

# A ASCENSÃO DOS JOGOS MÓBIL

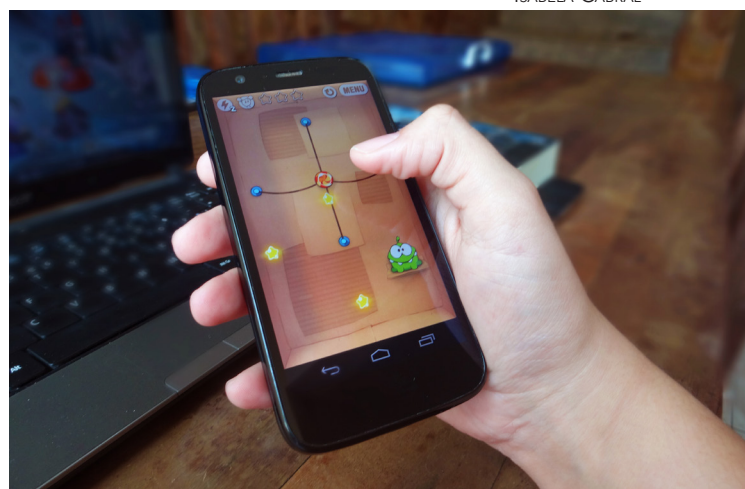
*Acessibilidade, um alcance a nível global, rápidas inovações tecnológicas e um forte fator social estão impulsionando a indústria dos jogos para dispositivos móveis, um modo de jogar que conquista os mais diversos públicos*

**ISABELA CABRAL E BERNARDO COUTO**

Ele está na tela do smartphone do homem de meia idade perto de você no ônibus. Na do seu colega de classe entediado com a aula. Na do tablet da menina de uns cinco anos almoçando com a família na mesa ao lado no restaurante. Na sua tela, enquanto você espera no consultório do dentista. E na do celular da sua tia, que você não vê nunca, mas de quem recebe notificações pedindo “vida” no Facebook todo dia. Esse é o jogo mobile, aquele para smartphones e tablets, uma forma de entretenimento que atinge uma quantidade e variedade de consumidores cada vez maior no mundo todo. Em 2013, cerca de 1,33 bilhões de jogadores geraram mais de 17 bilhões de dólares, o que representa 23% do mercado global de jogos eletrônicos. É o segmento que mais cresce. O instituto de pesquisas do mercado de games Newzoo estima que essa parcela vai chegar a 34% em 2017, com uma receita anual de 35 bilhões de dólares e 1,82 bilhões de jogadores.

A expressividade do setor está atrelada ao fenômeno dos smartphones. Se antes o consumo de games, restrito a consoles de videogame e computadores, exigia dedicação exclusiva a essa atividade durante um período de tempo num determinado local, atualmente é possível jogar a qualquer hora, em qualquer lugar. Além disso, ao contrário dos videogames, os dispositivos móveis têm alcance global. Desse modo, o público se expande. Gente que não cogitaria comprar um PlayStation ou Xbox, por exemplo, está jogando *Candy Crush* nas horas vagas. É o caso de Laura Macedo, funcionária pública de 59 anos.

– “Jogo no iPad quase todo dia à noite, quando estou vendo novela”, conta. Laura nunca teve paciên-



*Jogos casuais, como Cut the Rope, predominam na preferência dos usuários*

cia para jogos mais complexos, mas gosta da praticidade dos jogos mobile.

De acordo com Breno Maciel, doutorando em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), a diversidade de recursos presentes no celular hoje o transformou num centro multimídia individual que se encontra ao acesso da mão o tempo todo.

– “Esse aparelho ganha papel fundamental não apenas para a comunicação entre as pessoas. Você tem, no bolso, um dispositivo prático, com boa capacidade de processamento, memória, resolução de tela, conectividade com outros jogadores. Isso possibilita jogar nos momentos em que você se locomove.

A função de maior evidência dos jogos mobile é a de passatempo. Seja no smartphone ou no tablet, o psicólogo e estudante de jornalismo Fábio Peixoto joga diariamente.

ISABELA CABRAL



Laura Macedo gosta de jogar no iPad enquanto assiste TV



Mariana Cabral não abre mão dos jogos no celular para matar o tempo

– É uma boa distração para quando estou dentro do transporte público ou esperando alguém na rua.

