

GUIA DO

LUDONAUTA



LUDENSLAB
A SUA FÁBRICA DE JOGOS

Seja bem-vindo Ludonauta, você é um grande incentivador dos jogos de mesa e apoiou o projeto **Creative Game Box**, é devido ao seu apoio que nasce o **Guia do Ludonauta**.

O objetivo deste Guia é o de compartilhar o conhecimento de pessoas que vivem o mundo dos jogos de mesa através de alguns tópicos que dividimos como sendo um caminho, uma possível rota, no desenvolvimento de um jogo de mesa, seja de carta, tabuleiro ou dados.

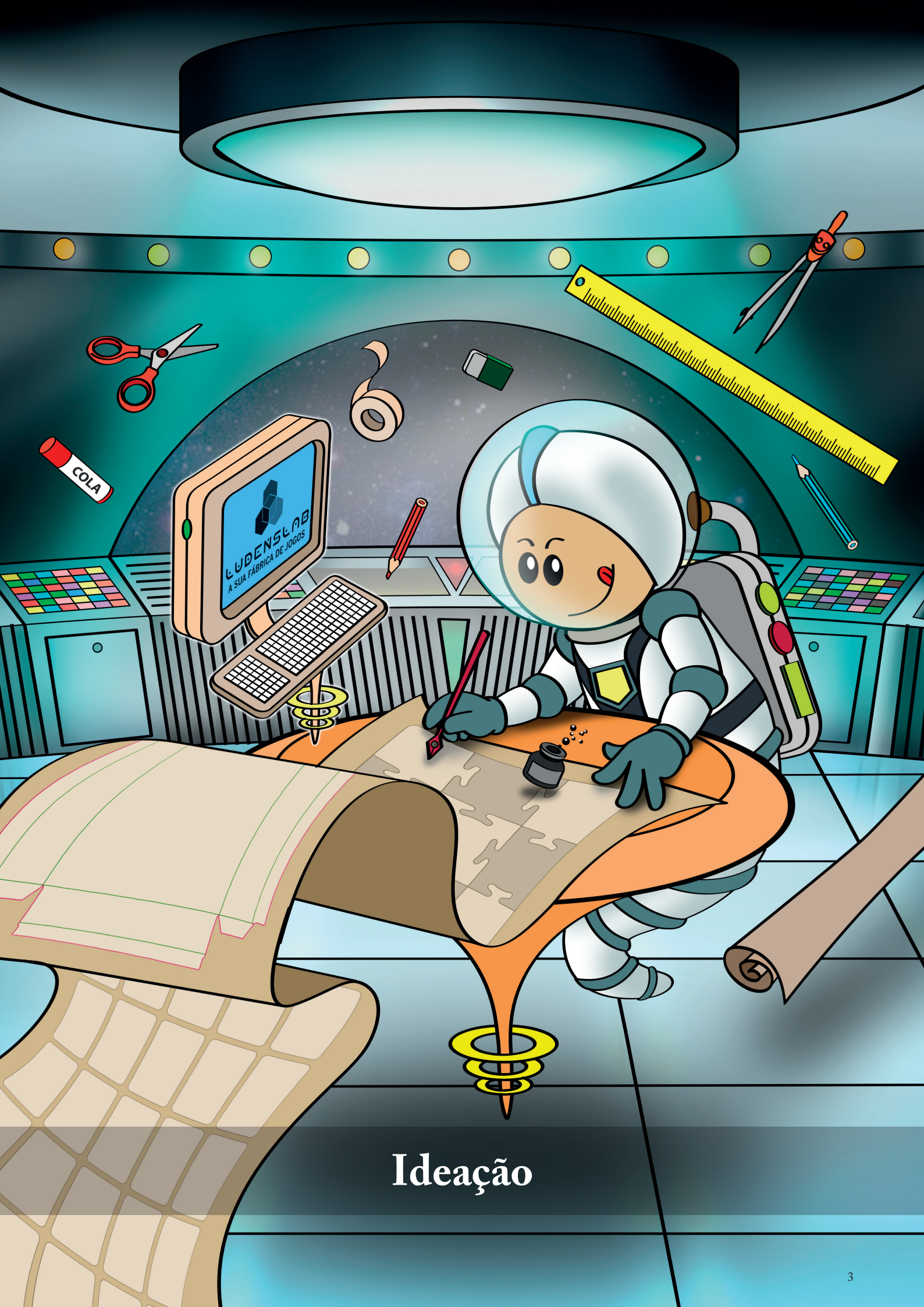
Não pretendemos de forma alguma criar uma receita e afirmar que se você seguir estes passos o seu jogo estará na prateleira, não, estamos aqui com a proposta de trazer dicas de profissionais brasileiros que já passaram pela experiência da criação, desenvolvimento e produção de um jogo e toparam escrever um pouco sobre isso.

Todo o conteúdo foi revisado com a premissa de eliminar possíveis erros de escrita mas nenhum texto foi editado, portanto, o teor dos textos refletem exatamente a opinião dos seus autores.

Desejamos uma boa viagem e que as dicas possam ajudar você a tomar as decisões nos momentos difíceis durante o processo.

Desde já agradecemos imensamente a todo esse time de profissionais que toparam o desafio e se dedicaram para produzir o conteúdo deste Guia.

Equipe LudensLab



Ideação

Inspiração ou escolha de um tema

Marcos
Macri

Olá Amigos!

Meu nome é Marcos Macri. Comecei minha carreira profissional de Game Designer em 2011, publicando o jogo de tabuleiro O Vale dos Monstros pela Galápagos. Em 2012 fundei a MS Jogos. Desde então, venho acumulando as funções de autor e editor dos meus próprios jogos e nos últimos anos tive a oportunidade de lançar dez títulos no mercado nacional e um nos E.U.A. Meu conhecimento advém de um método empírico, mas persistente e contínuo.

Recebi a tarefa de abrir este Guia tratando do assunto **INSPIRAÇÃO** ou **ESCOLHA** de um **TEMA**. Entendo que este é justamente o início de todo o processo criativo. Aquele momento em que o designer se inspira em alguma “coisa” ou simplesmente decide criar um jogo sobre determinado tema, motivado por um ou mais fatores de um variado leque de opções.

Perceba que a “inspiração” pode surgir de repente, vindo de qualquer fonte: um livro, filme, matéria jornalística, viagem ou até mesmo de um bate papo com amigos. Tudo ao nosso redor, absolutamente tudo, pode ser convertido num jogo de tabuleiro, desde a busca por folhas e alimentos que as formigas fazem em nosso jardim até a engenhosidade tecnológica da Estação Espacial Internacional a quilômetros da Terra.

Um designer atento sempre anota suas ideias. Isso é importante e necessário. Provavelmente, ao longo de sua carreira, você vai se inspirar centenas de vezes e terá centenas de ideias para novos jogos. Mas acredite, muitas não sairão do papel ou da tela do seu computador. E isso é normal. Há uma espécie de seleção natural ou processo autômato que filtra essas ideias.

Se o leitor me permite, usarei alguns jogos da Coleção MS como exemplo. Antes porém, gostaria de ressaltar que um dos meus objetivos sempre foi variar ao máximo os temas que compõe o catálogo. Penso que hoje, com o crescimento visível do mercado de jogos de tabuleiro no país, é importante oferecer temas variados aos jogadores. Isto significa alcançar um número maior de pessoas e naturalmente contribui para a expansão do hobby.

GRAN CIRCO – O tema “circo” sempre me agradou. Era uma questão simples de empatia e total identificação com este universo, uma vez que exerço a profissão de mágico em paralelo. Ele foi escolhido para ser o primeiro jogo do selo MS, por ser um tema leve e agradável para o público familiar que pretendíamos atingir.

VIAGEM NO TEMPO – Há uns dez anos experimentei um jogo (infelizmente não me recordo o nome...) no qual o jogador se beneficiava de alguma forma ao ser o último a sair de um determinado espaço. Essa mecânica serviu como inspiração para o desenvolvimento do motor principal do Viagem no Tempo. O tema ficção científica foi escolhido então para se diferenciar do lançamento anterior, que havia sido o Gran Circo.

DOGS – Foi o terceiro título da coleção. Aqui não houve inspiração nem escolha. Houve um pedido. Minhas irmãs,

apaixonadas por cães, pediram/sugeriram, que eu fizesse um jogo sobre o tema e eu aceitei o desafio. O resultado foi um jogo que acabou transitando bem entre gamers e jogadores casuais, com quatro edições no Brasil e uma nos E.U.A.

O.V.N.I. – Neste voltamos ao tema ficção científica, mais especificamente alienígenas que abduzem pessoas e controlam o espaço aéreo de doze cidades na Terra. Como sempre fui fascinado por ufologia, não hesitei ao decidir que faria um jogo neste cenário.

AQUARIUM – Primeiro surgiu a mecânica. Depois procurei um tema que se encaixasse a ela. Uma cidade submarina com três níveis de profundidade serviu perfeitamente para a estrutura que o jogo necessitava. Muitas vezes porém, ocorre exatamente o contrário, ou seja, surge o tema e depois a mecânica. Isso é muito relativo e não existe nenhuma fórmula. **JESTER** – Aqui houve inspiração, da forma mais casual e corriqueira. Estava eu parado numa fila de banco quando de repente ouço a moça dizer ao rapaz na minha frente: “Você parece um bobo da corte!” Pronto... essa frase acendeu uma luz no meu cérebro. Fiquei hipnotizado com aquilo, acredite, e no mesmo dia fiz o primeiro rascunho do jogo no computador. Recebeu o Prêmio Ludopedia 2015 de Melhor Jogo do Ano Design Nacional.

CHAPARRAL – Fã de filmes e séries de faroeste desde a adolescência, para mim era apenas uma questão de tempo até desenvolver um jogo com este tema delicioso. Fiz questão de usar como mecânica principal a alocação de trabalhadores (cowboys), unindo o útil ao agradável.

XINGU – O tema indígena foi uma escolha racional e calculada neste caso. Notei que havia uma carência de jogos com temas indígenas e fatos históricos brasileiros no mercado nacional. O projeto levou cerca de um ano e meio para ser concluído, da ideia inicial ao lançamento. Xingu recebeu o Prêmio Cubo de Ouro 2019 como Melhor Jogo de Mesa.

Com os exemplos citados, espero ter passado ao amigo leitor um pouco da nossa experiência no que se refere ao assunto deste tópico no Guia. Entretanto, note o seguinte:

Se você ainda é um designer amador e não teve a chance de publicar seu primeiro jogo, mas já tem um projeto em desenvolvimento, procure agregar valor ao tema escolhido, seja ele qual for, imprimindo originalidade ao design. Pode parecer um conselho subjetivo, mas com a maturação do jogo, você receberá feedbacks positivos e negativos. Pense e avalie, cuidadosamente, essas informações, e busque uma abordagem o mais original possível para o tema sobre o qual você está trabalhando.

No mundo atual, é muito improvável que o seu jogo seja 100% original, único no tema escolhido e absolutamente inovador em todos os quesitos. Mas se ele for original em alguns aspectos, se o tema for bem aplicado e estiver em harmonia com as mecânicas utilizadas, as chances dele se destacar serão maiores.

Aquela frase que certamente você já ouviu, “O jogo tal é mais do mesmo...”, não serve para o designer que busca o princípio da originalidade. Esse é um caminho mais trabalhoso, demorado, mas com persistência e foco o bom resultado aparece.

Por outro lado, se o seu jogo ainda é apenas uma ideia borbulhando na mente, talvez possa valer a pena realizar uma rápida pesquisa, para verificar se há outros jogos com temas semelhantes em desenvolvimento no mercado. Caso encontre, não abandone o projeto. Siga sua intuição e sua empatia com o tema que escolheu ou no qual se inspirou. Mas procure diferenciá-lo ao máximo daquilo que já existe. Com certeza, seu esforço será recompensado quando o jogo deixar de ser um

protótipo para se tornar um jogo publicado.

Amigos leitores, desejo a vocês muito Sucesso nessa excitante e desafiadora aventura de criar e desenvolver jogos de tabuleiro. Um Grande Abraço a todos e Boas Jogatinas!



Sabrina trabalha com desenvolvimento de jogos de mesa desde 2017, tendo criado jogos como o Sereias, publicado em 2019, e os jogos Alpha Charlie Tango e Stellarium, com publicação já prevista. Ela também é organizadora do Board Game

Girls, evento exclusivo para mulheres.

As minhas maiores inspirações para criar jogos, mesmo isso não sendo uma regra, são duas: originalidade do tema e/ou mecânicas simples, pensando sempre na possibilidade de que qualquer tipo de jogador (ou até quem ainda não joga) possa jogar. Para mim, jogos precisam ser divertidos, mas o conceito de diversão é muito individual, então acredito que eu posso criar jogos que divirtam mais pessoas quando consigo elaborar regras intuitivas, que sejam fáceis de entender, e quando crio dinâmicas que “prendam” os jogadores à experiência, no sentido de se sentirem motivados a jogar inclusive mais vezes. Além disso, sempre tento aproveitar o tema para criar uma experiência diferente para as pessoas, que as levem a absorver algo além da jogabilidade, como aprender algo que elas não sabiam antes, tanto pelo jogo como pela relação com os outros jogadores.

Quando penso em um possível tema para um jogo, antes de começar a elaborá-lo, eu procuro saber se já existem jogos com o mesmo tema ou se existem poucos - ou ainda, caso existam, se a minha ideia se diferencia da exploração temática que o outro autor fez, pois às vezes o tema de um jogo pode ser o mesmo, mas os conteúdos apresentados são distintos. Para isso, geralmente realizo pesquisas em sites especializados, como o BoardGameGeek, em grupos de desenvolvedores, como o grupo “Desenvolvedores de boardgames, cardgames e afins”, do Facebook, ou até mesmo consultando colegas dos grupos e coletivos presenciais de desenvolvedores dos quais participo, como a Oficina do Playtest e a Casa do Goblin. Fiz esse tipo de pesquisa no jogo Sereias, pois pensei em um jogo sobre esse tema, já que não conhecia nenhum entre os jogos modernos, e então, levando em conta o fator originalidade, o Joca Rocha e eu fizemos pesquisas para verificar se havia algum jogo que abordasse esse tema da maneira como pensávamos - por sorte, descobrimos que não havia nenhum. Já no Shodo, jogo que desenvolvo com a Andreza Farias, essa pesquisa levou em consideração também a relação de mecânicas com temáticas, pois queríamos criar um jogo onde as pessoas se sentissem em uma aula de caligrafia japonesa, podendo criar seus ideogramas abstratos com calma e leveza. Algumas vezes, fica um pouco difícil pesquisar temáticas quando a escolha tem certa abstração, como foi com Os Moscovis, um jogo infantil que criei, cujo tema é uma pequena história original, sobre uma família de aranhas papa-moscas que têm dificuldades para reconhecer cores e também problemas digestivos. A ideia de usar esse tema tem a ver com criar significado para as mecânicas de jogo, já que Os Moscovis é um jogo de destreza cognitiva e rapidez, de reconhecimento de cores, simbolizadas pelas “moscas”, e palavras.

Uma estratégia que eu também considero muito bacana para ajudar a criar um jogo é pensar no que você quer que o jogador sinta jogando seu jogo. Já ouvi isso em alguns momentos de

discussão com outros desenvolvedores e agora não me recordo exatamente quais pessoais disseram isso, mas absorvi como algo muito interessante a considerar na hora de criar. Por exemplo, podemos ver isso no Tokaido, um jogo do Antoine Bauza, que passa uma sensação muito tranquila enquanto se está jogando, como se os jogadores realmente estivessem viajando por uma bela estrada e apreciando a paisagem e os acontecimentos dessa viagem. Acredito que o Bauza, pensou bastante nisso na hora de criar Tokaido, e o resultado foi uma união bastante orgânica entre o tema, as mecânicas e a experiência de jogo. Muitas vezes, pequenos detalhes transmitem essa sensação, mesmo que o tema não seja representando com total verossimilhança. É o caso do Viticulture, do Alan Stone e do Jamey Stegmaier, em que eu realmente me sinto dona de uma vinícola, preocupada em fazer todas as tarefas para ter sucesso no meu negócio. Não sei ao certo se isso tem mais a ver com componentes ou com mecânicas, mas percebo que as ações de jogo, da maneira como foram pensadas, me dão essa sensação temática interessante. Não que o tema seja tão essencial para criar emoções nos jogadores, pois temos o exemplo do Dobble, dos designers Denis Blanchot, Guillaume Gille-Naves e Igor Polouchine, que não possui um tema, mas cria perfeitamente a sensação de urgência, euforia e empolgação as pessoas enquanto jogam. É preciso tirar o chapéu para quem consegue emoções intensas e significativas assim com apenas 55 cartas sem utilizar um tema em si, já que o uso de um tema que encaixe com essas sensações com certeza é um facilitador para esse objetivo. Espero que a minha experiência seja útil de alguma maneira a quem estiver lendo esse guia e agradeço quem teve paciência de ler até aqui, muito obrigada!



Gustavo Barreto é advogado, e game designer de Aero (2011), Tingo (2011), Don Capollo (2013), Dark City (2018), Happy Hour (2019) e já teve a oportunidade de atender algumas demandas externas, as quais não pode divulgar.

Em algum momento, um cliente poderá pedir a você para elaborar um jogo, que poderá ser para treinamento, brinde, material pedagógico ou apenas para entretenimento.

Para desenvolver um jogo por encomenda, será necessário percorrer as seguintes etapas:

1.0 Verificar inicialmente se será necessário assinar contrato de sigilo;

O desenvolvimento deste jogo pode fazer parte de estratégia sigilosa do cliente. Se for este o caso, vocês deverão assinar contrato de sigilo, onde você não poderá divulgar nenhuma informação a respeito do jogo. É absolutamente imprescindível respeitar este contrato à risca, e qualquer divulgação para membros da equipe precisa ser autorizado.

