



# INTRODUÇÃO AO GAME DESIGN

EBAC





# 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](mailto: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





The image is a screenshot from the VR game Vigilante Ranger. It depicts a large, brown, mechanical boss with multiple arms and glowing green eyes. The boss is firing a red laser beam from its central eye. Two smaller, black, rocket-like enemies are flying in the sky. The background is a bright blue sky with white clouds and a desert landscape with orange rocks. A UI overlay at the top shows a red health bar at 20% and a green shield icon with the number 0. A 'BOSS' label is visible in the bottom right corner.

20%

0

# VIGILANTE RANGER

PlayStation VR, Oculus Rift, Oculus Go e Gear VR

BOSS









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

Oculus Go









# ARMY OF ROBOTS

iOS e Android









# TINY FORCE DELUXE

PC Steam, iOS e Android







# MICHAEL JACKSON

## THE EXPERIENCE



**MICHAEL JACKSON: THE EXPERIENCE**

Nintendo DS e Sony PSP









# INTRODUÇÃO AO GAME DESIGN

EBAC

LANO.PHOTOGRAPHY



# 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.



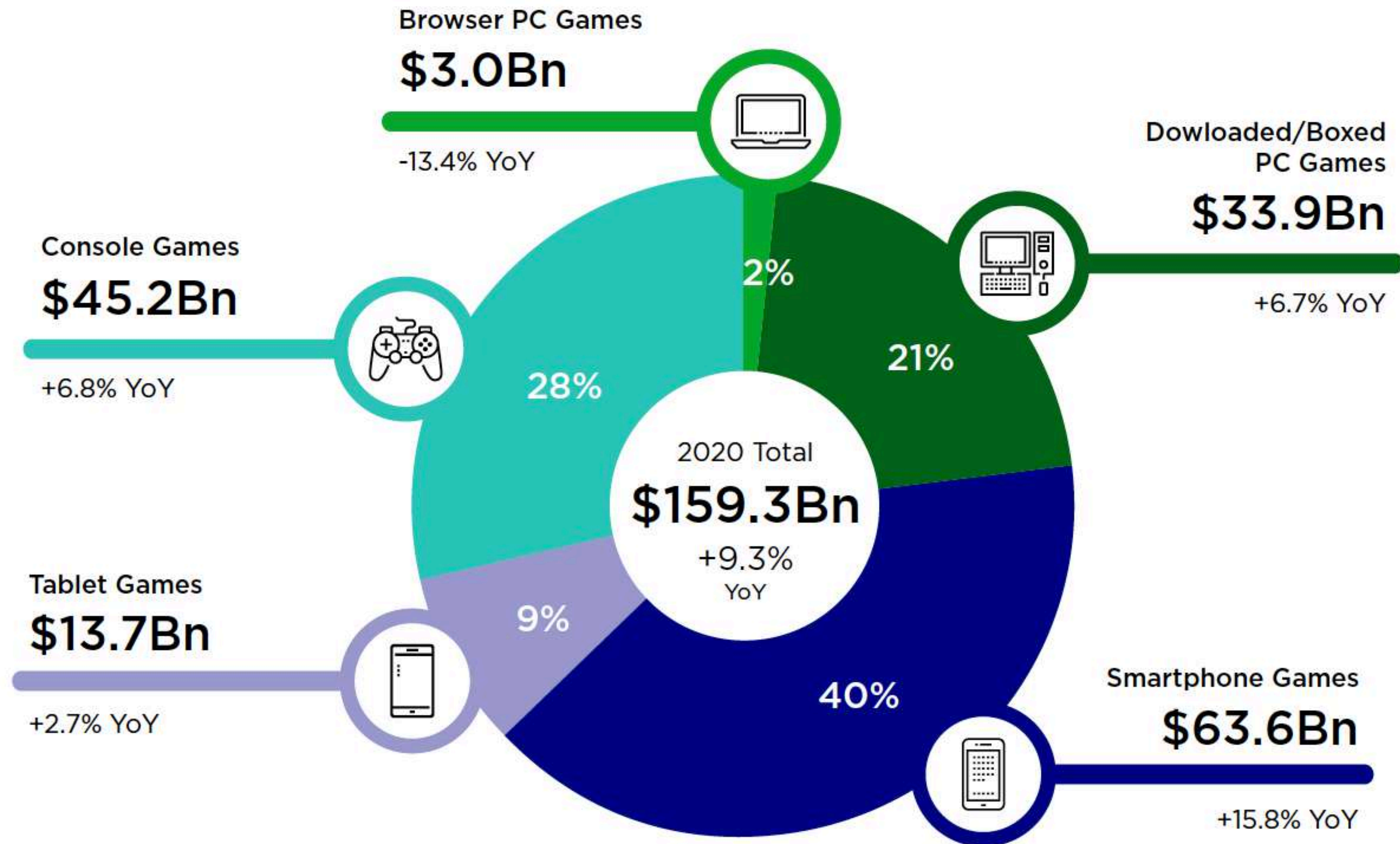


# O MERCADO DE GAMES



# 2020 Global Games Market

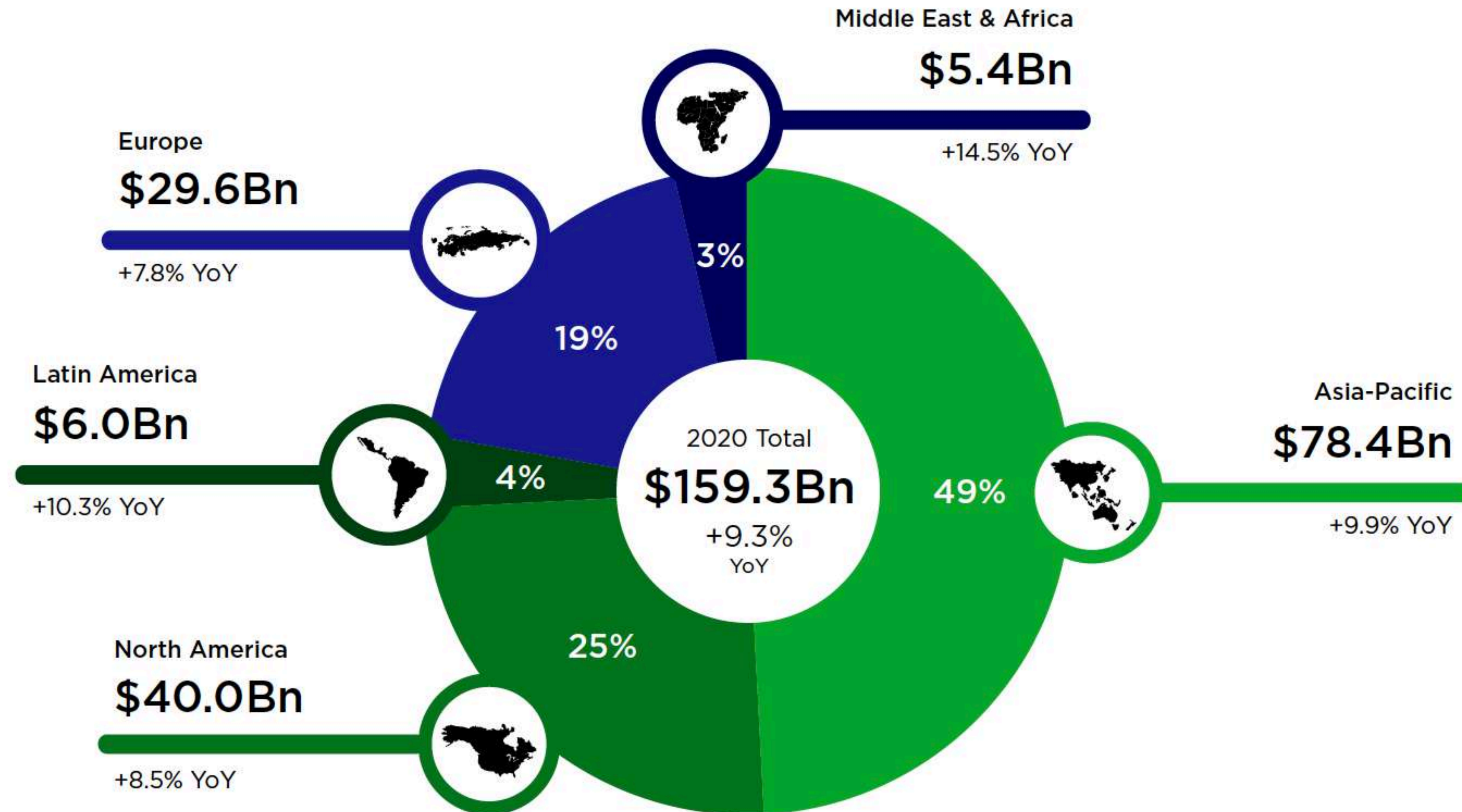
## Per Segment





# 2020 Global Games Market

Per Region



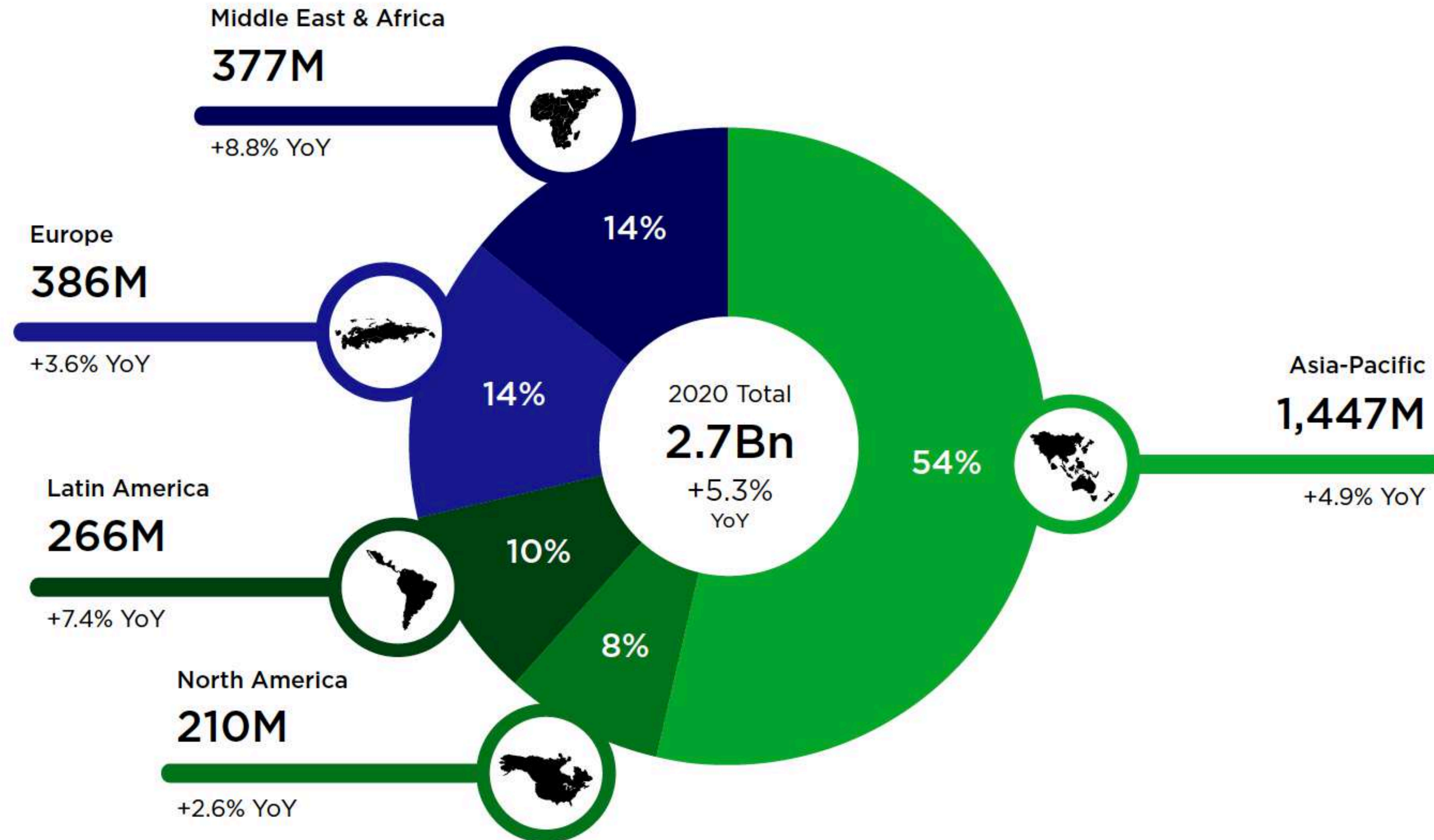
Fonte

[newzoo.com/gamesreport](http://newzoo.com/gamesreport)