Outro ponto-chave é a integração com as redes sociais. Para engajar as pessoas, muitos games se aproveitam do potencial da internet móvel e associam sua própria dinâmica a esses serviços. Alguns têm uma versão para celular e outra para web. Jogar em rede não é novidade, mas a oportunidade de interagir num jogo com sua lista de contatos do Facebook, que inclui grande parte do seu círculo social, proporciona uma nova dimensão ao processo. Jogadora assídua dos famosos Subway Surfers e Pou, a estudante Mariana Cabral, de 15 anos, afirma:

– A integração de um jogo com o Facebook me faz ficar mais competitiva.

O designer de games Felipe Barcellos, assim como o pesquisador Maciel, destaca a importância da competição para a difusão de um jogo.

– Queremos compartilhar tudo que fazemos. As redes sociais facilitam muito a colaboração e a disputa entre jogadores.

## Como eles faturam

São três as opções para financiar um jogo para plataformas móveis. Ele pode ser pago: o jogador

compra o game na loja de aplicativos de seu respectivo sistema operacional e tem a garantia do acesso completo e de que não vai ser incomodado por anúncios. Ele também pode ser *freemium*: o que significa que é disponibilizado para download de graça. Porém, as ações dentro do jogo ficam limitadas caso novos itens ou níveis não sejam comprados. E ele pode ser gratuito, o que implica na presença de anúncios. O modelo de negócios chamado *free-to-play*, que abrange jogos *freemium* e gratuitos, gera mais de 90% da receita do mercado mundial de jogos mobile, segundo a Casual Games Association.

Laura, Mariana e Fábio nunca pagaram por um jogo para seus smartphones ou tablets. Fábio diz que ainda não aconteceu, mas caso se deparasse com um que desejasse muito, compraria sem problemas. Já a fisioterapeuta Renata Graniti, acostumada a jogar games casuais para passar o tempo, acredita que pagar por isso é exagero.

– Ainda não estou nesse nível.

Eles fazem parte dos 71%, conforme dados do Newzoo, dos jogadores de dispositivos móveis que nunca gastaram dinheiro nesse tipo de entretenimento.

Maciel explica que os hábitos financeiros dos jogadores estão, com frequência, relacionados aos sistemas



*Yuri Hernandez se irrita com os insistentes convites para jogos nas redes sociais*

operacionais que utilizam. Os públicos do iOS e do Android, os dois mais populares, têm perfis diferentes. Os usuários dos aparelhos da Apple são mais propensos a pagar por aplicativos em geral, enquanto os do sistema do Google preferem não pagar.

– É uma questão da diversidade do universo de cada plataforma, pois existem desde celulares com Android bem modestos até aqueles mais caros que os iPhones, que são mais padronizados.

As estatísticas divulgadas pela empresa de pesquisa IDC e pela App Annie comprovam. Apesar de estar em 14,8% dos smartphones, contra os dominantes 80,2% com Android, o iOS tem a loja de aplicativos mais lucrativa. No primeiro trimestre de 2014, ela gerou uma receita 85% maior do que a concorrente. Desses rendimentos, 75% vêm dos games.

## O mercado brasileiro

O Brasil é líder no setor de jogos on-line e mobile na América Latina. Uma pesquisa da SuperData revela que ele é responsável por 34% das vendas na região, seguido pelo México e pela Argentina. Até o fim do ano, o segmento deve movimentar 1,5 bilhão de

dólares. Com 39 milhões de adeptos aos jogos para dispositivos móveis, o mercado nacional chama atenção por seu potencial. A presença dos smartphones no país cresce acima das previsões. De acordo com a Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica, eles já são 46,8 milhões.

Não só de consumo vive o mercado brasileiro de jogos mobile. Ainda que timidamente, também produzimos games. Barcellos garante que muita coisa está acontecendo no Brasil, nesse campo.

– Tem alguns jogos que estão há anos em produção e são bastante aguardados.

Segundo o designer, estão surgindo aqui plataformas de distribuição novas, e existe até uma rede social para promover parcerias entre desenvolvedores. Ele fala ainda do aumento dos cursos e graduações na área.

– No Brasil, alcançamos uma geração jovem, cheia de ideias e com poder tecnológico bem grande. É muito mais fácil colocar uma ideia em prática hoje em dia.