Neste contrato você deverá estabelecer também se poderá ou não ter o seu nome divulgado como autor da obra. Não estranhe se este pedido for feito: se o seu cliente for uma

agência de publicidade, é possível que veicular o nome do autor possa prejudicar negócios futuros da agência, e portanto, não se incomode em não ter o seu nome divulgado.

2.0 Definir o prazo para entrega do jogo;

O prazo de entrega é absolutamente fundamental para o seu cliente: este produto terá que estar pronto ANTES da data que ele pediu, para dar tempo hábil de resolver alguma última alteração. Se não tiver como desenvolver o jogo dentro do prazo de necessidade do cliente, negocie um prazo maior, esclareça a necessidade, ou simplesmente não aceite a encomenda. Mesmo que o prazo seja apertado, você deverá fazer a melhor produção que estiver ao seu alcance. Acostume-se com o fato de que em regra, os prazos serão sempre muito curtos, e muitas vezes você terá apenas um ou dois dias para entregar as regras do jogo.

3.0 Definir quais podem ou devem ser os componentes, ou qual é o custo total de produção do jogo;

Provavelmente o cliente já tem alguma ideia se pretende um jogo de cartas, de tabuleiro, ou pelo menos tem uma ideia de quanto poderia ser o custo de produção unitário. É extremamente importante definir isso o quanto antes. O tipo de jogo está diretamente relacionado ao custo unitário que ele terá para fazer a impressão do jogo, e isso precisa ser aprovado.

4.0 Definir qual é o objetivo do cliente com o jogo que será desenvolvido;

Para desenvolver o jogo, você precisará entender qual é o objetivo do cliente com este material. Provavelmente o cliente quer comunicar alguma coisa ao seu cliente final, passar alguma mensagem ou fixar a sua marca ou o seu produto. Todo o tema e toda a mecânica deve girar em torno desta mensagem. A mensagem que o cliente quer passar vai direcionar todo o processo criativo. Faça todas as perguntas que achar necessário até estar seguro que entendeu a necessidade do cliente.

5.0 Definir quem é o público-alvo;

Você precisa ter uma visão absolutamente clara sobre quem é o público-alvo para adequar o jogo a este público-alvo. A ilustração, o tema, as mecânicas, componentes, enfim, tudo vai ter que ter sinergia de acordo com este público-alvo que o cliente quer atingir. Depois de definido este público-alvo, seja o mais inclusivo possível.

Por exemplo: se o jogo é para crianças de 6 a 10 anos, o jogo deve ser desenvolvido pensando primeiramente nas crianças de 6 anos.

Um jogo simples será sempre melhor que um jogo complexo: faça um jogo complexo apenas e tão somente se isso for pedido expressamente. Na grande maioria das vezes vão pedir um jogo simples e divertido. Na maioria das vezes, jogos com mecanismo cooperativo serão muito desejados.

6.0 Aprovar os membros da equipe, com design gráfico e ilustrador, bem como todas as artes (se não forem fornecidas pelo cliente);

Será importante definir quem irá trabalhar com você no projeto. Se o cliente não vai fornecer as ilustrações, você terá que apresentar um ou mais opção de ilustradores, com diferentes tipos de traços. Confira sempre se o ilustrador está com tempo e se poderá entregar o produto dentro do prazo, dentro do preço estabelecido. Trabalhe com pessoas da sua confiança.

7.0 Levar duas, três, quatro ou mais propostas diferentes;

Depois que entendeu toda a necessidade do cliente, é o momento de fazer o jogo. O ideal é sempre levar mais de uma proposta, porque se o cliente não gostou de uma proposta, você pode apresentar a sua segunda ou terceira. É extremamente importante que você apresente propostas onde já tem pelo menos um fornecedor potencial para a realização

desta. Não apresente uma proposta de jogo que você não faça a menor ideia de quem possa produzir, ou onde haja apenas fornecedores internacionais. Isso demandaria muito custo logístico, consumiria muito tempo. O ideal também é que as propostas sejam REALMENTE diferentes, e não apenas variações.

As propostas poderiam ser:

1 – um jogo mais barato para produzir;

2 – um jogo mais simples possível;

3 – um jogo um pouco mais caro, mas que tem um valor agregado muito maior na percepção do público (nem sempre o cliente vai querer o menor custo de produção);

4 – Pelo menos uma opção de jogo que não precise de nenhuma ilustração (pode ser que este seja o menos interessante, mas por não precisar de nenhuma ilustração, o custo dele é menor de pré – produção, e o prazo de produção dele é mais rápido também.

8.0 Fazer os playtestes com o cliente;

Uma vez fechadas as propostas, é importante o cliente ter a oportunidade de testar, se quiser.

9.0 Fazer todas as alterações que forem solicitadas;

É extremamente importante entender que o jogo está para seguir as necessidades do cliente, então será ele quem SEMPRE terá a palavra final sobre o jogo. Nem sempre todas as alterações que forem solicitadas vão te agradar, e você pode até apresentar argumentos para defender o seu ponto de vista, se for respeitoso e educado. Apesar disso, lembre-se: a palavra final é SEMPRE do seu cliente.

10. Deixar absolutamente claro quais serão todos os custos que o cliente terá, e qual será a forma de pagamento;

Nada é mais irritante (ou desastroso) para o cliente do que aparecerem despesas não acordadas previamente. Faça todo o possível para apresentar um valor “fechado”, para o cliente, para que não haja surpresas e reajustes. Se o cliente mudou o projeto no meio do caminho e isso for envolver mais despesas, avise antes quais serão elas.

11. Fazer o manual de regras, e também as revisões;

O prazo apertado e o orçamento baixo não podem ser motivos para dispensar as revisões do manual de regras. O ideal é que a revisão seja feita por no mínimo duas vezes, por pessoas diferentes. Um manual de regras ruim pode estragar todo o seu projeto. O manual precisará estar conciso, claro, objetivo e divertido. O manual do jogo é seu veículo de comunicação direto com o jogador que vai aproveitar o jogo, e é absolutamente essencial que esteja bem escrito. Recomendo sempre contratar um profissional para esta redação.

12. Assinar o contrato de cessão de direitos patrimoniais, total ou parcial;

Depois do jogo pronto, ou na aprovação do orçamento, você deverá assinar um contrato, transferindo os direitos autorais patrimoniais do jogo para o seu cliente. Neste contrato deve constar se você receberá os créditos da criação, ou se o cliente irá preferir deixar isso em segredo. Em agências de publicidade, isso é comum, para preservar a agência perante o cliente.

13. Nota fiscal

Verifique a necessidade de emissão de nota fiscal, ou RPA (recibo de pagamento autônomo) e todos os tributos incidentes.

14. Dicas finais:

14.1 Seja parceiro!

Ao longo do projeto, é possível que algo não dê certo, tenha que ser refeito, ou que demande mais trabalho do que inicialmente era esperado. Faça questão de ser um bom parceiro comercial, supere estes entraves e busque sempre que toda a experiência seja a melhor possível. Sempre que precisar levar um problema,

já mostre algumas soluções possíveis.

14.2 Seja original!

O cliente sempre irá querer o material o mais original possível. Se fosse para apenas criar uma versão de um jogo já existente, ele não precisaria demandar um jogo com você. Tenha um grande repertório de jogos simples e de baixo custo para conhecer as soluções que existem no mercado e você possa ter referências para o seu processo criativo.

14.3 Ofereça opção de jogos cooperativos

As empresas gostam muito de jogos cooperativos! Em um jogo cooperativo, todos os jogadores jogam com o mesmo objetivo, e, na maioria das vezes isso é muito interessante para a mensagem que a empresa quer transmitir.

14.4 Cuidado com alguns mecanismos!

Na criação do seu jogo, você pode usar qualquer mecanismo que quiser, mas tome muito cuidado com o mecanismo de “blefe”. Neste mecanismo os jogadores são obrigados a mentir ou enganar. Na maioria das encomendas, isso será visto como algo negativo. A não ser que seja uma demanda específica disso, ou que seja para uma editora de jogos, evite este mecanismo. O mecanismo de “cumprimento de tarefas” é outro que merece alguma atenção: se colocar o jogador em situação ridícula é melhor ser evitado, na maioria das vezes isso não vai ser desejado.

14.5 Cuidado com vilões!

Se você for precisar colocar algum vilão ou antagonista no jogo, aprove esta premissa antes mesmo de começar! Muitas marcas não irão querer ter absolutamente nada que seja negativo ou pejorativo no jogo.

14.6 Pesquise muito o tema!

Pesquise bastante o tema que você for trabalhar. É extremamente desagradável apresentar algum fato incorreto ou de mau gosto.

14.7 Nome do jogo: cuidado!

Sempre que for dizer qual é o nome do jogo, lembre-se da regra de outro: o cliente é quem tem a palavra final. Apresente sempre o nome do jogo como apenas uma sugestão, e deixe o seu cliente à vontade para definir qual seria o melhor nome para o jogo.

14.8 Cuidado com a comunicação!

Fique muito atento para quem devem ser mandados os e-mails e as aprovações.

Muitas vezes a aprovação terá que passar por mais de uma pessoa, e os e-mails precisam ir com cópia para alguém.

Mantenha sempre uma boa comunicação!

14.9 Faça o seu melhor!

Definição de público ou Entendimento de público alvo

*Carlos
Couto*

Carlos Couto, começou no mundo dos tabuleiros modernos em 2003 quando descobriu a existência do Catan, de lá pra cá atuou na divulgação do hobby através do site E aí, tem Jogo? e na criação de jogos como o Die die DIE.

Quando criamos um jogo passamos tanto tempo tentando encaixar as coisas, que nos esquecemos às vezes de um problema que pode fazer com que o nosso projeto tenha ou não sucesso, que é definir em que mãos queremos que esse jogo chegue.

Ter um projeto de jogo não é somente saber de mecânicas e ter uma ideia de tema, você precisa depois desses processos, entender para quem você vai vender o seu jogo e a melhor forma de fazê-lo.

Muitos erram ao imaginar o que o público está procurando, ou insistem em temas que efetivamente são “tiros no pé” por serem polêmicos ou mesmo muito repetidos no mercado.

Mas como você vai saber a melhor forma de vender o seu projeto para o público que você quer atingir?

Nesse caso, uma pesquisa de mercado, se faz necessária, ter o conhecimento do que o público busca ou de que forma você pode chegar chamando atenção acaba por ser um diferencial enorme em um nicho que lança em média mais de 1000 jogos por ano mundialmente.

Ao desenvolvermos um jogo uma das etapas que eu acho mais importante é ter uma boa bagagem de jogos, isto é, ter jogado bastante pra entender como as coisas funcionam, e apesar de isso não ser uma regra de ouro, é uma das melhores formas de entender se o que estamos fazendo é algo que valha a pena investir ou não.

De uns anos para cá o que temos visto muito no mundo dos jogos de tabuleiro são os “booms” de determinadas mecânicas ou temas, já tivemos o período em que tudo era de zumbi, depois vieram os vikings, depois os jogos legacy e por aí vai.

Então não tenha medo de enquanto estiver desenvolvendo seu projeto, mudar o tema por conta do público já saturado, ou então mudar mecânicas para que ele sobressaia no meio de jogos tão parecidos.

Muitos bons jogos foram concebidos de uma forma e tiveram, por exigência da editora, ou por percepção dos próprios autores, mudanças drásticas de tema e você não será o primeiro, nem o último a passar por isso.

Lembre-se que observar bem o mercado aqui é muito importante, tentar criar um novo Magic não será uma boa ideia, mas tentar criar um card-game que funcione e que as pessoas gostem é mais plausível e você terá mais chances de sucesso pessoal e comercial.

Os melhores lugares para se pesquisar o que está “na moda” são os grandes portais, aqui no Brasil temos a Ludopedia, mas o maior de todos é o Board Game Geek, que com mais de 15 anos de atividades é o norte para muitas pesquisas no nosso hobby.

Os eventos que rolam na sua cidade também são bons termômetros, vale a pena você chegar e além de ver o que está

rolando nas mesas, perguntar o que o jogador sente falta, pois é com essa pesquisa de campo que você pode conseguir respostas para seguir em frente com o que você está fazendo, ou para mudar de vez.

Uma vez munido dessas informações, você pode então começar a lapidar o seu projeto, dando uma cara comercial a ele, passando então a saber onde ele vai se encaixar dentro do público dos jogos de tabuleiro.

Hoje temos jogos que vão dos casuais aos mais complexos, familiares e pesados, com tema ou abstratos, então não é tarefa fácil saber onde inserir o seu jogo.

Ao começar um projeto dificilmente você tem a clara ideia de onde ele vai chegar, as vezes você pensa em fazer um jogo pesado e percebe que com o material que você tem em mãos poderá ser muito mais produtivo um jogo familiar.

Mas o mais importante nesse processo todo é tentar não se frustrar com as pedras que aparecerão no caminho, saber desviar delas ou passar por cima e tirar o melhor proveito das lições, é o que vai te levar ao sucesso.



João Léste é pesquisador de manuais de jogos analógicos no Laboratório de Ergodesign e Usabilidade de Interface da PUC-Rio, onde se formou como Designer de Produto, apaixonado por jogos de blefe e intriga, monitor da equipe SeJogaBG, volunteer e coordenador de eventos no Curso de Inglês Cidadão Pró Mundo e professor voluntário de redação no Pré Vestibular Comunitário SejaMais da Igreja Pastoral da PUC-Rio.

Etapas 1: Ideação

Durante o processo de registro das ideias e regras de um jogo, como qualquer outro processo criativo, passamos por uma série de diferentes etapas, cada uma demandando diferentes coisas de nós. Na fase inicial, de ideação, é importante ter em mente que vamos passar por muitas ideias, devaneios e questionamentos antes de escolhermos aqueles que funcionam melhor para o jogo que estamos projetando. Nessa etapa do processo, opera-se com uma regra parecida com a do toró de ideias (brainstorming): nenhuma ideia é ruim! Mesmo que algo pareça não fazer sentido no momento, vale a pena anotar, pois quem sabe seja algo que, posteriormente, possa ser adaptado, contextualizado ou desenvolvido.

Apesar do Brainstorming ser uma técnica muito interessante, que pode e deve ser utilizada quando buscamos experimentar diferentes perspectivas e rumos para o projeto, é importante lembrar que as ideias podem se apresentar a nós a qualquer momento. Mas não se engane! Não somos como os poetas gregos, ocasionalmente agraciados com a inspiração das Musas, mas agentes ativos, buscando nossas próprias referências.

A verdade é que, sempre que estamos acordados também estamos pensando, lendo, assistindo vídeos ou – mais importante para este texto – jogando jogos. Atualmente, o

mercado de jogos é bastante vasto, e é extremamente provável que já exista algum que possui uma ou mais das características que você busca para o que vai projetar. A partir de agora, toda vez que você jogar um jogo, deve encarar essa atividade como uma etapa da sua pesquisa! Preste atenção aos elementos deles que te agradam – e aos que não parecem tão bons, também!

Durante todos esses momentos, em primeiro ou segundo plano, refletimos sobre os nossos projetos – e as ideias podem vir a qualquer hora! Nessas ocasiões, não cometa o erro de “deixar pra anotar depois”, pois é assim que as melhores delas se perdem. Por isso, sempre tenha um bloco de notas à mão (mesmo que seja o do celular), ou até mesmo grave a ideia em áudio, para que seja mais fácil de elaborar tudo o que você estava pensando no momento. Dessa forma, garantimos que tudo seja adequadamente registrado, servindo de insumo para reflexões futuras.

Além disso, é importante possuir algum lugar onde você possa compilar todas essas anotações de maneira mais estruturada. Dedique um caderno, agenda, fichário (ou documento virtual, caso você não se dê tão bem com mídias físicas – apesar dessas serem recomendadas, pela liberdade que conferem durante o registro) para transcrever todas as informações, tendo em vista que elas, mais tarde, serão reorganizadas. Ao delimitar esse documento específico para essa tarefa, se torna mais fácil revisitar e comparar ideias antigas com as novas, especialmente havendo a possibilidade de manipular os textos.

Etapas 2: Compilação & Categorização

As ideias, que inicialmente podem surgir de maneira orgânica e desestruturada, eventualmente precisarão ser compiladas e categorizadas, a fim de facilitar o processo de análise preliminar – que começa a dar insumos para a produção do jogo e do manual. Nesse sentido, considerando o manual como a documentação final do resultado do jogo, as anotações podem ser separadas nas seguintes categorias – que costumam estar presentes em todo manual de jogo, portanto podem oferecer um bom direcionamento:

1) Contexto Temático: Qualquer informação relacionada com o “mundo” onde o jogo se passa, que ajuda a construir uma imagem mental sobre ele. Essas informações explicam sobre o que o jogo é, seja uma aventura para explorar uma tumba, uma disputa entre mafiosos para assumir o controle de uma cidade, ou até mesmo sobre a construção de lindos vitrais. Tudo o que está escrito aqui deve auxiliar o processo de imersão de quem joga o jogo, estabelecendo o entendimento inicial de que tipo de coisa pode-se esperar da experiência que vai ser vivida.

Faça anotações sobre contos, histórias, curiosidades, desenhos, anedotas, ou qualquer outra coisa que esteja inserida no mundo que você deseja usar como referência. Principalmente para esta categoria (mas nada impede que seja feito para as demais), é importante reunir imagens, que devem ser usadas para construir um moodboard de referências – traduzindo visualmente o conceito que está sendo desenvolvido para o projeto do jogo.