# 2020 Global Players

Per Region



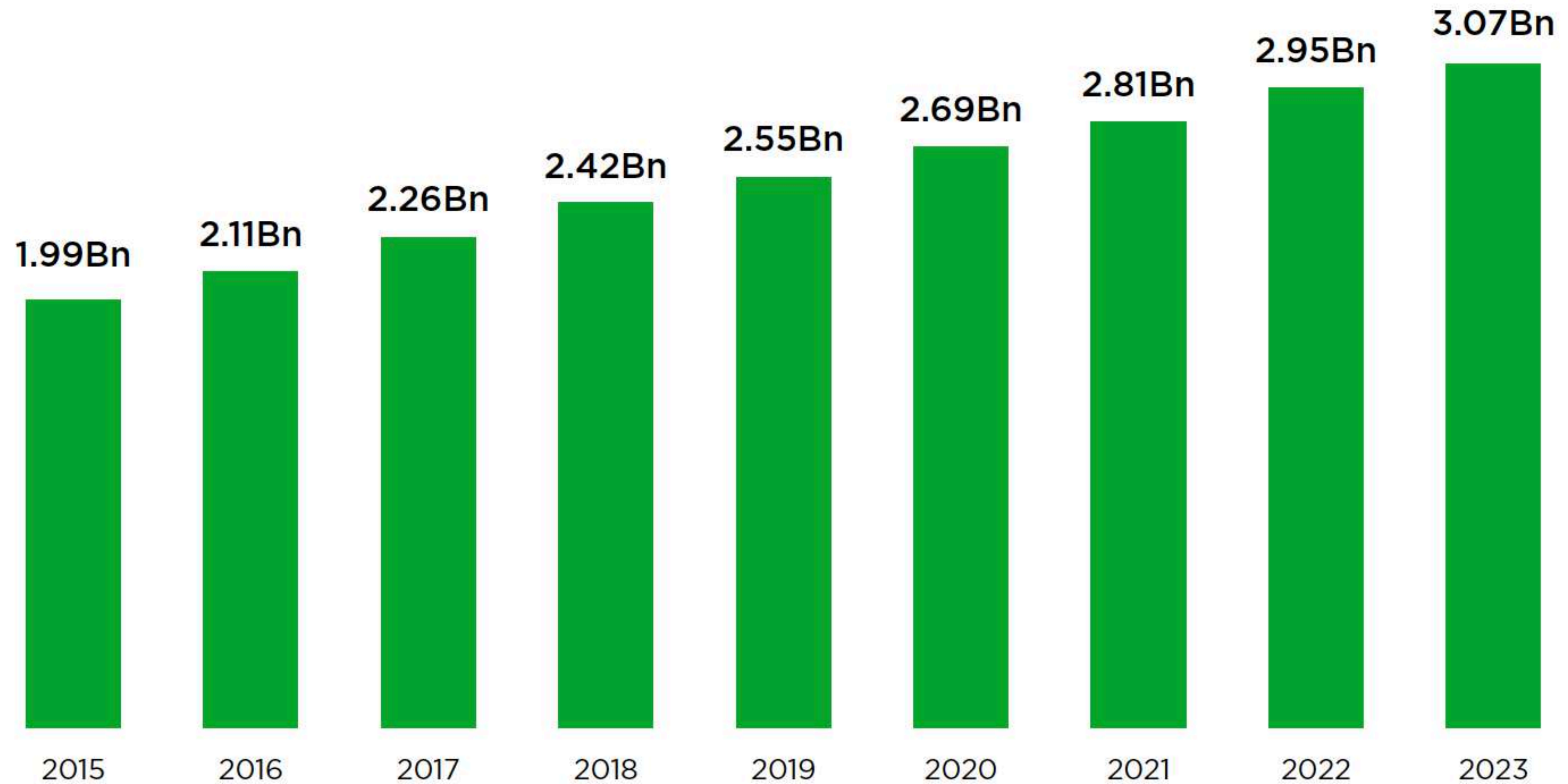
Fonte

[newzoo.com/gamesreport](http://newzoo.com/gamesreport)