Felipe Barcellos é um dos que tomou parte nessas inovações. Ele está no time que desenvolveu o jogo mobile Wake Woody Infinity, disponível para Android, iOS e Windows Phone. Trata-se de uma segunda versão do game que foi premiado em 2013 no Simpósio Brasileiro de Games e Entretenimento Digital. No jogo, um cãozinho faz manobras radicais de wakeboard enquanto avança sobre a água vencendo obstáculos e conquistando moedas. Ele corre indefinidamente, sem uma estrutura de fases. A equipe criadora é do Instituto Nokia de Tecnologia, instituição de pesquisa e desenvolvimento independente – não há vínculo com a Nokia – sediada em Manaus, capital do Amazonas. O projeto é o queridinho da casa e ainda recebe melhorias.

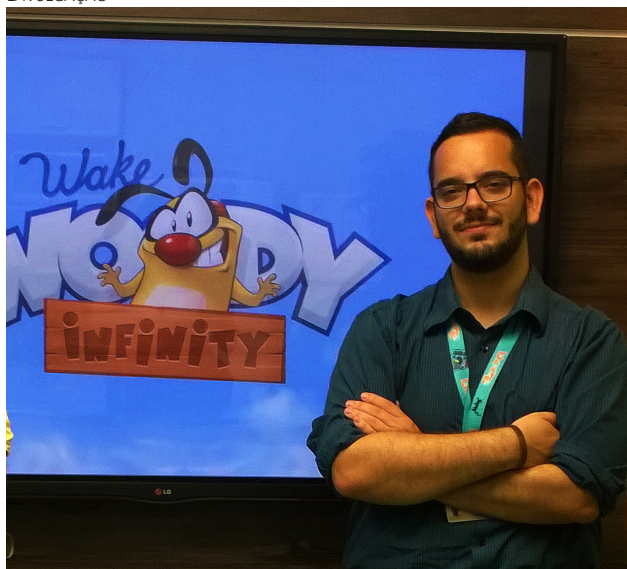
## O quão sofisticado pode ser um jogo mobile?

Diante de um público tão amplo e variado, surge uma vasta diversidade de gêneros de jogos.

– Tem jogo de tudo e para todos.

Englobando os mais diferentes jogos, os casuais são os mais populares. Tratam-se daqueles que não exigem comprometimento e podem ser jogados em pequenas doses, a qualquer instante. O estudante de Comunicação Yuri Hernandez é fã desse tipo de jogo no celular e no tablet, mas encara com ceticismo a possibilidade de jogos mais elaborados nesses aparelhos. Ele prefere os console do PlayStation 3:

– São bem mais desenvolvidos, não tem comparação.



O designer Felipe Barcellos que desenvolveu o jogo Wake Woody Infinity

No entanto, Barcellos assegura que as oportunidades de criação são muitas e não há restrições. Seja em termos de narrativa e jogabilidade ou de sofisticação visual, os especialistas concordam que jogos mobile mais complexos têm espaço.

– Tem jogos de RPG (role-playing game), que são super densos e demorados, tem coisas em 3D.

Existem ainda os títulos que se diferenciam ao empregarem bem as características próprias desses equipamentos, como o tamanho, a tela de toque e o acelerômetro. Segundo Barcellos, a plataforma mobile tem evoluído tão rápido que é muito fácil adaptar um jogo de console para esse meio. Essa importação é um fenômeno que já pode ser notado com frequência no mercado. Clássicos como Final Fantasy, The Sims e Sonic são alguns exemplos.

## Cultura da convergência

Maciel destaca também o movimento que ocorre da indústria cinematográfica para a de games, ambas de volume financeiro muito representativo. Ao lançar um filme *blockbuster*, em especial de super-heróis, a maioria dos estúdios lança, simultaneamente, um jogo para dispositivos móveis. Os games das continuações de *Capitão América* e *Thor*, filmes da Marvel que já vêm dos quadrinhos, e da série *The Walking Dead* são casos recentes.

– Esses jogos relacionados a franquias, via de regra, são de ótima qualidade e são grátis, já que a ideia é promover o filme.