2) Objetivo do Jogo: Aqui, concentram-se as informações que explicam qual a tarefa que deve ser realizada pelos jogadores. Entretanto, é importante que o objetivo seja, em alguma medida, explicativo: ao invés de escrever algo como “ganhar o jogo” ou “fazer mais pontos”, que não fornece nenhuma informação relevante sobre o que deverá ser feito, opte por textos como “Seja a última pessoa com cartas na mão”, ou “seja o comerciante com a maior quantidade de produtos em sua loja” ou “venda suas pedras preciosas para acumular a maior riqueza entre os jogadores”.

Alguns jogos, naturalmente, podem possuir objetivos parciais

que precisam ser atingidos no processo de cumprir o objetivo final. Qual o passo a passo que será trilhado pelos jogadores durante o jogo? Nesses casos, eles também devem ser anotados nessa categoria, mesmo que não sejam destrinchados no documento final.

3) Preparação: Nesta seção, deve-se explicar qual o estado inicial do jogo quando começa. Essa explicação divide-se tanto no estado da área comum do jogo (tabuleiro, baralho etc) quanto no estado individual de cada jogador – que não necessariamente precisa ser igual para todos.

Se houver um tabuleiro, em que estado ele está no começo do jogo? Onde as peças estão posicionadas? Os jogadores começam com (quantos) recursos? E cartas? Todos os jogadores começam da mesma forma, ou quem jogar por último (ou primeiro) tem alguma vantagem sobre os demais?

4) Turnos (se houver): Aqui, explica-se como é o desenrolar e o ritmo do jogo. Cada pessoa joga individualmente, em alguma ordem específica? Ou todos jogam ao mesmo tempo, tentando realizar alguma ação antes dos demais? Há ações que devem ser feitas em alguma ordem específica? Existem eventos que acontecem ao longo do jogo, e o que os desencadeia? Há uma quantidade específica de turnos até que o jogo acabe, ou eles acontecem indefinidamente até que um gatilho de fim de jogo seja atingido?

Para todas essas perguntas, pesquise se existem exemplos reais em suas referências que simulem essas situações! Lembre-se de sempre anotar as semelhanças e diferenças entre o que você planeja para o jogo e o que acontece na realidade!

5) Ações: Aqui, explicam-se as ações realizadas pelos jogadores, através das quais forma-se o plano de ação para atingir o objetivo do jogo. Algumas das informações presentes nessa seção podem já ter sido citadas no item anterior, entretanto aqui elas devem ser explicadas em profundidade, fornecendo todas as alternativas disponíveis para serem escolhidas.

É importante ter em mente que as consequências (positivas ou negativas) das ações devem ser anotadas, também – mesmo que não estejam totalmente descritas no produto final. É através da anotação dessas informações específicas que é possível medir quais ações acabam sendo mais vantajosas que as demais, o que pode ajudar no processo posterior de teste do jogo.

6) Componente Utilizados: Aqui, são descritos todos os componentes do jogo, ou seja: aquilo com o que os jogadores vão interagir. Esses componentes variam bastante de acordo com o jogo, podendo ser cartas, dados, miniaturas, fichas, entre outras coisas.

No manual final, o funcionamento de cada tipo deles deve ser descrito aprofundadamente, mesmo no caso de cartas com texto, visto que cada um deles pode ter propriedades diferentes – e a explicação completa evita Maus entendidos durante as partidas do jogo.

Além disso, é importante pensar em como serão esses componentes? Quais referências estéticas estão sendo usadas para projetá-los? Faça desenhos, sketches, diagramas, ou o que te deixar mais confortável! O importante é passar a ideia.

7) Fim do Jogo: Essa parte deve explicar o evento que desencadeia o fim do jogo. Esse evento pode variar entre diversos tipos, desde uma ação específica de algum jogador, a escassez de algum recurso ou componente específico, um evento aleatório determinado pelas cartas do jogo, entre outros. Esses eventos devem estar relacionados com elementos centrais da temática do jogo, que simulem a situação real sendo emulada em jogo: construção do prédio chegou ao fim; todos os cultistas já realizaram seus rituais; um dos exércitos foi derrotado; a linha de chegada foi cruzada; os tijolos acabaram.

Também é importante notar que, nem sempre, todos os eventos de fim de jogo terão o mesmo resultado. Em jogos cooperativos, em que se luta contra um monstro, deve haver um evento (ou mais) que desencadeie a vitória da criatura, e outro que desencadeie a vitória dos jogadores. Além disso, é importante pensar se o jogo acaba imediatamente após o evento, ou se ele se perdurará até uma situação específica (cada um terá mais um turno de jogo; o jogo termina na pessoa que fez o primeiro turno; etc).

8) Pontuação (se houver): Qual é o valor daquilo que foi conquistado pelos jogadores ao longo do jogo? Aqui, os pontos podem ser marcados por moedas, por um tabuleiro de pontuação, por peças de prestígio, ou por qualquer outra coisa – contanto que, novamente, seja pertinente à temática do jogo. Também é importante ponderar se a pontuação deve ser feita ao longo do jogo ou exclusivamente ao final, considerando o ritmo da jogatina. Jogos mais rápidos podem requerer pausas periódicas para a pontuação, enquanto jogos mais complexos, cujos elementos estão todos organizados em tabuleiros ou nas áreas de cada jogador podem possibilitar contagens ao final do jogo, não interrompendo o fluxo de jogo.

Uma boa ideia é tomar nota de jogos específicos que tenham aspectos desejáveis para cada uma dessas categorias. Como você se sentiu jogando ele? Quais foram as partes que mais te agradaram? E os demais jogadores? Houve algum momento de tensão na mesa, ou alguma situação específica que (des)agradou os participantes? Através desses questionamentos, começa a tornar-se mais claro o tipo de jogo que está sendo construído.

Mas não se preocupe! Não é porque existem características de outros jogos que você acha positivas e deseja aproveitar que seu jogo vai se tornar um frankenstein de pedaços de outros jogos. É natural usar produtos e experiências similares como um ponto de referência do mercado, especialmente para começar a delinear quais devem ser as características que vão tornar o seu jogo diferente. O que deve ser feito para que ele não seja como os demais? Há algo que está faltando, ou algo que ainda falta ser desenvolvido?

Etapas 3: Revisão e Interação entre Ideias

Uma vez que as ideias tenham sido categorizadas, é a hora de analisá-las e compará-las, a fim de identificar quais delas estão mais orientadas com suas definições de público alvo, literatura de referência e do resto de sua pesquisa. Nessa hora, é importante ter em mente aquilo que deseja-se atingir: seu jogo é um party game, que deve ser ágil e fluido? ou ele é um jogo longo de dominação de território, que deve trazer a complexidade do planejamento de guerra, além de incorporar a cultura dos povos que o influenciam?

Um outro aspecto a se ter em mente é que, especialmente no começo de qualquer projeto, muitas das ideias podem acabar entrando em conflito ou interferindo umas com as outras. Por isso, é importante determinar quais as interações entre elas. Alguma delas é mais importante e, por isso, invalida a outra? Ou há uma maneira de conciliar ambas? Para praticar esse tipo de exercício, busque exemplos de jogos com temáticas fortes e tente traçar paralelos entre as regras deles e os fenômenos que os inspiraram. O jogo é sobre anões? Então ele adequadamente representa esse tipo de personagem fictício? O jogo é sobre pesca? Então ele incorpora elementos desse tipo de atividade (e do tipo de pessoa que a realiza)? Como eles foram adaptados para o contexto de jogo? Houve alguma perda de informação nessa tradução?

Ao final dessa etapa, é recomendando que todas as anotações sejam transcritas novamente, para dar origem a um documento

mais conciso e preciso do que o jogo deve incorporar e representar. Sempre é possível, também, que sejam feitas diferentes alternativas que explicitem aspectos diferentes do jogo, para serem contrastadas e testadas posteriormente. Boa sorte e bons projetos!



Eduardo Caetano tem 38 anos, é belorizontino e formou-se Arquiteto Urbanista em 2009 pela UFMG.

Iniciou sua carreira profissional como Designer de Jogos em 2011, ao publicar *Violentina*, através da primeira campanha de

Financiamento Coletivo de um jogo no

Brasil. Posteriormente foi convidado pela

Secular Games para integrar o coletivo. Organizou junto ao amigo Rafael Rocha, de 2013 a 2015 o Laboratório de Jogos, evento de discussão de Jogos Narrativos no país. Escreveu durante o primeiro ano do retorno da revista *Dragão Brasil* em 2017 sobre jogos indies. Alguns de seus jogos formalmente publicados incluem: *Senda Zen* e *Saco de Ossos* (*Ludens Spirit*), o *Meu Brinquedo Preferido* (laureado em terceiro lugar no Concurso Faça Você Mesmo de Jogos da Secular Games de 2011) e *Estas Pessoas na Sala de Jantar* (laureado no Golden Cobra Challenge 2015 como “The Game We’re Most Excited About”).

Atualmente concentra seu foco na investigação e produção de jogos abstratos de estratégia, pesquisando a materialidade dos componentes e sua relação com a espacialidade lusória.

A figura do designer de jogos como a concebemos atualmente é algo relativamente novo. Contudo, como bem sabemos, os jogos acompanham a humanidade desde o seu surgimento. Se antes eles se materializavam dentro de um processo dialético, intrínseco à cultura, expressando seus valores culturais de maneira empírica e espontânea, hoje os jogos passam a existir através de um processo autoral. Eles refletem as expressões e valores de um criador, e não mais de um coletivo, em um processo lento e gradual, mesmo quando consideramos a inserção deste autor em seu contexto cultural.

Sendo a criação de jogos modernos uma linguagem infante, é inevitável que busquemos nas outras linguagens - literatura, cinema, pintura, arquitetura, etc. - ferramentas e métodos que auxiliem e potencializem nosso processo criativo. Ainda assim, certos procedimentos permeiam todas estas linguagens, pois dizem mais do processo criativo em si, do que necessariamente de uma linguagem específica. O rascunho, o croquis, o estudo, o esboço é a primeira ferramenta, imprescindível aos meus olhos, na realização de uma tarefa criativa, precedendo inclusive qualquer tipo de prototipagem.

Registrar as idéias é primeiro passo de sua concretização. É o momento específico em que a ela rompe o véu do universo potencial e abstrato da mente, e se manifesta no real, concreto. O que se segue são sugestões e argumentos oriundos de uma mistura de experiências pessoais, metodologias, técnicas e boas práticas, acumuladas em dez anos de uma imersão cada vez mais profunda no campo do design de jogos de tabuleiro, dos RPGs, larps e storygames, aos jogos abstratos de estratégia.

Obviamente estes argumentos não são imparciais, uma vez que minha formação acadêmica em arquitetura foi fundamental na construção de uma percepção particular na área do design de jogos e de todo meu processo criativo desde então. O fato de minhas criações mais prolíficas estarem no campo dos jogos abstratos de estratégia é um forte sinal disso. São um

tipo especial de jogo de tabuleiro, pois são fundamentalmente estruturados por uma linguagem espacial, formal e geométrica, floreada por uma matemática ontológica e intuitiva. Onde seu significado e suas mecânicas são as próprias relações de espaço, cujo design se expressa de forma mais crua, despida, suficiente em si mesmo, lhe dando sentido completo.

Faço questão de trazer isso à tona de antemão, pois estes são fatores cruciais em meu processo de compreender e registrar minhas idéias de jogo, de forma tão indissociável ao meu cotidiano, que tem se tornado uma espécie de estilo de vida. Um círculo virtuoso, que potencializa a experiência de uma vida mais criativa e divertida. Meu objetivo portanto é evidenciar o porquê e como isso ocorre. Obviamente, todo processo criativo é único ao criador, e a busca pessoal por aperfeiçoamento o leva a desenvolver seu próprio, específico e maravilhoso processo pessoal de criação. Desta forma, nada aqui é escrito em pedra. Aproveite o que achar válido, distorça, remodele as idéias que achar pouco desenvolvidas. O mais importante é mergulhar de cabeça, sem cautela, receios ou inseguranças nesse caminho sem volta de explorar sua criatividade. E se algo ressoar com você, se algo nestas experiências lhe for útil, terei cumprido o papel.

Registrar é materializar

Existe um fenômeno cognitivo poderoso ao transferirmos nossas idéias da cabeça para o papel. É uma forma de diálogo concreto consigo mesmo. Por ser somente você, dialogando consigo, não há motivo para insegurança, pudor ou qualquer forma de receio tomar conta. Você se expressa de forma livre sobre o papel, e imediatamente pondera sobre o que expressou. Você cresce gradualmente, aprende mais sobre si mesmo, e sobre a ideia que vem ruminando. E se continuar registrando, nesta sequência de afirmações, questionamentos e respostas, o que você tem em mãos no fim deste processo, é nada menos que a materialização de sua ideia. O que talvez seja a coisa mais importante, pois essa ideia já não está mais apenas em sua cabeça apenas como devaneios impalpáveis. Ela existe no mundo real. Você deu o primeiro passo. Você já está fazendo as primeiras interações de seu jogo. Só lhe resta apenas, desenvolvê-la.

Ao deixar o fluxo de consciência ditar o que vai para o papel, você estimula a criatividade sobre o próprio assunto do qual se escreve. Como a velocidade da mão é inferior a da mente, as idéias precisam ser cadenciadas em um ritmo lógico, didático, explicativo. Ao pensar formalmente como explicar para o papel as regras do jogo ou como ele funciona, você passa a compreender melhor o seu próprio jogo. E a sensatez e a razão de ser destas notas naturalmente vão se tornando evidentes. Se não forem evidentes, que ótima notícia! Pois é um belo sinal de que a ideia talvez deva ser engavetada por um tempo. Não há necessidade de se despendar mais tempo sobre ela. Ao menos não por enquanto.

Papel

Para estas primeiras anotações, minha dica é fazê-la diretamente sobre o papel, com uma caneta que lhe apeteça e tenha intimidade. Intimidade o suficiente para esquecer que ela está em suas mãos. Digitar sobre o teclado, passar para o computador, em minha experiência, deveria vir em outro momento. Nada supera a liberdade do traço manual, tanto no processo cognitivo de solidificação dos pensamentos através da própria expressão corporal, quanto na permissiva liberdade se expressar sem o filtro do “editor, acumulando erros e acertos sobre o mesmo espaço criativo da folha de papel.

Poder errar sem apagar o erro é preciosíssimo para a tensão criativa e criação de um estado de flow, em um “toró de

ideias” fluído, em que pode cavar cada vez mais fundo em seu inconsciente e encontrar as conexões mais originais e criativas. O teclado tem, sem trocadilhos, o seu papel evidentemente. Mas deixe isso para outro estágio.

Nós temos milênios de experiência acumulados em nossos genes artísticos ancestrais. Desde de antes da civilização e da escrita já usávamos nossos corpos como primeira ferramenta para expressão, passando as imagens que povoavam nosso imaginário, direto para a parede da caverna.

Tire proveito disso.

Rabisque!

Algumas ideias quando surgem não são facilmente descritas em palavras. Ideias conceituais por vezes são melhor explicadas, entendidas ou externalizadas através de desenhos, diagramas, rabiscos. Talvez justamente por serem... conceitos! Não possuem limites bem definidos (ainda). Portanto, muito de meus jogos abstratos nascem de rabiscos conceituais, precisamente pelo exercício de externalização. Ao olhar para o desenho e refletir, refazendo, analisando e criticando o que aquilo pode querer dizer, alguns dos jogos dos quais gosto muito, foram paridos.

Mas não se preocupe! Desenhar, nesse contexto, não é uma atividade artística. A crença de que não se desenha bem é irrelevante. Na verdade, todo mundo sabe desenhar. E muitas vezes, é a melhor ferramenta para se expressar o que está se pensando.

Como aquela velha história: Uma imagem vale mais...

A Companheira Caderneta

Parece óbvio, mas é imprescindível reafirmar: ande sempre com uma caderneta. Ou algo parecido, cujo formato seja o mais prático e portátil possível. Papel e caneta. O lance é poder anotar ideias a qualquer momento, no momento em que elas aparecem.

E quando isso acontecer... não se limite à linhas, ao texto, a forma. Rabisque, risque. Mas nunca apague! Sério, se habitue a usar sempre caneta para estas primeiras idéias. Isso é documentação do processo. Meses depois aquela frase riscada, mas legível, pode voltar a fazer sentido.

A sacada é ir escrevendo sem julgamento, sem pudor, sem vergonha, tudo o que lhe vier à mente. Deixe o pensamento crítico para outro momento, esta fica para outra etapa. Aquela do teclado.

Torne essa caderneta sua companheira. Ela é o seu livro de receitas, seu diário pessoal, seu Livro das Sombras, seu Grimoire. É através dela que irá praticar sua magia real.

Caderneta Geral

De início, minha sugestão é manter apenas uma caderneta. Para registrar quaisquer idéias que surjam em sua mente. Um repositório de qualquer insanidade que lhe surgir. Bom para desopilar a mente e o coração. Existe mil forma de organizar os conteúdos deste tipo. Se estiver muito curioso, procure no youtube videos sobre Journaling, Bullet Journal (ou BUJO para os íntimos) ou Traveller's Journal.

Caderneta Específica

Após um tempo, talvez seja o caso de começar a cultivar outras cadernetas para conteúdos específicos. Depois que as ideias tomam forma, que você já começou a testar algum protótipo, vale a pena considerar dedicar uma caderneta só para este jogo específico. Anotações de feedback, de playtest e aprimoramento de ideias. Você vai se pegar mais e mais pensando apenas nos diversos aspectos e detalhes deste único jogo. É uma ferramenta perfeita para foco e concentração.