# Global Player Forecast

2015-2023




Fonte

[newzoo.com/gamesreport](http://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%



A close-up shot of a person's hands holding a black PlayStation 4 DualShock 4 controller. The person is playing a soccer game, as evidenced by the green field and blue players visible on the TV screen in the background. The TV screen is slightly out of focus, showing a soccer match in progress. The text "DADOS SOBRE OS JOGADORES NO BRASIL" is overlaid at the bottom of the image in a white, bold, sans-serif font.

**DADOS SOBRE OS JOGADORES NO BRASIL**



- 
- A wide-angle, high-angle shot of a massive gaming convention hall. In the foreground, a large crowd of people is gathered, many looking towards a large screen on the left. The screen displays a game with two characters, one in a blue and white outfit and another in a purple and white outfit. To the right of the screen, a green wall features the Xbox logo and the hashtag #XboxNaGS. In the background, a large crowd is visible, and a sign for the Xbox booth is hanging from the ceiling. The hall has a high ceiling with exposed steel beams and lights.
- 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.





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



16 a 24  
anos  
**34,6%**

25 a 34  
anos  
**34,7%**

35 a 54  
anos  
**24,7%**

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 PGB\*\* 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 %

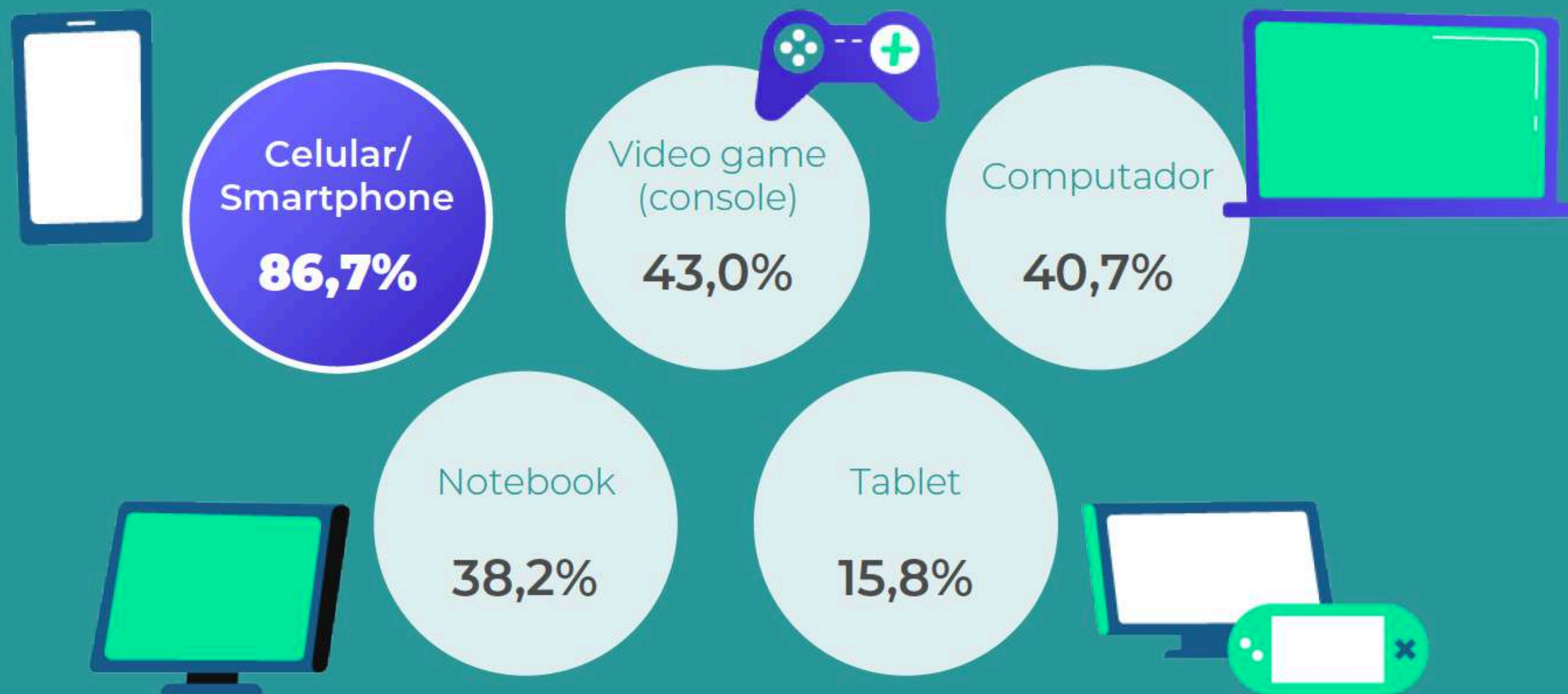


A pesquisa revelou que 73,4% dos brasileiros jogam jogos eletrônicos, independentemente da plataforma – um crescimento de **7,1 pontos percentuais** em relação ao ano passado.





## 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%.



## Perfil do Casual Gamer

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



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



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



• **62,6%**  
assinam Netflix

## 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.





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

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

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%





**OPORTUNIDADES NO MERCADO**

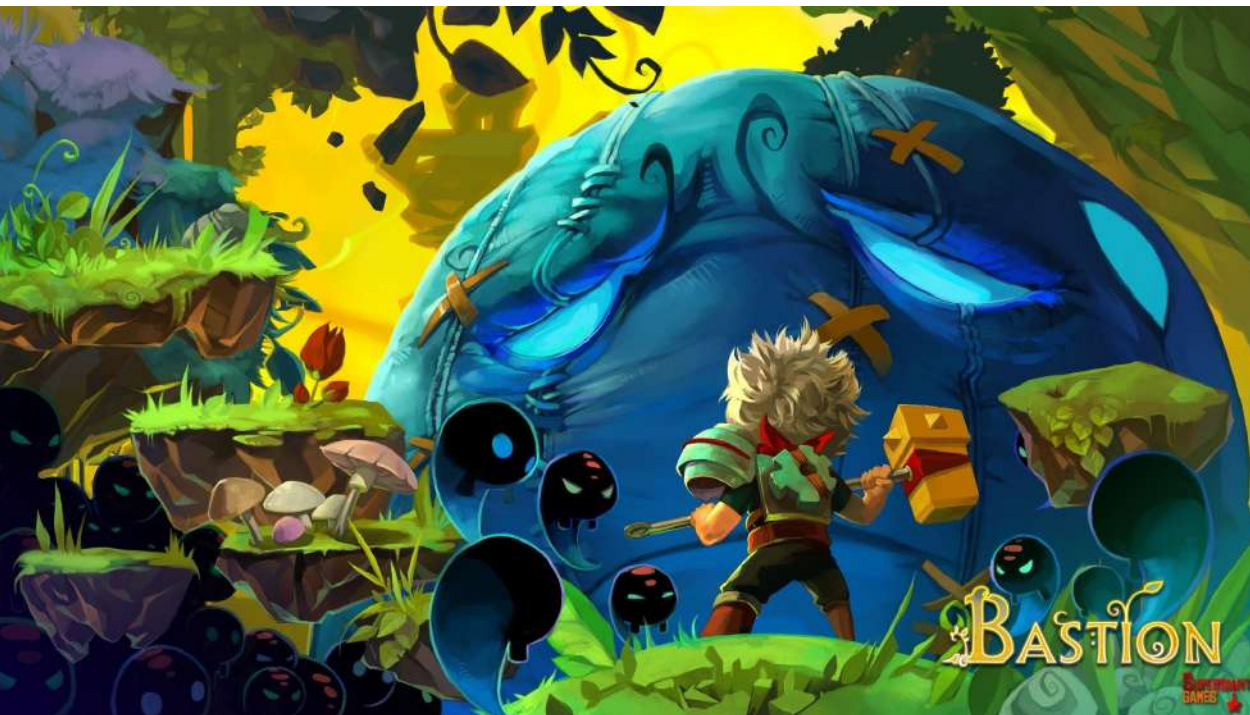


# GRANDES EMPRESAS DE GAMES





# 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





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

**SID MEIER, CIVILIZATION**