Originado do filme de mesmo nome, *Captain America: The Winter Soldier* é um jogo mobile bastante complexo

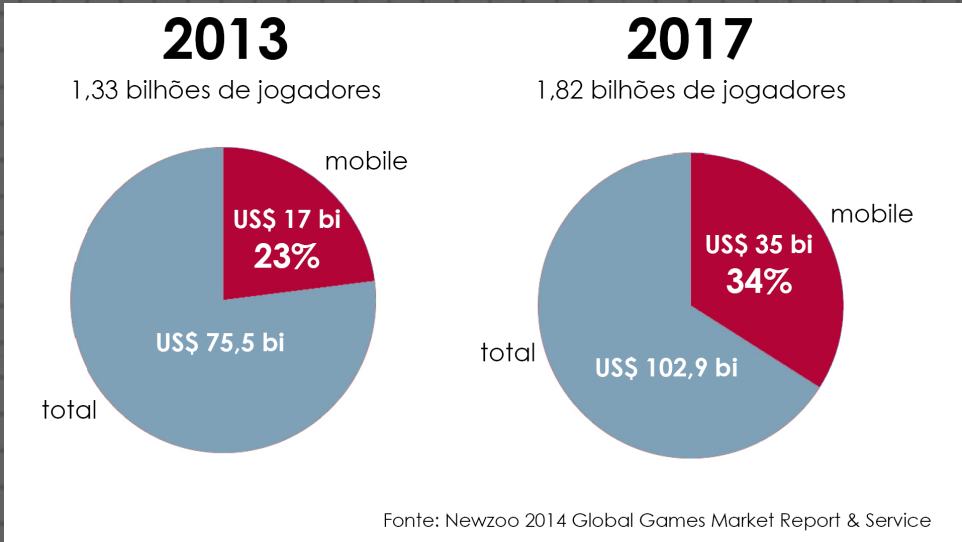


A franquia de RPG de aventura *Infinity Blade* traz gráficos de altíssima qualidade e uma jogabilidade diferente

Com esses fluxos, entramos no campo da convergência, como aponta o pesquisador. A narrativa transmídia ocorre quando uma história se estende por várias plataformas, ampliando a experiência do consumidor desses conteúdos. Além dos filmes e séries que viram jogos mobile, há também o contrário. Lançado em 2009 pela finlandesa Rovio, *Angry Birds* rapidamente cresceu e se estabeleceu no topo dos rankings dos mais baixados. Vieram então novas versões, incluindo uma do filme *Rio* e outra da saga *Star Wars*. No ano passado, os passarinhos foram parar na televisão, na forma de desenho animado. O jogo se tornou uma marca muito forte, presente em todo tipo de produto: livros, brinquedos, jogos de tabuleiro, doces, bebidas, brinquedos e até parque temático. Caso excepcional de sucesso, *Angry Birds* é um marco para os jogos destinados a smartphones e tablets.