Preferências pessoais

Com o tempo você vai acabar descobrindo os formatos,

metodologias e processos criativos que melhor se enquadram com a forma de produzir conteúdo. Mas preciso aproveitar a oportunidade para sugerir o modelo de caderneta que mais me apetece, e os porquês disso.

Com a prática tempo, vai perceber que é importante se sentir o mais à vontade com esta ferramenta de trabalho, iterando em cima dos materiais que lhe dão prazer de escrever. Tanto pelo fato de se tornar um reflexo inconsciente o ato de pegar sua caderneta e escrever, sem pensar sobre a atitude de fazê-lo, sem atrito, quando a ideia surge, quanto pelo fato de que ao ter prazer em fazê-lo, você se sentirá mais inspirado e instigado a continuar fazendo. Um estimulante natural. Sentar-se à mesa com caderno e papel à mão, naturalmente despertará em você a vontade de escrever algumas ideias. E a partir de então, apenas deixe o fluxo lhe conduzir o caminho.

Seguem portanto, algumas sugestões que se adequam perfeitamente aos meus processos, e que acredito que você possa tirar algum proveito.

Durante muitos anos eu esgotei várias cadernetas tipo “Moleskine”, no formato A5, em capa dura, pela praticidade, durabilidade e portabilidade. Pela qualidade do papel. Gosto muito da marca Cícero, por ser uma empresa nacional, de ótima qualidade, e oferecer o melhor custo-benefício. Dou preferência ao modelo de miolo pontilhado (quadriculado, nem sem pauta, nem com pauta), pois seu pontilhado é bem sutil mas visível e ótimo como referência dimensional, pois o espaçamento de 5mm entre os pontos, serve tanto como linha para escrita, quanto régua ortogonal ou axonométrica, escala para quaisquer estudos ou desenhos de componentes.

Anotações digitais:

Em 2020 é muito mais provável que você tenha um celular no bolso sempre consigo do que uma caderneta. Eu sei, eu entendo. E de fato ele pode servir como uma ótima ferramenta para se registrar ideias nos momentos mais imprevisíveis. Apesar de eu não considerar a ferramenta mais eficiente para esse processo específico, tenho um leque de aplicativos à disposição instalados no meu aparelho, que acabam salvando uma boa ideia de se perder no limbo da mente (quando por exemplo você vê um padrão irado nos azulejos do banheiro da balada e aquilo lhe dá uma ideia genial de jogo...). Vamos á uma pequena lista de sugestões:

- Google Keep: app grátis de notas rápidas, listas e rascunho de desenhos. Simples e eficiente. Sincroniza com quaisquer demais aparelhos pelo Gdrive ou sua conta google. Ideal para notas rápidas, para revisar quando chegar em casa e passar para o documento oficial;

- Scrivener: programa para pc, com versão grátis ou pró, ideal para organizar as ideias, em todas as etapas do processo de criação de jogo, com diversas sessões para conteúdos diferentes e específicos em um só arquivo. Muito utilizado por escritores e acadêmicos, por essa versatilidade. O Scrivener está para o World, assim como o Word está para o Bloco de Notas. Funciona meio que como a caderneta geral digital;

- Google Drive ou Dropbox Paper: sendo este último meu achado mais recente e preferido, com design minimal e super acessível, ideal para um projeto mais avançado e para trabalhar em grupo remotamente. Sincroniza, e tem para pc e para o celular.

- Qualquer app de gravação de áudio: para deixar com fácil acesso na tela inicial do celular, permitindo a tomadas de notas verbalmente, à distância de um clique, sem precisar teclar ou escrever. Para quando não há alternativas, registrar seu próprio monólogo verborrágico e maravilhoso de ideias.

O processo criativo de designers de jogos tem sido um

dos meus assuntos preferidos nos últimos anos. Aprendo constantemente com as experiências de outros designers que encontro pelo caminho. Ainda assim, existe pouco conteúdo disponível sobre o assunto, principalmente sobre jogos de tabuleiro. Portanto o Creative Game Box é uma felicíssima iniciativa que contribui para o desenvolvimento deste campo de conhecimento, principalmente para o Brasil. Certamente ele potencializará a produção nacional. Então, faça questão de partilhar suas experiências com o mundo. Seria ótimo conhecer o seu processo e experiências. Espero que as minhas lhe auxiliem em sua busca!



Olá Ludonautas!

Me chamo Marcelo Bissoli e atuo no mercado dos jogos de tabuleiro desde 2010 como ilustrador e designer gráfico. Nesse período trabalhei em cerca de 15 títulos como ilustrador, 5 como consultor de jogos empresariais e recentemente em 2 novos títulos de jogos educacionais. Nos últimos 3 anos tenho estudado e focado na parte de produção de jogos empresariais e educacionais e atuado como consultor para empresas que utilizam jogos como ferramentas.

Parabéns pela grande aquisição de uma ferramenta que bem utilizada vai fazer a diferença em suas ideias e sonhos, mas no meio de tanta informação e elementos por onde começar?

Game Design Canvas (GDC) é um framework para rapidamente definir os elementos fundamentais de um jogo e deve ser utilizado como uma ferramenta que permite a sintetização rápida das ideias que norteiam o jogo a ser desenvolvido, apresentando uma visão geral do mesmo em um único painel.

Contempla 3 pilares básicos da produção de um jogo como produto (ideação/prototipagem/produção) e os principais pontos que geralmente passam despercebidos em cada um destes pilares. Sua verdadeira função não é ensinar game design ou ser algum tipo de panaceia de desenvolvimento de jogos mas sim um mapa para visualização simples e sistêmica de um projeto de jogo analógico que, se seguido de forma correta vai lhe permitir condensar suas ideias e tarefas feitas e faltantes de forma simples e compreensível para você mesmo e outras pessoas.

A seguir vamos abordar todos os elementos que fazem parte deste canvas para que seu uso seja feito de forma potencial e consciente. Lembrando que ao longo do processo de criação, desenvolvimento e finalização de um jogo de tabuleiro é normal que você navegue em sentido horário e anti-horário neste canvas fazendo diversas iterações para harmonizar seu jogo.

AS QUATRO CARACTERÍSTICAS DE TODO JOGO

Segundo Jane Macgonigal em seu livro "A realidade em jogo" afirma que quando as diferenças de gênero e as complexidades tecnológicas são colocadas à parte, todos os jogos compartilham

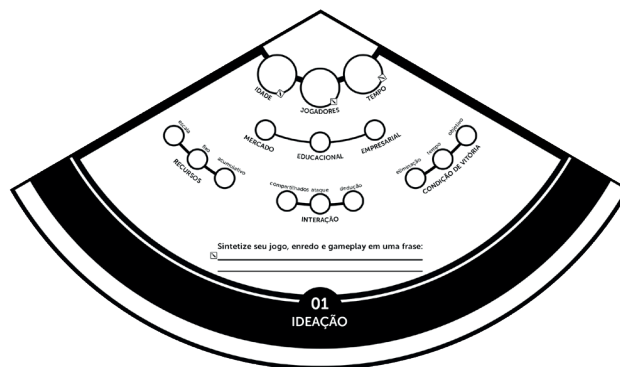
de quatro características que os definem:

Meta_ Resultado específico que os jogadores vão trabalhar para conseguir.

Regras_ Impõem limitações em como os jogadores podem atingir a meta.

Sistema de Feedback_ Diz aos jogadores o quão perto eles estão de atingir a meta.

Participação Voluntária_ Estabelece uma base comum para múltiplas pessoas jogarem ao mesmo tempo. Neste item é válido observar que a participação voluntária é dispensável em jogos educacionais e empresariais.



Ciclo de produção de um jogo de tabuleiro: 1_IDEAÇÃO

- JOGO DE MERCADO / JOGO EDUCACIONAL / JOGO EMPRESARIAL

Jogos de mercado (metas, regras, feedback, participação voluntária)

Os jogos de mercado ou jogos de massa atualmente são tratados como "jogos modernos" e possuem características mais voltadas à diversão e a participação com as seguintes características em sua maioria:

São fáceis de serem jogados

Possuem partidas curtas

Possuem baixo fator sorte

Não possuem eliminação de jogador

Para nos encontrarmos melhor neste universo podemos considerar a classificação sugerida pelo site Board Game Geek (BGG) onde os jogos se dividem em Abstratos, Customizáveis, Temáticos, Família, Infantis, Galera (Party), Estratégicos, Wargames.

Outras três muito utilizadas são os Ameritrash, Eurogames e Híbridos.

Jogos educacionais (metas, regras, feedback)

Proporcionam um ambiente crítico, onde o aluno se sensibiliza para a construção de seu conhecimento com oportunidades prazerosas para o desenvolvimento de suas cognições.

Os jogos educativos são elaborados para divertir os alunos e potencializar a aprendizagem de conceitos, conteúdos e habilidades embutidas no jogo.

Lembre-se de que um bom jogo educativo terá o seu sucesso tanto quanto ele conseguir equilibrar a questão pedagógica com o estímulo e o desafio aos jogadores.

Jogos empresariais (metas, regras, feedback)

São feitos para capacitar ou melhorar qualidades profissionais e também podem ser utilizados para emular situações reais mas num ambiente seguro.

- TEMPO / NÚMERO DE JOGADORES / FAIXA ETÁRIA

Estes três elementos possuem relação direta com o tipo de jogo a ser feito (Mercado/Educacional/Empresarial) que serão abordados mais adiante.

TEMPO

Jogos de mercado: são definidos como “jogos modernos” possuindo um padrão já consolidado de tempo de duração ideal de acordo com o seu tipo.

Ex.: Jogos de galera ou “Party Games”: por volta de 10 minutos, Abstratos e Infantis: de 15 a 30 minutos em média, Jogos de família ou “Family Games”: de 30 a 45 minutos, Temáticos: de 30 a 180 minutos, Estratégia: em média 100 minutos de partida e Wargames: por volta de 60 minutos. Lembrando que estes valores não são absolutos e foram levantados com base em uma pesquisa dos 10 melhores de cada categoria no site Board Game Geek (BGG).

Jogos educacionais: são criados por conta do público alvo, tempo de aplicação em sala e idade tendo de 20 minutos (mínimo) a 40 minutos (máximo) em média.

Lembrando que o tempo de jogo não é para aprender a jogar e sim para aprender o conteúdo.

Jogos empresariais: é um tipo de jogo que precisa ser muito bem trabalhado não apenas no jogar em si mas por questões de ser utilizado como uma das partes de todo um processo dentro de uma empresa e que demandam antes de jogados serem apresentados, direcionados e discutidos ao final de sua aplicação.

Considere então que jogos empresariais precisam ser aplicados para um público que em maioria não está familiarizado com jogos, precisa de orientação e sofrer um debriefing no final do jogo. Sendo assim teremos jogos mais simples em um período de 30 minutos a 50 minutos.

Lembrando que o tempo de jogo não é para aprender a jogar e sim para aprender o conteúdo.

NÚMERO DE JOGADORES

Jogos de mercado: podem variar de 1 (solo) até muitos jogadores mas o dominante de mercado é de 2 a 12 jogadores.

Jogos educacionais: também podem variar por conta da estratégia didática sendo comum a formação de times de jogadores onde cada time representa um jogador.

Jogos empresariais: sendo raro sua aplicação para o mínimo de 4 pessoas estes jogos são desenvolvidos em maioria para grupos que assumem o papel de 1 jogador na mesa.

FAIXA ETÁRIA

Jogos de mercado: são válidos para todas as idades, desde o maternal até a fase adulta tendo sua complexidade de categoria alinhada à idade do público alvo.

Jogos educacionais: são válidos para todas as idades, desde o maternal até a fase adulta e devem ter sua complexidade também considerada em função da idade do público alvo.

Jogos empresariais: são aplicados dentro de empresas ou corporações e obviamente compreendem um público de jovens a adulto até sênior tendem a ser mais simples por questões já citadas anteriormente.

- RECURSOS / INTERAÇÃO / CONDIÇÕES DE VITÓRIA

Vamos abordar aqui os 3 principais blocos de jogo que são os recursos, interações e condições de vitória. Abaixo vamos abordar cada um e suas respectivas variantes:

Recursos

Podem ser definidos por cartas, ouro, pontos de ação, uma jogada por turno e se subdividem nas seguintes categorias:

- Recursos de escala: Começam pequenos no início do jogo e ficam mais abundantes à medida que o jogo progride. Esses recursos reabastecem a cada turno, independentemente de serem usados ou não e têm a vantagem de criar um senso de progressão ao longo do jogo.

- Recursos fixos: Este tipo não muda durante o jogo. Se um recurso fixo não for gasto, ele será perdido e redefinido no

turno seguinte.

Este tipo de recurso possui a vantagem de ser simples e fácil de entender.

- Recursos acumulativos: São aqueles que são armazenados de um turno para outro se você não os gastar.

As decisões dos jogadores envolvendo acumular recursos tendem a ser muito complicadas, já que os jogadores devem avaliar o gasto de um recurso não apenas no contexto deste turno, mas também para todos os possíveis giros futuros.

Qualquer jogo de cartas onde você desenha um número fixo de cartas por turno tem um recurso acumulativo.

Interação

Como os jogadores se relacionam durante o decorrer do jogo? Competindo para controlar o mesmo território? Atacando um recurso fundamental? Correndo na mesma pista?

O tipo de interação entre jogadores pode ser dividido da seguinte forma:

- Por recursos compartilhados: Um recurso compartilhado é qualquer recurso limitado ao qual vários players tenham acesso e deixa bem claro quando um jogador pega algo de outro jogador.

Este tipo de recurso ainda pode se dividir em:

Recursos Compartilhados Quentes, que criam mais tensão e entusiasmo, mas também podem causar ansiedade e hostilidade quando os jogadores perdem visivelmente um recurso que realmente desejam.

Recursos compartilhados frios, que são mais sutis. Neste os jogadores que criam cards de pacotes escondidos e os passam para outros jogadores ainda estão tirando recursos um do outro, mas a natureza oculta da seleção remove parte da tensão e carga emocional da decisão.

- Por ataque direto: Jogos de ataque direto são aqueles em que os jogadores tentam atacar ou destruir os recursos dos jogadores adversários.

- Por dedução: Jogos de dedução exigem que você avalie os outros jogadores por alguma informação importante.

Condição de vitória

As condições de vitória podem ser únicas ou combinadas onde o jogador ou o grupo pode vencer eliminando outros jogadores, marcando X pontos, marcando mais pontos ao final de determinado tempo.

As condições de vitória se dividem da seguinte forma:

- Eliminação do Jogador: A mais óbvia das condições de vitória é a simples remoção de todos os outros jogadores do jogo. Isto é simples e fácil de entender e uma escolha sólida para qualquer jogo de dois jogadores.

- Limite de tempo: O jogo dura um certo período de tempo com base em um temporizador explícito ou em um recurso de esgotamento implícito. No final do tempo concedido, quem fez o melhor de acordo com alguma métrica chave é declarado vencedor.

- Objetivo a ser Alcançado: O jogo dura até que um jogador atinja algum objetivo específico. Isso dá aos jogadores uma direção clara no jogo, mas muitas vezes pode restringir seu espaço de design na estrada.

Muitas vezes, é útil ocultar informações sobre como os jogadores estão próximos de atingir seu objetivo até o final. Isso ajuda a manter a tensão e a excitação mesmo se um jogador estiver muito à frente.

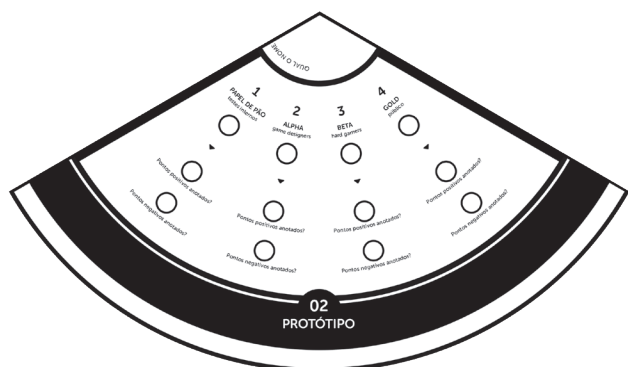
- Mistos: Misturam duas ou até mais de uma das condições anteriores (ex.: Boxe, onde você vence por pontuação ou nocaute ou futebol onde ganha aquele com maior pontuação ao final de um tempo fixo).

Muitas condições podem ser alcançadas de forma individual/

grupo ou por todos os jogadores/grupos.

- SINTETIZE SEU JOGO, ENREDO E GAMEPLAY EM UMA ÚNICA FRASE

É uma prática comum na maior parte dos game designers que visa uma reflexão mais direta sobre o que importa em seu jogo e se realmente você está conseguindo entender e desenvolver este entendimento da forma correta.



Ciclo de produção de um jogo de tabuleiro: 2_PROTOTIPAGEM

A etapa de testes é uma das partes mais cansativas de ser executada pois pede paciência, disciplina e muita colaboração por parte de todos os envolvidos.

Nesta etapa de testes iremos avaliar diversos elementos que não conseguimos prever em nossas ideias e servirá sempre de base para calibrarmos e ajustarmos nosso jogo. Portanto, não faça testes querendo sucesso e sim buscando falhas e pontos a serem ajustados.

Em todas estas etapas, ao longo de cada teste é vital anotar diversos detalhes como:

Tempo de partida

Tempo de um jogador para o outro

Tempo que um jogador espera até retomar a jogada

Interações

Comportamentos, sentimentos e comentários

No final, se viável pedir para que cada jogador responda um pequeno formulário com questões relevantes ao seu jogo.

Não é preciso explicar a importância destes dados para o melhor entendimento de seu jogo, público e ajustes necessários.

