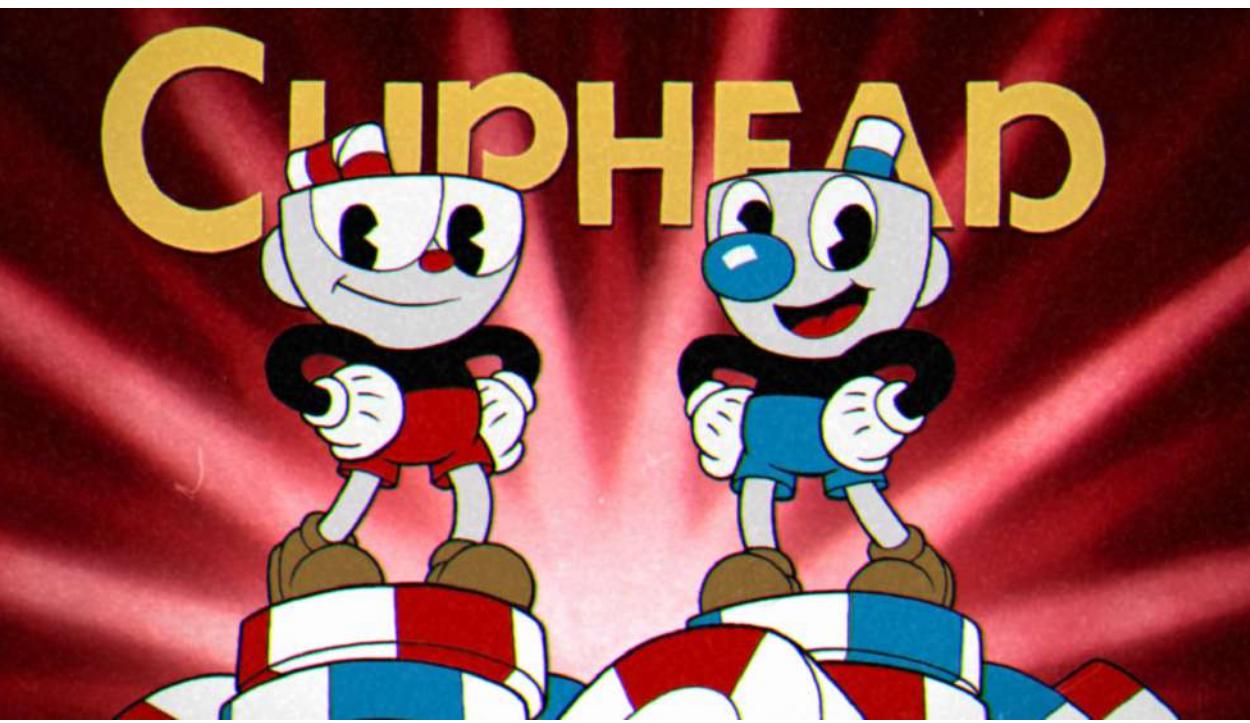
PESQUISA GAME BRASIL 2020

OPORTUNIDADES NO MERCADO

GRANDES EMPRESAS DE GAMES



DESENVOLVEDORES INDIES



EVENTOS DE GAMES NO BRASIL

- Número de empresas de games no Brasil: 375*
- Eventos no Brasil voltados a indústria de games:
 - **BIG Festival**
 - **Brasil Game Show**
 - **Game XP**
 - **Hyper Festival**
 - **CCXP**
 - **Outros**



Fonte

Censo da Indústria Brasileira de Jogos Digitais

**“UM JOGO É UMA
SÉRIE DE
ESCOLHAS
INTERESSANTES”**

SID MEIER, CIVILIZATION