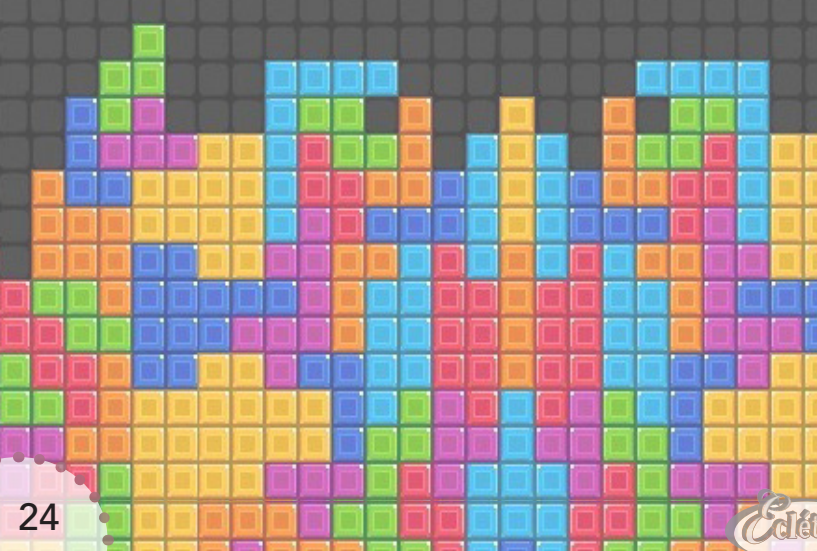
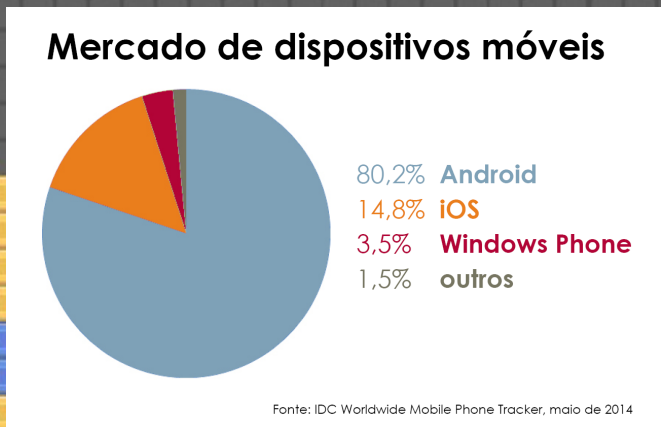
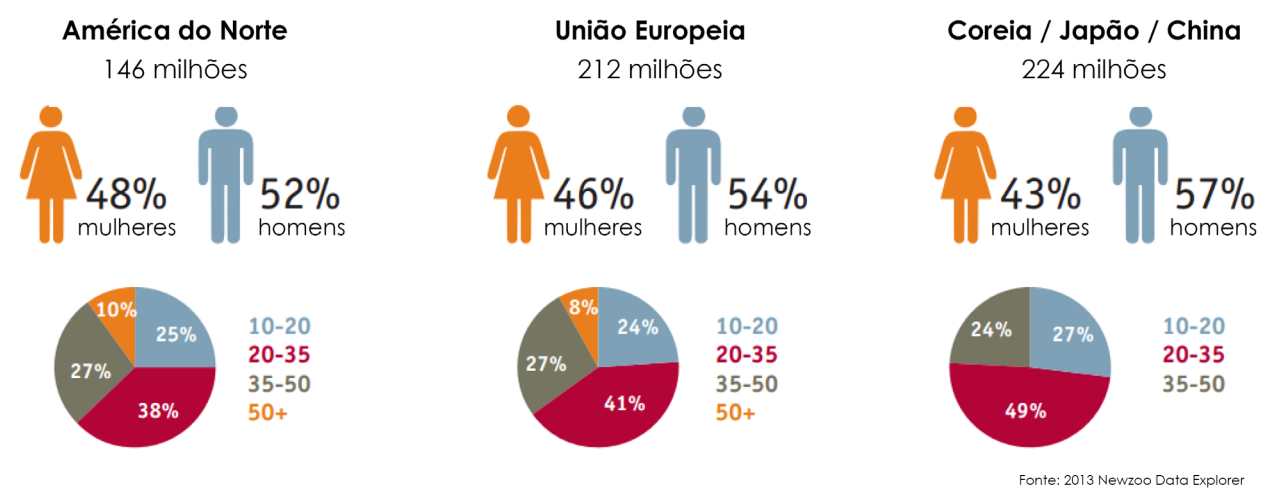
GAME OVER

# Gráficos & Infográficos sobre MOBILE



## Perfil dos jogadores

por sexo e faixa etária



# Jogos mobile por regiões do mundo

## AMÉRICA DO NORTE

receita **US\$ 3 bi**  
crescimento **38%**  
jogadores **146 milhões**  
jogadores pagantes **65 milhões**

## EUROPA OCIDENTAL

receita **US\$ 2,3 bi**  
crescimento **63%**  
jogadores **129 milhões**  
jogadores pagantes **43 milhões**

## EUROPA ORIENTAL

receita **US\$ 420 mi**  
crescimento **39%**  
jogadores **88 milhões**  
jogadores pagantes **27 milhões**

## AMÉRICA LATINA

receita **US\$ 400 mi**  
crescimento **33%**  
jogadores **84 milhões**  
jogadores pagantes **29 milhões**

## ÁFRICA E ORIENTE MÉDIO

receita **US\$ 260 mi**  
crescimento **29%**  
jogadores **105 milhões**  
jogadores pagantes **32 milhões**

## ÁSIA-PACÍFICO

receita **US\$ 5,9 bi**  
crescimento **25%**  
jogadores **412 milhões**  
jogadores pagantes **172 milhões**