- PLAYTEST 01: PAPEL DE PAO

É um tipo de teste com amigos próximos focado em mecânicas e jogabilidade.

Seus componentes são bem genéricos.

- PLAYTEST 02: VERSÃO ALFA

Aqui vamos levar seu jogo para teste fechado com "heavy gamers" (profissionais de game design convidados).

Componentes são intermediários (do papel de pão com um maior refinamento)

- PLAYTEST 03: VERSÃO BETA

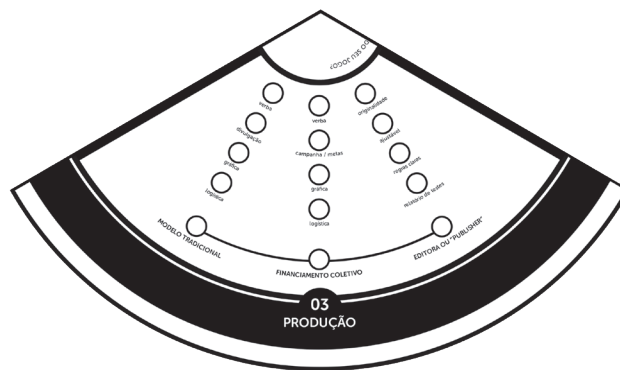
Nesta etapa o teste é aberto e realizado com jogadores profissionais.

Componentes são intermediários (do papel de pão com um maior refinamento)

- PLAYTEST 04: VERSÃO GOLD

Podemos tratar como um Mínimo Produto Viável ou "MVP- Minimum Viable Product" realizado com pessoas desconhecidas (teste cego) em eventos e ocasiões especiais.

Nesta etapa os componentes devem estar o mais próximo possível de sua versão final.



Ciclo de produção de um jogo de tabuleiro: 3_PRODUÇÃO

A etapa de produção é a mais complexa e desgastante de ser executada mas deve ser pensada ao longo de todo processo pois ela pode ser alterada ou alterar as outras. Reformulando, é bom pensar sempre em como o seu jogo será colocado em meios de produção desde o início considerando que mudanças podem ocorrer dentro daquilo que você criou inicialmente para que esteja em condições de ser produzido e entregue. Mas também você pode chegar à conclusão de que aquele método de produção final definido no início não é o melhor em função dos recursos disponíveis.

Como dito antes, muitas alterações em seu canvas serão feitas ao longo do processo de forma natural, representando não um ajuste de algo errado mas sim uma adequação para um produto melhor!

Vamos a seguir abordar os meios mais conhecidos e utilizados de produção e publicação de um jogo de tabuleiro com suas características marcantes:

- MODELO TRADICIONAL

Este se comporta por utilização de recursos próprios para a produção.

Suas características de peso são:

Verba própria

Necessidade de um produto jogo em estágio final

Independência criativa

Divulgação

Escolha de Componentes

Escolha de Gráfica

Escolha de Produtor de Componentes

Escolha de Distribuidor

Acompanhamento

Entrega

- FINANCIAMENTO COLETIVO

Modelo totalmente focado na ação do produtor do jogo sendo viável mediante o sucesso da meta estabelecida em campanha.

Suas características de peso são:

Verba própria

Necessidade de um produto jogo em estágio final

Independência criativa

Montagem da Campanha

Construção das Metas

Divulgação

Financiamento Alcançado

Escolha de Gráfica

Escolha de Produtor de Componentes

Distribuição

Acompanhamento

- EDITORA OU "PUBLISHER"

Modelo focado no investimento com uma editora ou "publisher".

Suas características de peso são:

Alta concorrência

Verba quase nula (apenas para a montagem do protótipo MVP)

Visual atraente

Temática interessante

Flexibilidade para alterações (adequações de marketing, custos e produção)

Regras claras

Ter sido exaustivamente testado (apresentar um relatório de testes)

Nomeando o jogo: QUAL O NOME DO SEU JOGO?

É uma das etapas mais prazerosas de todo o processo onde você pode se divertir muito batizando a sua nova cria. Mas lembre-se, o uso do bom senso, coerência e pesquisa nunca é demais! Utilize nomes criativos, de fácil pronúncia, com sonoridade e que sejam de fácil lembrança.

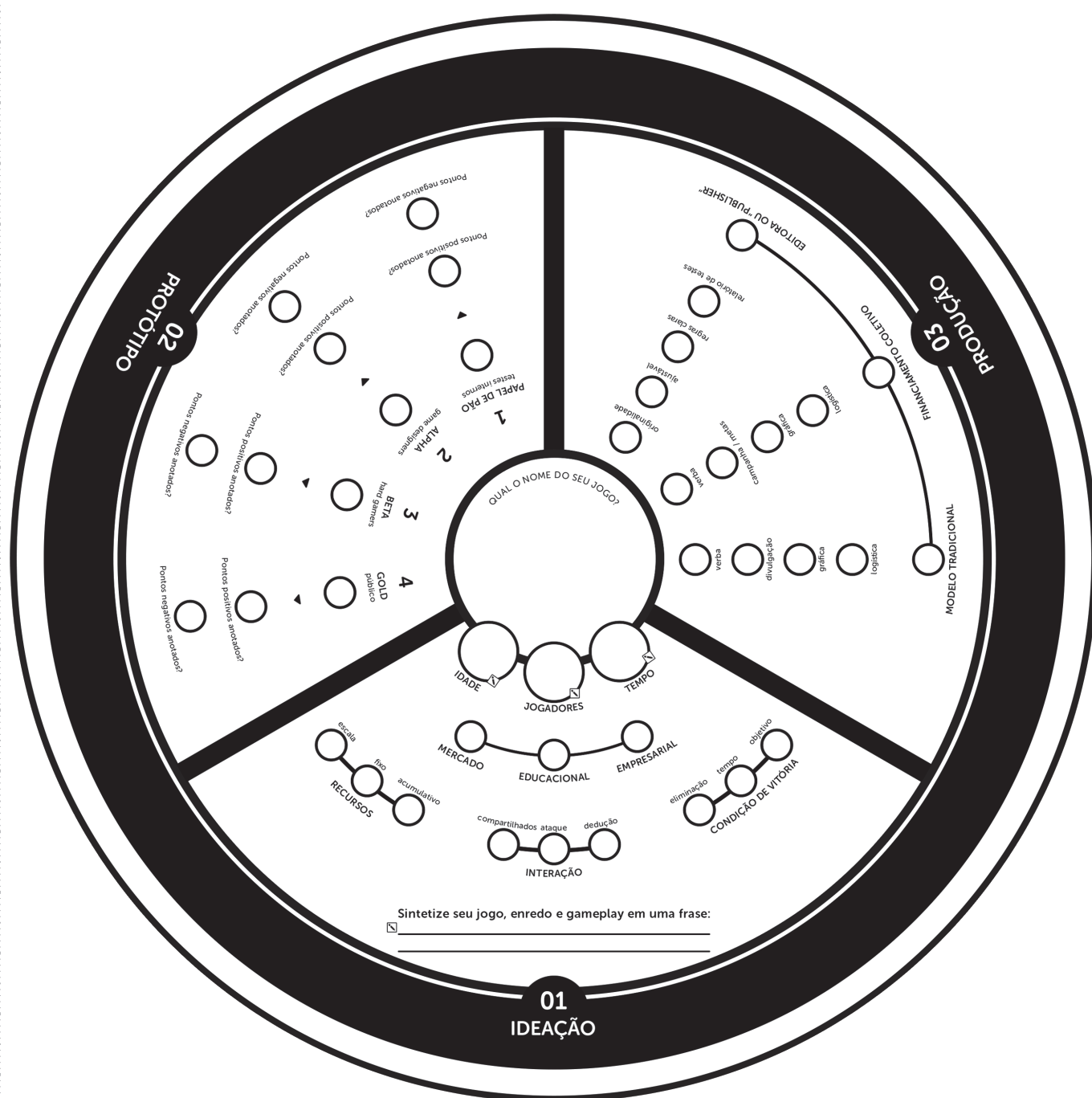
Este processo de criação de nome pode ser feito durante e até no final de seu jogo mas nada te impede de criar um

nome provisório logo no início. Nomes levam tempo e amadurecimento de ideias para surgirem e isto pode ocorrer ao longo de todo o processo evitando uma queima desnecessária de energia mental e tempo.

- FINALIZANDO

Espero que estas três etapas tenham ficado claras e causado inspiração para estudos e sondagens mais profundas a respeito dos processos envolvidos considerando que este manual de uso do canvas não tem como objetivo ensinar de forma profunda o game design de jogos de tabuleiro mas auxiliar de forma mais coerente o uso da ferramenta.

Lembrem-se de que este canvas pode ser utilizado com o uso das peças do Creative Game Box, pode ser preenchido a lápis e até replicado para outros projetos de jogos. O importante é que se tenha um direcionamento ordenado e focado para que a criação, prototipagem e produção final sejam realizadas de maneira eficiente.





Prototipagem

*Utilize
seus recursos*

*Thiago
Mello*

Olá, eu sou Thiago Mello, fundador da Tiki Games Estúdio e Editora, lancei o Pélaghos em 2018 por financiamento coletivo, hoje atuo em diversos projetos e parcerias com a comunidade de game designer aqui no Brasil, meu novo trabalho é Konya 52, também sou criador e administrador da comunidade Desenvolvedores de Boardgames, Cardgames e Afins no facebook, mas comecei a me interessar pelo hobby em 2014 quando criei um blog sobre jogos e um projeto social chamado Heróis de Papel que até hoje dá suporte a outros projetos parceiros.

Quando criamos nossos jogos, o primeiro lugar que ele ganha vida é em nossas mentes, onde geralmente vemos eles prontos e rodando muito bem. Mas uma hora temos que colocar eles na mesa para ver se toda a teoria funciona.

Os primeiros protótipos devem ser feitos da maneira mais rápida, barata e simples possível. A razão para isso é que as mudanças que surgem no começo são normalmente bruscas demais para se fazer pequenos ajustes, obrigando a substituir o material utilizado. Por isso não vale a pena o custo de se usar um material mais caro, como Creative Game Box ou mandar produzir em algum local especializado.

Aqui eu vou dar dicas para que você consiga utilizar um material que possa ter em casa, ou que seja de fácil acesso, para começar a fazer seus primeiros protótipos. Todo o assunto abordado irá considerar que você tenha um computador e internet à sua disposição.

- Organizando seus pensamentos e fazendo o necessário.

Quando estão em nossas mentes, nossos jogos incluem muitas coisas, inclusive expansões, afinal é fácil se perder na imaginação e no sucesso que o jogo pode fazer. Mas é nessas horas que devemos frear nossa empolgação, e podar nosso protótipo ao máximo, pelo menos nessa versão, fazendo apenas o que chamamos de core do jogo.

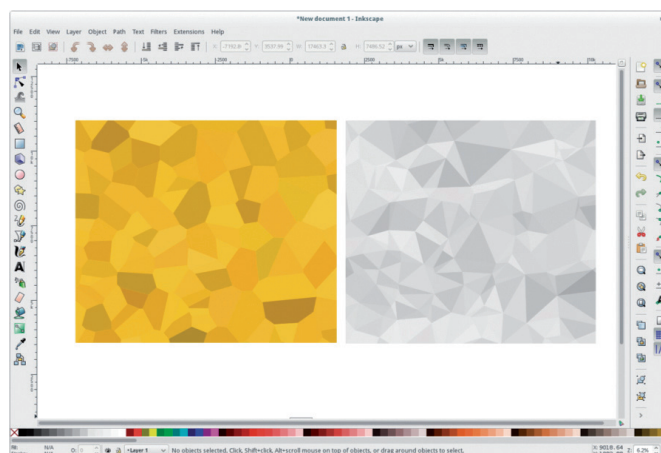
O core do jogo é o mínimo que ele precisa para funcionar. Nesse primeiro momento, foque apenas nisso. Com o decorrer dos playtests, vá colocando e tirando o que achar necessário, com base nos feedbacks recebidos.

Uma dica importante para esse momento: NUNCA contrate ou compre banco de imagens para o seu protótipo. Isso é uma OUTRA parte do processo, que vem de 01 a 03 anos depois da ideia inicial, e normalmente quem cuida disso é a editora. Seu papel como designer é criar as mecânicas do jogo.

- Escolhendo um programa de design gráfico.

Por mais assustador que possa parecer esse tópico, é necessário que você trabalhe em cima de um programa no qual você consiga criar um visual para seu protótipo. Mas a sua experiência com esse programa não precisa ser alta, pois na prática nós usaremos apenas o básico do programa para criar nossos layouts e imprimi-los, então use o seu preferido. Se você não conhece nenhum, posso fazer algumas sugestões.

Os programas mais usados para criar o visual de protótipos são: CorelDraw, Photoshop, Illustrator e Inkscape, esse último sendo gratuito e fácil de usar. Se tiver acesso a todos, recomendo testar e ver qual se ajusta a mais ao seu gosto.



- Escolhendo formas e formatos.

Independente de como for a forma final do seu jogo, em questão de tipos de cartas, tiles e outros, neste momento devemos nos concentrar no básico. Eu recomendo usar cartas de papel no lugar dos componentes, com o tamanho no formato padrão USA, ou o famoso formato Magic, 88x63mm. Usando essas medidas, cabem até 09 cartas por folha A4, que todas as impressoras caseiras aceitam. Além disso, é fácil encontrar sleeves para essas medidas, e eles vão te ajudar, e muito, nessa parte inicial. Falaremos deles mais à frente.

Caso seu jogo utilize dados, utilize os comuns, com numerais, mesmo que para isso precise imprimir uma tabelinha dando sentido aos números. Se precisar de tokens, recomendo usar qualquer coisa para isso em vez de imprimir, desde botão de camisas até peças plásticas de outros jogos. Lembre-se, nessa primeira etapa, queremos ganhar tempo e ver se o protótipo promete ser um jogo funcional.

- Acelerando o processo de criação.

Nem sempre temos aptidão para criar nossos layouts e fazer as melhores escolhas visuais para os protótipos, mas felizmente temos muitos sites que nos ajudam nessa hora, desde a escolha da fonte ao layout da carta e ícones. Vou listar alguns que conheço:

<http://vectoria.com.br/> - Um site que tem ícones e cartas. Quando prototipei o Konya 52, comecei usando os ícones deles.

<https://game-icons.net/> - Esse site tem quase 4000 ícones gratuitos. Usei muitos deles no protótipo do Pélaghos.

<https://fonts.google.com/> - O modo mais seguro de pegar novas fontes.

<https://inkarnate.com/> - Um site que te ajuda a criar um mapa, o que pode ser importante para o seu tabuleiro.

<https://graphicriver.net/game-assets> - Nesse site você pode comprar tudo que for precisar, mas não recomendo investir na fase inicial do seu protótipo.

Leia com muito cuidado cada um desses sites e suas permissões para uso.

- Construindo seu protótipo.

Considerando que você já passou um tempo estudando e fazendo suas cartas e outros acessórios, chegou a hora de movê-



lo do virtual para o físico. A primeira coisa que você vai ter que fazer é a impressão, e não existem muitos segredos nessa etapa. Recomendo fazer as primeiras impressões em folha sulfite e em preto e branco, fazendo o mais simples e rápido possível para as primeiras partidas, mesmo que simuladas.

Cada programa terá uma maneira de imprimir, mas é importante lembrar sempre de fazê-lo com a marca de corte. Faça tudo da forma mais simples para você recortar, seja em estilete ou tesoura. Eu recomendo fortemente que você aprenda a lidar com estilete, e no resto da explicação vou considerar que está utilizando um. O próximo passo é procurar aí na sua casa uma tábua de carne de vidro e uma régua de metal que fique bem baixa e pegando toda a base dela.

Nessa imagem, eu já estava com um protótipo mais avançado, no caso o Pélaghos, e já estávamos trabalhando nele há uns 02 anos. Mas o trabalho para cartas e tiles é o mesmo para todos os protótipos.



Mais pra frente falaremos de opções avançadas para incrementar seus protótipos.

Depois de tudo recortado, precisamos fazer que seu material fique o mais próximo possível de uma carta, e que seja durável o bastante para ao menos alguns jogos. É nesse momento que entra o sleeve. Normalmente os jogos usam versos para distinguir certos tipos de cartas, então teremos duas pequenas folhas para representá-las. Colar isso não funciona sem todo um preparo e material certo, por isso vamos usar o sleeve. Pegue a frente e o verso da carta, que foram impressas separadamente, e coloque dentro dele. Pronto, temos uma carta! Se achar que fica muito molenga, pode usar uma carta de baralho ou papel cartão junto para dar solidez. Uma dica é não imprimir frente e verso na mesma folha, pois como as cartas terão bastante substituições no começo, é mais rápido e barato trocar apenas um dos lados.



Seguindo esses passos, você deve ter agora um protótipo padrão e funcional para as jogatinas mais caseiras e para testar suas mecânicas antes de ir num evento ou mandar para uma editora.

Nos próximos tópicos, vamos abordar um modo mais avançado de fazer seu protótipo. Só siga essas instruções se você sentir que seu jogo já passou pela fase inicial de testes e que não

está mais quebrado, ou seja, quando os feedbacks estiverem positivos o suficiente para ele se tornar um produto.

Modo avançado de protótipo.

Uma coisa que sempre curti fazer é finalizar coisas e buscar formas de fazer isso cada vez melhor, ou mais próximo do profissional quanto possível. Trabalhei anos com metalúrgica e também em gráfica rápida, então construir coisas e criar fazem parte do meu dia a dia. Passar isso para os protótipos foi algo natural e, de certa forma, um hobby novo.