## Jogos que interagem com o mundo real

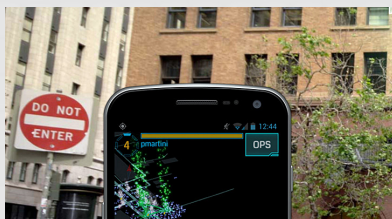
A realidade aumentada pode ser o próximo passo para os jogos mobile. Os jogos AR, como são chamados, para iOS e Android usam a câmera do dispositivo para que os elementos do game interajam com o ambiente e os objetos reais ao redor. Ainda são poucos disponíveis, mas um deles tem se destacado. É o Ingress, criado pelo Google e disponível nos dois sistemas mais populares. Na trama,

existe uma misteriosa energia invisível a olho nu que emana de pontos da cidade com alguma importância artística, cultural ou histórica, os portais. Surgem, então, dois grupos concorrentes: os Iluminados, que consideram a energia benéfica, e a Resistência, que acredita que ela pode ser prejudicial. O jogador do Ingress se alia a uma das facções e passa a tentar descobrir e controlar portais, em colaboração com outros da sua região. Esse é o objeto de estudo de Bruno Maciel, doutorando em Comunicação e Informação pela UFRGS. Segundo ele, o jogo proporciona uma narrativa transmidiática de espionagem, em que o jogador precisa se engajar em comunidades on-line e estar atento

ESPAÇO EXPERIÊNCIA - PUCRS



Bruno Maciel é um estudioso dos jogos mobile



ao que é divulgado no site oficial.

– Acima de tudo, a ideia é que as pessoas se locomovam, conheçam a cidade e façam amigos.

Maciel crê que esses jogos alteram a experiência urbana, aliando a mobilidade da informação e da tecnologia com o espaço e a jogabilidade.

## 10 jogos que viraram mania

Você provavelmente já os conhece. Esses jogos mobile são alguns dos mais populares dos últimos tempos. Algumas características comuns entre eles podem ser identificadas. Todos são jogos casuais e podem ser utilizados gratuitamente, mesmo que em versão limitada ou que tenham vendas internas. Eles estão disponíveis para Android e iOS, os sistemas que tomam 95% do mercado, e, a maioria, para Windows Phone também

### Flappy Bird



#### Flappy Bird

Guie um pássaro por uma trajetória entre canos, sem encostar neles, com toques

em qualquer lugar da tela. A lógica é simples, mas são necessários coordenação e reflexo. No início do ano, vídeos das reações de jogadores viciados e furiosos se alastraram e o jogo explodiu. Para o desespero dos fãs, o criador o tirou do ar. Encontra-se disponível apenas para a TV da Amazon.



#### Temple Run (e derivados)

O usuário é um caçador de

reliquias fugindo de um templo e deve correr indefinidamente coletando moedas e desviando de obstáculos. Conta com mais de um bilhão de downloads.



#### Candy Crush

O desafio é combinar doces semelhantes e obter pontos. Lançado no Facebook, ganhou versão mobile em 2012. Virou febre e faturou muito com as compras

internas dos jogadores com pressa para progredir no game. Só entre outubro e dezembro de 2013, foram 493 milhões de dólares.



#### Angry Birds (e derivados)

Com um estilingue, arremesse pássaros raivosos contra seus inimigos, derrubando tudo que estiver pela

frente. Simples e divertido, é provavelmente o jogo mobile de maior sucesso da história. Contando todas as versões e plataformas, já foi baixado mais de dois bilhões de vezes.



#### Draw Something

É como Imagem & Ação. Você desenha palavras para serem descobertas por seus amigos das redes sociais ou pessoas aleatórias, e vice-versa. Em seus primeiros 50 dias, teve mais de 50 milhões de downloads.



#### Words with Friends

Jogue uma espécie de palavras-cruzadas, montando palavras e competindo simultaneamente em partidas com vários amigos. Associado ao Facebook é mais um que deve sua popularização à rede social.



#### Fruit Ninja (e derivados)

Deslizando o dedo sobre a tela em simulação a uma katana, você deve fatiar o maior número possível de frutas que são jogadas no ar, sem acertar as bombas. Com dois anos de existência, em maio de 2012, chegou a estar instalado em um terço dos iPhones americanos.