Daqui pra frente vou ensinar a como dar um upgrade na forma física do seu protótipo. Importante: não pule a primeira parte. Daqui pra frente vai ser gasto muito mais tempo e também dinheiro, então, se for fazer, faça por sua conta e risco. Fazer o melhor protótipo do mundo não fará o seu jogo o melhor do mundo também, então tenha bom senso e faça as escolhas certas. Para mim, foi um hobby dentro do outro.

- Invista no seu protótipo no tempo e do jeito certo.

Seu protótipo está no auge e você se sente seguro o suficiente para começar a apresentar ele em eventos, ou até mesmo tentar chamar atenção de alguma editora? Nessas horas uma boa apresentação pode fazer toda a diferença, então investir um pouco mais de tempo e dinheiro não é má ideia para prosseguir. Atenção: isso não é regra! Às vezes uma editora pode pegar seu protótipo ainda no sulfite. Se você tiver muita mesa, mesmo com projeto inacabado na parte gráfica, isso será o suficiente para o seu ritmo e seu estilo. O mais importante de você entender aqui é: embelezar seu protótipo com toda a certeza trará mais olhos sobre ele, mas não vai garantir nenhum sucesso por si só. Essa etapa é algo opcional, que no meu caso, como escolhi o caminho do financiamento coletivo, foi algo gradual e necessário. Planeje muito e faça as contas antes de investir para melhorar seus protótipos.



Esse foi o nosso progresso com o Pélaghos. Como estávamos decididos a fazer um financiamento coletivo, contratamos as pessoas qualificadas para terminar o design.

- Cores, tintas e papéis.

Eu recomendo comprar um impressora Ecotank, ou similar, para que o gasto com tinta seja o menor possível. Atualmente praticamente todas as marcas tem o seu próprio modelo, então pode escolher aquela de sua preferência. Seguindo essa linha, sempre opte por tintas originais. Minha experiência diz que o ganho que você terá fazendo adaptações e usando tintas paralelas não compensa a chance dessas trazerem um problema junto, o que faz a economia ir por água abaixo.

De papel, eu recomendo sempre fazer impressão em um que a impressora suporte. No meu caso eu uso o glossy e o matte. Há centenas de marcas no mercado, mas eu recomendo essa da

foto. Se conseguir comprar em quantidade o preço cai e muito.

O papel glossy geralmente uso para as partes que o jogador não vai tocar diretamente e partes que eu quero que saiam mais vivas, como, por exemplo, a frente das cartas.

Já o matte eu uso em tokens e superfícies que o jogador vai ter contato direto, pois, como ele é fosco, não fica a marca da digital e nem é tão pegajoso como o glossy. Assim a durabilidade aumenta muito. Fazendo essa combinação de gramaturas e tipos de papel, glossy na frente e matte atrás, sua carta já vai ser grossa o suficiente para não precisar nada entre as duas partes.

- Papel paraná, holler, lona ou MDF? Qual escolher?

Seu jogo provavelmente não terá apenas cartas, mas também tokens, tabuleiro, tiles diversos e outras coisas que acabamos por inventar para deixar o nosso protótipo mais temático. Nessas horas saber o que escolher é importante para não desperdiçar tempo e muito menos dinheiro. Depois de muito tentar e testar, acabei decidindo alguns padrões para meus protótipos, sendo eles:

Papel Paraná eu geralmente uso para fazer caixas, pois ele é mais maleável, coisa que a caixa precisa para não estourar facilmente. Ele também vem num tamanho que dá para fazer uma caixa sem problemas e ainda sobra material.

Holler eu uso para playmats e tokens, pois é muito mais firmes e também suporta a cola de uma forma melhor, sem comprometer o aglomerado de papel.

Depois de bater muito a cabeça, eu simplesmente comecei a fazer meus tabuleiros em lona impressa. Qualquer gráfica rápida o faz, geralmente não é caro, pode ser dobrado, pode pegar sol, cair água e seu tabuleiro está lá firme e forte, então vale a pena o investimento.

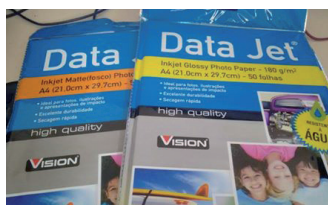
MDF eu uso geralmente para fazer tiles, que ficam baratos e duráveis, podendo ser reaproveitados sempre. O material também cola muito bem com qualquer tipo de papel ou adesivo.



Meu protótipo no DoFF, no Stand da Ludens em 2018.

- Tokens.

Sempre que possível, use algum material de plástico para não precisar imprimir nada e fazer um token de um formato específico. Se não, opte por tokens quadrados, pois serão muito mais fáceis de fazer e recortar. Eu, porém gosto dos redondos, e com isso vem um extra de trabalho. Para fazê-los, você vai precisar de furador de couro, lima, marreta e uma tábua de carne velha.



Não têm muito segredo: compre os furadores do tamanho que preferir, faça o modelo deles no computador e imprima num papel paraná ou holler. Pegue então o furador, coloque no local e bata com a marretinha em cima da tábua e pronto: você terá um token perfeito! Demora pra pegar o jeito, mas o resultado final é muito bom. Lime o furador depois de algumas batidas para manter a afiação.

- Caixa.

Você já cansou de rodar seu protótipo numa caixa de sapato? Faça uma caixa personalizada para ele então! Para isso, pegue uma folha de papel paraná inteira, tire as medidas e recorte a caixa no seu tamanho total, aberta como na imagem abaixo, pois depois você fará os vincos. Vincos são importantes, pois assim você pode dobrar os lados sem quebrar o papel. Para fazer os vincos, basta passar o estilete de lado e não ir tão fundo, retirando apenas um pouco de papel. Tudo isso requer prática e jeito, mas com o tempo você achará o seu.

O próximo passo é juntar os lados e reforçá-los com papel e cola mesmo. Deixe curar pelo menos por umas 12 horas.

Agora você já tem a tampa. Para a base, basta fazer o mesmo



processo, mas diminuindo 3 mm de cada ponta.

Para reforçar a caixa ainda mais, compre um papel contatc da sua cor preferida e a embale na parte da base.

Para a tampa, eu normalmente mando imprimir um papel adesivo e colo.

Uma dica para você não colar errado é colocar papel contatc na parte superior da tampa e passar cola branca até formar uma base. Assim, quando você colocar o adesivo, ele não vai grudar imediatamente e você poderá ajustar e centralizar com facilidade. Para prender, basta colar os lados. A cola irá secar e vai ficar firme.

Se forem formadas bolhas, um alfinete e paciência resolve toda a questão.

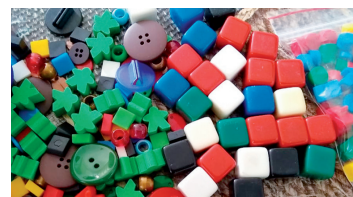
- Peças e acessórios.

Seu protótipo vai precisar de peças como meeples e dados. A melhor opção de variedade, preço e entrega que temos é Ludeka. Lá vai ter tudo que um protótipo precisa, então faça um bom estoque e use em vários dos seus.

- Meu protótipo virou um jogo.

Chega uma hora que seu protótipo virou um produto. Talvez você esteja se preparando para começar um financiamento coletivo, vai enviar para algum canal de geração de conteúdo ou uma editora marcou hora contigo para ver seu jogo. Como editora e também como estúdio, eu gosto de ver e levar um protótipo caprichado nessas horas. Recomendo fortemente usar o seu Creative Game Box e turbinar o protótipo para causar um boa impressão.

Espero que tenham aproveitado a leitura e aprendido alguma coisa com ela. Mande seus protótipos com base nessas dicas para eu dar uma olhada. Ficarei feliz em ajudar e tirar suas dúvidas. Abraços.



Playtest é útil?

Fernando
Celso

Sou Fernando Celso, empresário e mantenedor do grupo BoardGames São Paulo. Realizo o Encontro BoardGames São Paulo, um evento que, além de ser o maior encontro mensal de jogos de tabuleiro modernos do Brasil na atualidade, também foi pioneiro em diversas ações no setor, como o marketing orgânico nas redes sociais através de fotos nas páginas dos participantes dos sorteios, o patrocínio efetivo de empresas do ramo, a monitoria profissional e especializada, entre outras iniciativas.

Jogo RPG há 30 anos e board games modernos desde 2006, atuando como profissional desse nicho já há alguns anos, não só na organização de eventos profissionais, mas também através do serviço de monitoria prestado para editoras e outros eventos, além de oferecer consultoria e assessoria para lojistas e editores, cuidar do marketing e das mídias sociais de empresas do ramo, entre outras atividades.

O BoardGames São Paulo, desde o início, sempre recebeu vários protótipos para demonstrar em seus eventos, sendo o grupo também um dos grandes pioneiros nessa ação no Brasil. Vários game designers aparecem ávidos por uma oportunidade de mostrar seus jogos ao público no maior evento mensal de jogos de tabuleiro modernos do Brasil e, dessa forma, conseguir aprovação e visibilidade suficientes para ter seus jogos publicados. Esse sonho, muitas vezes motivado pelo objetivo principal de obter ganhos financeiros, tem origem no amor ao hobby, no senso de realização e de conquista pessoal. O caminho, porém, nem sempre é fácil. Existem etapas para os testes de um jogo antes de torná-lo de conhecimento público, e muitos designers não compreendem isso ou, movidos pela ansiedade de mostrar ao mundo sua criação, ignoram alguns desses processos. Com isso, podem comprometer o sucesso de seu produto no longo prazo.

Com a intenção de ajudar, oriento os designers que aparecem no evento a cumprir os seguintes passos:

A primeira etapa é só do game designer. Através de protótipos de confecção simples, quase todos em papel e/ou reaproveitando componentes de outros jogos, ele ou ela deverá testar na prática suas ideias para o jogo, começando com o básico e, a partir daí, completando gradualmente sua criação. Esta é a etapa que quase sempre se repete exaustivamente até que arestas sejam aparadas, mecânicas estejam equilibradas e surja de fato um jogo consistente. É a ideia ganhando vida.

Na segunda etapa, deve-se testar o que já foi feito com pessoas próximas, que não necessariamente precisam ter algum know-how ou expertise no assunto, mas devem estar aptas a testar as funcionalidades do jogo em si. Nesta fase, é necessário criar situações que levem as possibilidades do jogo ao limite e identificar o maior número possível de problemas. Como sempre, são necessárias várias rodadas de testes, seguidas por aprimoramentos rotineiros do protótipo básico, principalmente para experimentar modificações envolvendo rejogabilidade, mecânicas etc.

Com o protótipo e o jogo mais evoluídos, é importante agora

expandir os testes para jogadores mais experientes e mais aptos a tecer críticas mais duras, com maior complexidade e especificidade. Geralmente se encaixam nesse perfil os jogadores que convivem com o game designer nos mesmos círculos sociais ou pessoas selecionadas para compor um grupo de testes.

É fundamental que o designer acompanhe os testes e faça anotações, que registre cada opinião proferida e a etapa em que isso aconteceu, se essa opinião foi considerada na evolução do jogo e/ou o que foi feito para corrigir um possível problema apontado. Também é nesta etapa que o designer pode começar os testes cegos: os jogadores recebem um protótipo do manual de regras junto com os componentes e devem inferir sozinhos como jogar.

A esta altura, é bem provável que o jogo tenha sofrido modificações a ponto de várias das ideias originais terem sido alteradas ou mesmo descartadas por completo. Isso é muito natural e esperado no desenvolvimento do jogo. É importante modificar e aprimorar, mas também há que se levar em conta as vontades e ideias do game designer.

A partir desse ponto, deve-se investir em um protótipo de qualidade, com ilustrações e elementos de design que chamem atenção para o tema. É neste momento que o protótipo está pronto para encarar o desafio dos eventos.

É importante entender que, ao se dispor a apresentar um jogo para a avaliação desse público, o game designer também o expõe a comparações inevitáveis com jogos existentes no mercado, jogos já consagrados que estão no coração e na mesa de muitos jogadores.

Grandes empresas investiram muito e várias delas ganharam e ainda ganham milhões com jogos lançados internacionalmente, e esses títulos estão no Brasil, disponíveis nas prateleiras da loja ali ao lado da sua mesa no evento.

Por isso é muito importante que a lição de casa tenha sido muito bem feita até aqui. É preciso ter um produto quase pronto, não mais apenas um jogo movido a paixão e sonhos.

São essenciais todos os testes anteriores e um protótipo muito bonito e bem elaborado, que chame atenção e desperte nas pessoas a vontade de experimentar o jogo. O jogo precisa ter sua identidade muito bem definida e, ao menos do ponto de vista de seu criador, deve estar quase pronto para entrar no mercado.

Nos eventos, as pessoas vão experimentar o jogo pela primeira vez e podem ou não gostar dele. A experiência dessas pessoas será propagada boca a boca, e isso pode realmente afetar o futuro desempenho comercial do título, caso o jogo não seja bem recebido. Aqui, os testes devem ter a intenção de verificar a aprovação do público-alvo, bem como mapear novas sugestões e possíveis problemas que não tenham sido identificados anteriormente. É o que chamamos de um ajuste fino.

Boa parte do público que vai aos eventos não tem interesse em ajudar de fato o game designer. Pode soar estranho e até agressivo, mas a maioria está ali para se divertir, passar o tempo, e poucos são críticos a ponto de dar um feedback mais aprofundado ou mesmo honesto. Em sua maioria, as pessoas vão dizer que gostaram do jogo, muitas vezes para não chatear o autor.

Portanto, é muito importante que questionários com perguntas específicas sejam aplicados após a partida e da maneira mais privada possível, deixando as pessoas à vontade para que possam se expressar livremente, sem que se sintam pressionadas de alguma forma.

No caso de eventos como o BGSP, por exemplo, sempre temos “olheiros” de editoras ou mesmo possíveis investidores

jogando e analisando oportunidades, e isso é muito positivo. Esse é mais um motivo para o game designer caprichar bastante no protótipo e chegar ali com algo fantástico, coerente e consistente, principalmente nestes tempos em que a concorrência é cada vez mais acirrada.

Aliás, vários designers brasileiros, alguns deles com jogos famosos no mercado até hoje, assinaram contratos com editoras nas mesas do BGSP, graças à exposição dos protótipos. Portanto, mãos à obra!

A mensagem é esta: para chegar a apresentar um jogo de tabuleiro moderno nos eventos especializados, o game designer terá um longo caminho pela frente. A exposição de um protótipo ao público-alvo certamente é uma etapa delicada e importante, mas pode trazer oportunidades incríveis para realizar o sonho de muitos.

Boa sorte!

*Quando investir
em um protótipo
melhor*

*Kevin
Talarico*

Nascido e criado no ABC Paulista, eu sou o Kevin Talarico, game designer e co-criador da Potato Cat, além de especialista de Gamification na IBM Brasil. Em nossa editora independente, pela qual conseguimos emplacar 4 financiamentos coletivos e 6 lançamentos de micro-jogos por conta, nós tivemos que aprender muita coisa sozinhos e, através de muita tentativa-e-erro, conseguimos aperfeiçoar nossas estratégias de lidar com o público, a forma como fazemos marketing, as prioridades do desenvolvimento do jogo e, igualmente importante, a criação de protótipos do tamanho certo, para a hora certa.

Assim como quando alguém vai experimentar uma nova comida e a apresentação do prato pode ser um dos fatores cruciais para dar aquela água na boca ou não, a apresentação de um protótipo pode determinar não só se as pessoas vão querer experimentar seu jogo, mas também até mesmo na qualidade de seu feedback.

Sendo assim, entender quando e como investir num bom protótipo para a sua mais nova obra-prima do game design consiste também em entender duas coisas muito importantes: em qual fase do desenvolvimento seu jogo se encontra e qual o público que vai testá-lo.

Nesse momento, você já deve ter percebido que uma coisa está intrinsecamente relacionada à outra. Caso ainda não tenha virado a chave, aqui vai: o público de seu jogo geralmente vai variar de acordo com a fase do desenvolvimento na qual se encontra.

Claro que não existe uma só forma de classificar as fases de desenvolvimento, tampouco uma régua precisa para medir quando se sai de uma fase e se parte para outra. Mas tentaremos abordar ambos.

Uma vez que você desenvolveu uma premissa e decide trabalhar em cima dela, alguns protótipos podem já aparecer – mesmo antes de toda a mecânica estar desenvolvida. Geralmente utilizando-se de qualquer material que estiver

pela frente para representar suas idéias mais embrionárias, o game designer tende a ser, para si mesmo, seu único público. Nessa primeira fase, as peças, pedaços de papel ou até mesmo grãos diversos são utilizados como instrumentos para tentar gerar sinapses, ou idéias mais elaboradas do que a inicial. É através desse protótipo bruto e animalesco que se criam questionamentos sobre as mecânicas básicas do jogo, fazendo com que o game designer fique o tempo todo adicionando e removendo componentes e quase que brincando com eles para consolidar algum conceito mais palpável. Às vezes, claro, esse passo não ocorre. Principalmente quando a premissa para o desenvolvimento de um jogo já é uma mecânica muito bem consolidada – Nesse caso, o game designer tende a avançar direto para a segunda fase.

Até aqui, conhecemos o primeiro público que você irá encontrar: você mesmo. E ninguém lhe conhece melhor do que você mesmo, não é? Portanto, você deve ser a pessoa que melhor sabe o que VOCÊ precisa nesse estágio para ter um protótipo funcional. Qualquer coisa vale, desde que faça sentido para si e lhe permita validar suas primeiras alucinações a respeito do projeto.