#### Pou

Traz a ideia do Tamagotchi para o smartphone. O jogador cuida da rotina de um bichinho virtual. Alimenta, dá banho, veste, brinca e por aí vai. Com gráficos sempre muito simples, tem ainda subjogos. Sucesso principalmente entre as crianças, figura na lista dos mais baixados da AppStore e do Google Play.



#### Perguntados

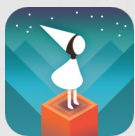
Esse jogo de perguntas e respostas testa seus conhecimentos em seis áreas: Arte, Ciência, Esporte, Entretenimento, Geografia e História. Você pode competir com seus contatos do Facebook e o design é bem agradável. Está no topo dos rankings dos jogos mobile.



#### Subway Surfers

Outro game de corrida infinita, este se passa em um ambiente urbano, com o protagonista correndo por trilhos e evitando os trens. Em março de 2013, tinha 26,5 milhões de jogadores ativos diariamente. Sua retenção de usuários é fora do comum.

## 10 jogos imperdíveis



### Monument Valley

Desafie sua percepção sensorial, manipulando uma arquitetura impossível, à la M. C. Escher, para guiar uma princesa

por cenários deslumbrantes.

Gênero: puzzle

Disponível para: [iOS](#) e [Android](#)

Preço: US\$ 3,99 / R\$ 10



### Republique

Num mundo de vigilância por um governo totalitário, ajude Hope a fugir do laboratório em que foi presa.

O jogador é um hacker que acessa o complexo sistema do local, controlando computadores, câmeras, celulares, alarmes e portas. O jogo tem qualidade gráfica excelente.

Gênero: stealth

Disponível para: [iOS](#)

Preço: US\$ 4,99



### MovieCat 2

Os cinéfilos vão adorar. São mais de mil desafios em texto e imagens para testar seus conhecimentos sobre cinema. O visual é divertido e estiloso.

Gênero: trívia

Disponível para: [iOS](#)

Preço: US\$ 1,99



### Plague Inc.

Vem do filme Planeta dos Macacos: o confronto. Sua missão é exterminar a humanidade com um vírus

artificial, armando estratégias e enfrentando as resistências.

Gênero: simulação

Disponível para: [iOS](#) e [Android](#)

Preço: US\$ 0,99 / grátis



### Machinarium

Nesse jogo independente e premiado com visual artístico, você guia um robô através de uma série de puzzles

cada vez mais complicados.

Gênero: aventura

Disponível para: [iOS](#), [Android](#) e [Windows Phone](#)

Preço: US\$ 4,99 / R\$ 11 / R\$ 7,99



### Infinity Blade III

Dá continuidade à história de batalhas épicas de Siris e os Imortais, e mantém os gráficos impressionantes da série. O jogador

enfrenta os oponentes em combates de espadas usando comandos orgânicos na tela.

Gênero: RPG

Disponível para: [iOS](#)

Preço: US\$ 6,99



### Cut the Rope: Time Travel

Em mais um jogo da divertida e viciante franquia, On Nom viaja pelas eras históricas e até ao futuro. O funcionamento é o

mesmo: você corta as cordas e ativa outros mecanismos de acordo com uma física realista para levar o doce ao bichinho verde.

Gênero: puzzle / estratégia

Disponível para: [iOS](#) e [Android](#)

Preço: US\$ 1,99 / grátis



### Hearthstone: Heroes of Warcraft

Expande o universo do famoso jogo online para um jogo de cartas muito bem arquitetado. Em três modos diferentes,

you poderá disputar em combates com os heróis e vilões de World of Warcraft.

Gênero: TCG

Disponível para: [iOS](#)

Preço: grátis



### Minecraft: Pocket Edition

Com um quê de Lego, o game permite que o jogador crie livremente objetos e cenários com diversos tipos de blocos. Tem um modo

para livre construção e outro que impõe alguns desafios.

Gênero: sandbox

Disponível para: [iOS](#)

Preço: US\$ 6,99



### Pocket Planes

Divirta-se administrando uma companhia aérea em direção ao sucesso. Você deve realizar voos de passageiros e cargas, para lucrar e destravar novos aviões e

aeroportos. A aparência é toda 8-bits.

Gênero: simulação

Disponível para: [iOS](#) e [Android](#)

Preço: grátis