Com uma idéia um pouco mais polida e consideravelmente fechada, o autor cria um protótipo de baixa fidelidade para testar se o sistema que montou em sua cabeça realmente fecha e funciona. Muitas vezes, também aqui, seu único público é você mesmo. Em alguns casos, com game designers que possuem outros amigos próximos da mesma área, pode até ser que você apresente a eles sua ideia. Eles sabem que é algo realmente rudimentar, e eles entendem que o que deve ser julgado é a premissa, não a polidez do jogo em si, ou das mecânicas, ou de como a temática se encaixa. Eles podem, se já tiverem algum pensamento formado a respeito dessas misturas, dar dicas ou opiniões a respeito do que acham de misturar os elementos que você propôs, principalmente quanto à originalidade, mas nada muito além disso.

Nosso segundo público então é o game designer amigo. Mas tem que ser o amigo MESMO. Um game designer que é só um conhecido pode não ficar tão empolgado assim em testar um jogo em estágios tão primários. Esse público em questão está pronto para desconsiderar quaisquer tipos de falhas grotescas de mecânicas e, ainda assim, poderá dar dicas muito valiosas para seu processo criativo.

Depois disso, as coisas começam a esquentar. Você começa a organizar, de fato, grupos de amigos, talvez até não tão próximos assim, para testar seu jogo. Seu protótipo não precisa ser tão bonito assim, mas precisa ser consistente. Aqui as pessoas querem entender como joga e o universo na qual estão inseridas. Não é necessário ter uma iconografia bonita, mas seria bom ser consistente. Peças, tokens e afins? Pode usar de algum jogo que está dando sopa por aí. O que importa é fazer-se entender e ter as regras minimamente testadas para ninguém se deparar com muitos erros que irão quebrar a dinâmica do jogo pra sempre.

Uma vez satisfeito, o game designer geralmente dá o seu primeiro upgrade realmente consistente de protótipo. Aqui ele leva seu jogo para ser jogado pela primeira vez por um público aberto, mas de preferência num evento que seja focado em jogos de tabuleiro (ou na temática principal do seu jogo: por exemplo, posso levar meu jogo de ciências para ser jogado numa feira de ciências). Nesse estágio, você já quer atrair olhares e quer que as pessoas já tenham uma experiência mais imersiva. É importantíssimo que você tenha um protótipo minimamente atraente. Pode ser até mesmo utilizando imagens da internet (muito embora recomendo que coloque uma marca d'água nas

imagens para indicar que trata-se de um protótipo), mas faça seu melhor para representar visualmente a ideia que você quer representar.

No entanto, é também extremamente importante que as ilustrações que utilize, mesmo que não sejam as finais, estejam no estilo de arte que você imagina que seu jogo terá em sua versão final. Isso inclui um estilo de traço, tom e escola artística, se possível, o mais próximos possíveis do almejado. Você quer que as pessoas tenham uma real noção do que vai vir a ser o seu jogo. Tente, também, já começar a utilizar materiais mais interessantes e consistentes para os componentes. Papel de foto dobrado funciona bem para cartas, enquanto fichas de outros jogos podem ser facilmente personalizadas. Claro, se você tiver seu Creative Game Box em mãos, esse é seu momento de brilhar.

Ainda, precisamos levar em consideração duas outras coisas: seu discurso e os pontos fortes do jogo. Ambos devem estar já muito bem trabalhados. Por isso, se o ponto forte do jogo é brincar com visual e ilustração, tome muito cuidado com as escolhas que vai fazer, ou até mesmo já comece a trabalhar nas imagens finais. Mas seja como for: seja crítico a esses dois elementos para que seu público possa apreciar ao máximo seu protótipo, agora carinhosamente e cuidadosamente pensado. E não se apegue muito! Os testes abertos servirão muito bem seu propósito, que é realmente testar o que o público vai achar das escolhas de game design que tomou. É importante estar pronto para fazer modificações nesse protótipo. Ou até mesmo, criar versões A e B de certas partes do jogo para testar quais funcionam melhor e tentar encontrar pontos de melhoria nas mecânicas.

Daqui em diante, você provavelmente irá flutuar entre as fases de desenvolvimento anteriores – e isso é normal. Não se entristeça se alguma coisa que pensou não funcionar, muito menos se precisar parar de testar seu jogo publicamente e voltar a apresentar apenas a alguns amigos. Esteja aberto a mudanças e não tenha medo de jogar pedaços de seu jogo fora para testar outras hipóteses.

Um exemplo que posso compartilhar é o caso do New Eden Project, jogo que desenvolvi em parceria com a Samanta Geraldini pela Potato Cat. Fizemos muitos vai-e-vem da versão de público aberto para amigos. A mecânica demorou muito para ficar boa, mas, sempre que partíamos para um teste aberto, fazíamos questão de ter um protótipo bem apresentável. Claro que nem todo jogo precisa de uma qualidade tão grande quanto apresentamos, mas no caso do NEP, que trata fortemente de estilos artísticos e arquitetônicos, a arte era um elemento crucial. Foi até mesmo estratégico ter um protótipo com artes bonitas logo nessa fase do desenvolvimento, para já conseguirmos atrair um certo público interessado.

Depois de muito alterar, testar e experimentar, é hora do, potencialmente, upgrade final do seu protótipo. Uma versão bem sólida, com os componentes o mais próximo possível da versão final. É com essa versão que os autores geralmente se apresentam para editoras, ou até mesmo participam de eventos maiores ou iniciam sua campanha de Financiamento Coletivo. O público? Absolutamente qualquer pessoa. É um jogo que deve estar pronto para receber tanto alguém que nunca jogou, quanto um expert ou um executivo que possa estar interessado em seu projeto. Um protótipo assim vai ser, quase sempre, produzido por uma gráfica ou montadora especializada, com a ajuda de profissionais como designers gráficos ou ilustradores, que provavelmente lhe ajudarão a preparar os arquivos para uma impressão digital de alta qualidade. Esteja ciente que, aqui, o investimento tende a ser consideravelmente alto numa

única cópia do jogo. Por outro lado, você já pode começar a até mesmo prospectar canais do YouTube para darem uma olhadinha em sua obra!

Por fim, algo que vale a pena considerar nessas últimas duas versões finais: o manual. Ele é parte do protótipo, afinal, e por isso deve ser levado em conta. Faça, algumas vezes, o famoso “teste cego”: permita que joguem seu jogo sem sequer uma explicação sua. Tudo deve vir única e exclusivamente daquilo que escreveu. Tente, ainda, tirar dúvidas somente se for um impeditivo absoluto para os testes.

Com isso, você estará pronto para trilhar a jornada evolutiva do protótipo do seu jogo! — eu espero!

Mais uma vez, não existe uma regra clara para se trabalhar com protótipos e estipular o tamanho do investimento que vale a pena fazer neles em cada fase de desenvolvimento. Há autores que trabalham com protótipos de média qualidade pela maior quantidade de tempo que conseguem, enquanto outros investem muito cedo em aperfeiçoar seus protótipos. Assim, repito: o que importa é fazer-se entender pelo público que deseja atingir naquele momento.



Olá, meu nome é Zé Mendes e eu sou o designer dos jogos Futboard e Brazil. Quando você se torna designer de board games e quer começar a fazer tudo de forma independente, assim como eu fiz, você irá se deparar com uma realidade intrigante: A maior parte do seu tempo será gasto produzindo e

testando protótipos, e não criando jogos.

Assustador? Calma, isso também faz parte da brincadeira e pode ser bem divertido as vezes. Eu vou te dizer então quando é uma boa hora de investir em um protótipo melhor e dar umas dicas de como o otimizar.

No início da criação, você pode até testar seu jogo usando apenas papel. Depois, quando seu jogo já estiver bem redondo e muito testado, você vai ter que o apresentar para jogadores exigentes, editoras ou em eventos públicos. É neste momento que você deve pensar em ter um protótipo melhor. Uma bela apresentação pode atrair mais pessoas para a sua mesa. Porém você deve tomar cuidado em gastar muito dinheiro em um protótipo antes de se ter um jogo muito bem planejado. O motivo disso é simples: o jogo irá sofrer alterações até o último dia do processo de desenvolvimento.

Para se fazer um protótipo de nível profissional você irá precisar principalmente de duas coisas:

1. Designer Gráfico: Um profissional que entenda o funcionamento do jogo e que tenha experiência com softwares de edição de imagem irá diagramar e criar as artes básicas do seu protótipo.

2. Produtos Lúdicos: Talvez você precise de dados, peças de madeira ou plástico e tokens de papel. A Ludeka é uma ótima empresa onde você pode achar todos estes artigos.

Por fim, você ainda irá precisar cortar e colar seu protótipo. Porém caso você não tenha conhecimento em nenhum tipo de software de edição de imagens e não queira gastar mais dinheiro ou tempo refazendo um protótipo, eu vou te dar duas boas dicas que eu descobri:

Nas artes do protótipo, tente deixar os espaços que marcam custos e pontos com fundo branco. Isso irá te ajudar a atualizar o equilíbrio do jogo no futuro colando um novo número por cima sem afetar muito a qualidade da arte.

Nas cartas, use sempre sleeves plásticos. Isso te possibilita ter

o seu verso unido facilmente e ainda mais: Deixe mais uma vez os seus custos e pontos em fundo branco. Caso precise atualizar estes valores no futuro, você pode simplesmente usar uma caneta especial para escrever sobre o sleeve. Para remover o antigo valor, use álcool com um pano. Pronto!

*Não se agarre
a 1ª ideia*

*Alexander
"Shamou"
Costa*

Alexander "Shamou" Costa é Designer e apaixonado por jogos de tabuleiro. Retornou ao hobby em 2001 e em 2007 criou o evento de jogos chamado Castelo das Peças no Rio de Janeiro. Hoje é o evento em atividade mais antigo do Brasil.

Parabéns você resolveu criar seu jogo. Pensou, pensou, rabiscou, aprendeu ou não a usar um programa para criar seus componentes, testou com seus amigos que encheram de elogios e depois de tudo pronto foi levar seu protótipo para algum evento todo feliz se achando o novo Knizia.

E aí acontece exatamente o que você nem imaginou. Você ouviu mais críticas do que elogios. É nesse momento em que no fundo da sua mente aparece aquela música da Maysa: "Meu mundo caiu..."

Agora aquele momento em que você tem que tomar aquela decisão.

Ou você ignora as opiniões de todos e baixa "O Rompante do Artista Ferido" porque "macularam a sua obra" e todos estão errados.

Ou...

Pega o caderno e escreve todas as opiniões críticas e sugestões. E volta para a prancheta e prepara uma nova versão do seu jogo.

Adivinha qual a opção em que qualquer criador de jogo que vai fazer sucesso ou não faz?

Parabéns você que optou pela segunda opção.

Eu comecei contando essa pequena história porque acontece mais vezes que se imagina.

Nunca, mas nunca se apegue a primeira ideia. Por que falo isso? Não existe jogo perfeito. Isso eu aprendi desde a época em que eu era programador e queria fazer jogos (sim eu já fui programador, mas isso é coisa do século passado). E você não vai refazer apenas uma vez, vai refazer muitas e muitas vezes.

Outro exemplo que presenciei no Castelo das Peças foi do Leandro Pires com seu Rock'n Roll Manager. Eu o vi desde as primeiras versões (que chamamos versão papel de pão) até a versão final e sabem quanto tempo levou? Pelo menos uns 2 a 3 anos. Sim isso mesmo que você leu. E se você não acredita basta olhar a galeria de fotos do Castelo das Peças para verificar.

E tenha sempre um caderno para anotar tudo. Mas tudo mesmo. Todos os detalhes podem ou não fazer a diferença.

Outra coisa também muito importante é sempre que possível teste seu jogo com grupos diferentes de pessoas. Tente intercalar entre jogadores experientes com jogadores iniciantes. As diversas opiniões vão fazer a diferença.

Para isso não fique indo em apenas um evento. Vá em vários. Se possível vá em eventos em outras cidades ou estados.

Me fez lembrar de uns amigos que estavam desenvolvendo um jogo e um deles foi para os Estados Unidos para uma convenção e testando o jogo ele teve a oportunidade de jogar com o Tom Lenmam (Race for the Galaxy) e ele perguntou se podia rabiscar algumas considerações nas cartas. O rapaz não pensou duas vezes e entregou uma caneta para ele escrever nas cartas.

E lembre-se: **APRENDA A OUVIR AS OPINIÕES E NÃO SE APEGUE EM NADA.**

Outro caso foi de uma pessoa que frequentava o evento e depois de um tempo disse que tinha feito um jogo e se podia levar ele no evento. Eu disse que sim e uma ou duas edições seguintes ele aparece com o jogo.

O jogo tinha um visual estilo clipart do powerpoint, mas até aí tudo bem. O jogo até que não era ruim, mas tinha que mexer em algumas coisas na mecânica. O grande problema foi no tema. Não vou entrar em detalhes, mas quando eu joguei o dito cujo em outro evento (eu não jogo no dia em que faço o Castelo das Peças), saquei logo que se ele mudasse o tema ele teria um jogo que faria um baita sucesso. Adivinha como ele reagiu? Baixou o rompante do artista ferido nele. Não queria mexer em absolutamente nada. Nem na mecânica e principalmente no tema. E o pior, ele ouviu a mesma coisa de outras pessoas, mas foi irredutível. Então lavei as minhas mãos e segui a vida.

Então meu caro aspirante a desenvolvedor de jogos tenha em mente:

Tenha um caderno para anotar tudo.

Escute a opinião dos outros, mesmo que você não goste.

Teste seu jogo com muitas pessoas diferentes.

Não fique indo em apenas um evento. Varie, e muito, os ambientes.

Espero que essa pequena pérola de sabedoria possa ajudar você no projeto do seu jogo.



Tomás Queiroz, apaixonado por contar histórias, pela sensação quase mágica que uma história bem contada tem nas pessoas, se juntou ao mercado de games em 2014 e depois de 4 anos trabalhando e aprendendo muito com algumas das melhores pessoas do mercado de jogos na Riot Games, decidiu que era hora de começar a sua própria aventura e contar novas histórias em novos formatos.

Fundou a Cordilheira Games em 2018, lançando o jogo Allumbra - O Duelo, via financiamento coletivo. Parte da visão da Cordilheira é fomentar o mercado nacional, por isso ele está constantemente dividindo conteúdo e aprendizados em palestras, aulas, textos e vídeos no Youtube.

"Sua ideia não é genial!"

Essa aí mesmo que você tá pensando! Pode ser aquela ideia de jogo ou uma mecânica em específico que você simplesmente adora, essa que apareceu na sua mente quando você leu o título, **ESSA IDEIA NÃO É GENIAL!**

No fundo você já tinha suspeitas disso, você já deve ter feito alguns playtests e ouviu algumas pessoas criticando essa mecânica, muitas vezes são feedbacks subjetivos falando de sentimentos, como "essa parte tá meio confusa", outras são bem mais específicas, do tipo "se dobrar o dano vai ficar melhor". De qualquer forma, são observações que você não queria ouvir

sobre a sua ideia genial. Talvez você nem se deu o trabalho de anotar ou, na real, até já esqueceu esses feedbacks (#sóquenão, você, na verdade, se lembra exatamente dos rostos de cada uma das pessoas que falaram mal do seu jogo).

Isso é o que acontece quando a gente se apaixona cegamente por uma parte do nosso jogo. Eu já passei por isso e muitas outras pessoas que estão nesse livro também já passaram. Você pode pensar que está tudo bem se apegar à uma parte do seu jogo, mas essa situação cria um problema: quando estamos fascinados por uma ideia e não conseguimos ver ela como um todo, entendendo todas as suas qualidades e defeitos, ao invés disso, ficamos tão focados nela que enxergamos apenas suas vantagens, consideramos ela perfeita, e perdemos a chance de melhorar nosso jogo, corrigindo seus defeitos e melhorando suas qualidades. Naquela sessão de jogo que as pessoas falaram mal da sua mecânica genial e você não prestou atenção, você acabou perdendo a chance de ouvir um feedback valioso, de escutar ideias e pontos de vistas de pessoas que pensam diferente de você.

Eu sei que pode ser difícil parar de olhar para sua ideia de maneira apaixonada, mas para ver ela pelo que ela realmente é, e não por uma visão distorcida pela paixão, você precisa encarar ela como descartável! Essa é a melhor forma que eu conheço para tirar o máximo de um playtest, você precisa estar disposto a mudar todo o seu jogo, lembrar que nada é sagrado e tudo pode e DEVE ser mexido para chegar em um jogo melhor. E para que esse conceito fique mais claro no desenvolvimento do seu jogo, você pode fazer uma coisa agora mesmo! Está pronto? Abre o manual do seu jogo, encontre a mecânica que você tanto ama, seleciona e... REMOVA!

É sério! Eu preciso que você faça isso. Tire do seu jogo a sua ideia genial e faz um playtest sem pensar duas vezes. Para de ler esse livro e faça isso agora!

Feito?

Viu?! O seu jogo ainda existe. Pode ser que você precise fazer umas pequenas mudanças, mas o jogo ainda está ali. Isso porque toda ideia é descartável e tudo pode mudar. Então, no seu próximo playtest, quando alguém sugerir alguma mudança na sua ideia genial, anote e depois teste.

O resultado que você tem ao cortar a sua mecânica genial é que agora você consegue enxergar outras partes do seu jogo e descobrir coisas que antes você não estava dando atenção. Normalmente quando você está travado no desenvolvimento do seu jogo, cortar sua parte favorita pode te dar muitas informações sobre os caminhos que você pode seguir. Pois agora você entende tudo que a sua mecânica genial traz de bom, mas também enxerga todos os defeitos e desafios que sumiram junto com ela.

Às vezes pode ser difícil desapegar do conceito da ideia ou mecânica genial que vai fazer o seu jogo ser um sucesso, afinal foi o que te trouxe até aqui, pra lidar com isso tente fazer o seguinte exercício: separe 30 minutos para escrever pelo menos cinco sugestões de ideias ou mecânicas que poderiam substituir essa ideia genial. Quando você fizer isso, vai ficar claro que essa ideia não é tão única e genial quanto você pensava. Felizmente o mundo é cheio de ideias geniais e essa ideia que você tá completamente apaixonado é só mais uma, você terá outras, tão boas ou melhores que essa. Então faz esse favor, pra você e pro seu jogo (e pra mim, que gosto de pensar no seu sucesso) e dê menos importância pra essa ideia. Por quê no final, ela é só mais uma.

Se apaixonar pelo próprio jogo é inevitável, se estamos criando algo que realmente acreditamos e temos orgulho, a paixão vai aparecer. É ela que nos estimula a colocar mais tempo, mais

esforço e mais dedicação no nosso jogo. Mas é preciso saber se distanciar, olhar pro seu jogo objetivamente, avaliando os pontos fortes e fracos, e fazer todo playtest com a mentalidade de que nada é definitivo. Ideias geniais existem aos montes, o que temos falta são jogos grandiosos, jogos que foram criados em cima de muitas ideias geniais que não funcionaram, que mataram muitas versões antigas para chegar no patamar de grandeza.

E aí, vamos criar jogos incríveis?!



Meu nome é Bianca Melyna, sou historiadora, profissional de Letras e game designer de jogos de mesa. Sou co-autora do jogo "Overdrive: a batalha do Rock", lançado pela editora Sherlock S. A. em parceria com a Moby Studios em 2018. Sou uma das autoras do jogo "Grasse - Mestres Perfumistas", também lançado em 2018 pela Ludens Spirit em parceria com a Moby e premiado como jogo expert do ano de 2018 (júri especializado e voto popular). Atualmente, permaneço atuando no mercado de jogos como game designer e também como tradutora e revisora.

O prazer de escrever um manual pode ser inversamente proporcional ao de desenvolver um jogo. Essa tarefa exige determinados conhecimentos e habilidades que são específicas desse gênero textual, mas, como qualquer outra habilidade, esta também pode ser adquirida e aprimorada com a prática. A você que está lendo, espero que este texto possa ajudar a rabiscar as primeiras linhas. Darei algumas dicas de etapas e processos que funcionam para mim, mas deixo claro que há outros caminhos e você deve encontrar o mais adequado a você. Para começar, acho importante pensar sobre qual o momento certo para começar a redação do manual do seu jogo. Eu geralmente só começo a redigir quando já fiz os primeiros testes internos e sei que as coisas estão funcionando, mas isso não quer dizer que eu não faça anotações antes. A cada playtest, além de informações para meu controle (como data, duração da partida e número de jogadores), anoto o que está sendo testado e as mudanças resultantes do teste. Isso me ajuda a não deixar escapar novas regras e pequenas mudanças em regras já testadas. Após ter um bom volume de testes e anotações, começo a redação do manual, recorrendo às notas.

A primeira coisa que eu costumo escrever é uma breve apresentação do jogo. Um ou dois parágrafos apresentando o tema e os principais mecanismos bastam. Isso serve para colocar o leitor/jogador dentro do universo do jogo e se preparar para conhecer as regras.

Em seguida, organizo a lista de componentes e elementos do jogo: cartas, tabuleiros, peças, etc. Acho que é uma das primeiras coisas com a qual o jogador deve ter contato para se familiarizar com o jogo. Se você pretende personalizar os nomes desses elementos para dar mais vida, mais contexto e deixar o tema mais presente, faça isso já nesse momento.

Se o jogo for um pouco mais complexo e você notar que o manual ficará extenso, convém inserir um sumário no início. Assim ninguém se perde, nem você, nem os jogadores. Mas não é imperativo ter sumário em manual. Porém, mesmo que você não pretenda mantê-lo na versão final, vale estruturá-lo para você tê-lo como guia. Isso te ajudará a estabelecer uma hierarquia dos tópicos que precisará desenvolver. Uma boa maneira de estruturá-lo é seguir mais ou menos a lógica da sua explicação oral: o que os jogadores precisam saber primeiro? E em seguida? A resposta será justamente essa hierarquia.

Estabelecidos os tópicos, chegou a hora de desenvolvê-los. Nesse momento, aconselho procurar um equilíbrio entre explicar de forma completa e não ser prolixo. Cuidado com longos blocos de texto e frases muito extensas, elas tendem a distrair e confundir. Faça frases curtas e claras e use exemplos sempre que um conceito for de difícil apreensão. Utilize caixas de destaque, bullet points (se estiver falando de tópicos), listas numeradas (se estiver abordando algum processo ou passo a passo), esquemas (quando envolver movimento), entre outras estratégias. Utilize esses recursos para informações que precisam estar bem visíveis e que precisam ser facilmente localizadas.

No momento em que você escreve um manual, nem sempre você tem todas as regras definidas. Caso ainda tenha que testar ou definir algum aspecto do jogo, coloque um destaque para que você possa lembrar de revisar depois. Costumo usar os próprios comentários do Word para isso.

Depois de finalizada a primeira versão do seu manual, pense em consolidar a terminologia do seu jogo. Se o seu jogo é sobre anões e você apresentou os meeple como anões na lista de componentes, verifique se em todas as ocorrências você se referiu a eles dessa forma. Cuidado para não os chamar de anões aqui, de meeple lá e de heróis acolá. Isso é comum quando queremos evitar repetição de palavras, mas pode gerar uma enorme confusão nos jogadores. Para garantir que nada fique para trás, faça uma lista de termos “delicados” à parte, elencando todos os possíveis nomes pelos quais você corre o risco de ter chamado determinado conceito ou componente, e depois faça uma busca de cada um deles no documento, padronizando-os.

Faça um check-list de coisas que você precisa conferir ao final. Deixo aqui alguns aspectos que costumam passar despercebidos e que podem ajudar a lapidar seu manual:

O sumário está batendo com os tópicos do corpo do manual?
As seções referenciadas ao longo do texto (exemplo: “veja mais detalhes sobre o tabuleiro do jogador na seção “X”) estão batendo com seus respectivos títulos?

Se eu disse ao leitor que “a regra X será explicada mais adiante”, eu realmente a expliquei?

A terminologia do jogo foi padronizada?

Essas são apenas algumas dicas que poderão te ajudar a sair da página em branco, mas saiba que o trabalho está apenas começando. Após cada teste com mudança de regras, atualize seu manual. Faça esse favor a si mesmo. E, por fim, submeta seu manual à leitura de várias pessoas, desde aquelas que já jogaram seu jogo até aquelas que nem sabem do que se trata. Peça para elas te darem um feedback e anotarem os trechos que acharam vagos, confusos ou contraditórios. E quando for publicar seu jogo, não esqueça de revisar a versão já diagramada, conferir todas as ilustrações e exemplos e também de submeter o texto à revisão profissional.



Produção

Orçar Tudo! (ou quase tudo)

Moisés
Pacheco de
Souza

Para quem não sabe, além de ser um dos autores da Moby Studios, eu tenho formação na área de finanças e custos, e já fui professor de orçamento empresarial e contabilidade de custos. Sim, é chato... ainda bem que existem os jogos de tabuleiro para alegrar a minha formação cinzenta.

Mas vamos tentar utilizar um pouco dos conceitos de custos para ajudar quando você for orçar tanto seu protótipo profissional, quanto uma produção independente em maior escala.

Estou supondo que você já testou até cansar o seu protótipo com todo tipo de gente, já destruiu e reconstruiu diversas vezes o seu jogo, acredita no apelo do seu projeto e tem uma noção do que você precisa em termos de componentes, artes e design gráfico para o seu sonho virar realidade. Se a resposta for sim para todas as afirmativas acima, então podemos passar a conversar sobre orçamento.

Gosto de dividir o orçamento de um projeto em três grupos (isso não é ciência de foguete, mas é o que funciona para nós!): Arte, Design Gráfico e Produção. Arte e Design Gráfico não depende do volume que você pretende produzir e em 99,99% dos casos (ok, chutei esse percentual) se tratam de custos fixos (guarde esse nome).

Hoje em dia existem diversos artistas que trabalham com a produção de jogos de tabuleiro no Brasil, mas vale sempre a pena pesquisar artistas de fora do nicho. Sempre liste para o artista todo o trabalho que ele terá, faça um documento com o briefing do que você espera dele. Seu jogo tem cartas, ok. Quantas cartas? As artes se repetem? E o tabuleiro? Como será a arte da Caixa? E os demais componentes? Liste tudo que você precisará de ilustrações, analise o portfolio dos artistas. Peça (e pague!) uma amostra da sua arte para o seu projeto.

Para o designer gráfico é a mesma coisa, liste e detalhe todos os componentes do seu projeto e solicite um orçamento. Em alguns casos relativamente raros, alguns artistas também fazem o design gráfico ou vice-versa, mas não é o padrão.

Existe mais um fator que vale para orçar preços com estes dois profissionais, além da parafernália do seu jogo que citei anteriormente, que é o prazo. Se você tiver um ano para estes profissionais desenvolverem estes trabalhos, você terá, na maioria das vezes, um preço melhor, se quiser para a semana que vem prepare seu bolso.

Lembram do nome que pedi para guardar? Bom, se não lembram eu refresco a memória: Custos Fixos. De forma muito simplificada para o nosso caso, custo fixo é tudo que não varia conforme o volume produzido. Se você produzir uma unidade ou 1.000 unidades o custo fixo será o mesmo. Os custos destes profissionais são fixos, são valores altos, mas se você vender uma boa tiragem este custo é diluído no volume. A produção é parte que costuma dar mais trabalho em orçar. Você precisa ter a listagem de todos os componentes. Mas esta não é uma lista simples, você precisa detalhar exatamente o que precisa para a fábrica/gráfica. Quantas cartas? Qual formato? Qual acabamento? Versos iguais ou diferentes? Quantos

meebles você precisa? De quais cores? De qual material? De qual formato? Quantas dobras tem seu tabuleiro? Se assustou? Bom, isso não é quase nada do que você precisa listar para ter um orçamento mais realista possível.

Já notou que a maioria dos jogos tem o mesmo formatinho de meeple e as cartas geralmente seguem padrões de tamanho? Pois é, não é porque os game designers não tem imaginação, é porque componentes “padronizados” costumam ser mais baratos do que componentes customizados. Seu fornecedor não precisará de uma nova faca de corte ou um novo molde para um componente padronizado. Então uma dica nesta parte do orçamento de produção: sempre que possível utilize componentes padronizados.

Uma coisa que é importante ter em mente é que quanto maior for a quantidade de jogos a serem produzidos, maior é sua chance de obter melhores preços do seu fornecedor. O valor para produzir 10 cópias de seu jogo é extremamente maior do que se produzir 500 cópias.

Os custos da parte “física” do seu jogo podem ser tratados como Custos Variáveis, ou seja, o total produzido influencia o valor final deste custo. De forma muito simplificada, ignorando o ganho em escala, vamos supor que o custo de produção de uma unidade do seu jogo custe 150 reais, se forem produzidas 100 unidades, seu custo variável seria de 15.000 reais.

Antes de encerrar o nosso papo sobre custos, vou ensinar uma coisinha bem legal que você pode fazer com estes números que você obteve com seus fornecedores, que é uma coisa chamada “Ponto de Equilíbrio”, que ajuda pra caramba a entender a viabilidade do seu projeto.

Para calcularmos o ponto de equilíbrio precisamos do (A) Total dos Custos Fixos, (B) do custo unitário de produção e (C) do seu preço estimado de venda.

Vamos supor que o custo das artes do seu jogo foi de R\$ 5.500 e o custo do serviço de design gráfico foi de R\$ 4.500. Desta forma, com base no que falei lá no começo do texto, o Total dos Custos Fixos é de R\$ 10.000 (A). Também vamos supor que o custo para a produção de uma unidade do meu jogo seja de R\$ 150,00 (B). Eu imagino que um preço que eu acredito que as pessoas pagariam por um jogo deste tipo seja de R\$ 200,00 (C).

Pergunto: quantas unidades eu precisaria vender deste jogo para não ter prejuízo?

Resposta: 200 unidades! Eu sou vidente? Mágico? NÃO! É o ponto de equilíbrio, que é A dividido por (C-B).

Orçar não é uma tarefa fácil, a maioria das grandes fábricas possuem setores específicos para isso. Mas pense que a maioria dos jogos de tabuleiro no Brasil são lançados de forma independente, então é importante conhecer algumas coisas que podem soar “não tão divertidas” envolvidas na produção de um jogo. Neste texto eu não quis entrar em outros custos e despesas que fazem parte como custos financeiros, tributários, custos de estocagem, custos de publicidade e propaganda e outros, enfim, tudo dependerá do quanto você quer descer na toca do coelho.

Como viabilizar a produção



Olá, sou Eric Deshoulières, criei a Ludens Spirit em 2006 que logo se especializou na fabricação de jogos de tabuleiro e de cartas, assim como na fabricação da maioria dos componentes que os compõem como peões, fichas, dados, ampulhetas, etc... Nossa fábrica produz dezenas de milhares de jogos por ano, em caixa rígida, caixa de micro ondulado ou triplex. Em relação aos componentes são milhões e recentemente lançamos uma das maiores coleção de meeple de madeira do mundo, são mais de 1.000 referências.

No decorrer dos anos, nossa fábrica se tornou o grupo Ludens que administra 3 marcas: a Ludens Spirit no ramo editorial, a Ludeka, loja online de vendas de jogos e acessórios, e a LudensLab que representa a fabricação de todo nosso saber fazer, de um protótipo até milhares de produtos.

Sejam bem vindo no nosso mundo Ludens ;)

A viabilização da produção passa principalmente pelo entendimento das impressões gráficas, pois a grande maioria dos produtos sempre usa algum recurso de impressão gráfica que seja para uma embalagem ou um manual de instruções. Por isso, no universo da confecção gráfica uma imensa parte do sucesso de produção passa pelo entendimento das medidas oferecidas pelas máquinas ou a capacidade produtiva de alguns acabamentos.

Na nossa profissão de fabricação de jogos analógicos temos uma varinha mágica que se chama “régua”, e para todos os projetos, as medidas são as principais preocupações para conseguir uma boa adequação entre a produção de materiais físicos e o custo final e até mesmo com a estética geral do produto.

Não adianta propor um tabuleiro cujas dimensões ultrapassam as capacidades das impressoras convencionais ou propor um punchboard com tantos elementos ou com recortes de grande complexidade que não existe máquinas capaz de produzir aquilo no mundo.

Hoje, para serem produzidas, tais peças especiais devem ser projetadas em várias partes e isso acaba agregando os custos de várias produções. Se existem algumas máquinas para produções especiais, elas são utilizadas para produções em escala gigantes (no mínimo várias dezenas de milhares de unidades).

O protótipo

Para uma boa adequação entre o produto desejado e a produção, é altamente recomendado a confecção de um protótipo tanto para o cliente como para o fabricante.

Para o cliente, é a ferramenta perfeita para testar o produto no seu tamanho real e entender como ele será percebido e usado pelo público.

Para o fabricante ele será o modelo a seguir para todos os departamentos envolvido na fabricação e ajudará em entender as eventuais dificuldades e aplicar as devidas correções de acordo com o cliente.

O orçamento

O orçamento é elaborado a partir da descrição técnica que deve contemplar todos os elementos e tipos de acabamentos.

Hoje dia, é raro orçar um produto semelhante a outro, mesmo

na família dos jogos simples de cartas, encontram-se vários tipos de baralhos com quantidades e tamanhos de cartas diferentes, as vezes com acessórios de papelão ou de plástico e embalagens diferenciados.

Por isso, a descrição técnica deve ser muito bem preenchida, principalmente com as medidas e quantidades dos componentes. Assim o fabricante pode adequar as medidas desejadas aos tamanhos de impressão disponíveis.

As dificuldades na impressão gráfica

Existem vários tipos de máquinas de impressão com tamanhos específicos de papel com máximo e mínimo. Os dois principais tamanhos de papel são as “folhas inteiras” de 77x112 cm e de 66x96 cm. A maioria das gráficas possuem uma máquina que possa imprimir uma área ou “mancha” de 50x70 cm. Nesta área cabe facilmente uma “meia folha” proveniente da folha 66x96 cm (no caso 66x48 cm), mas mesmo assim a “mancha” máxima para esta medida será reduzida de +/- de 0,5 cm nas larguras (para manter uma margem de segurança em relação a desenhos que devem ser claramente delimitados tendo em vista futuros acabamentos como empastamentos e corte vinco) é de a 1,5 a 2 cm na altura do papel (pinça + margem de segurança). No final, precisa trabalhar em uma área máxima de 46,5 x 65 cm. Este exemplo é apenas para demonstrar que as áreas de impressão não são tão simples como parecem e existem outros fatores de dificuldade como o alinhamento das cores ou o excesso de imagens em uma área grande. Porque não imprimir todos os componentes (Caixa, Tabuleiro, Punchboard) em uma só folha inteira 66x96 cm? Até caberia, mas você pode se deparar com algumas deformações de imagens ou erros de registros, ou seja, o encaixamento das 4 cores que compõem todas as outras cores (Ciano, Magenta, Yellow e black – a famosa sigla CMYK). Isso porque é tecnicamente difícil ter uma máquina perfeitamente calibrada nos 4 cilindros em uma área grande. Para imagens que são vistas de longe, pode parecer imperceptível, mas quando se trata de imagens que são vistas de perto como as nossas, os pequenos defeitos são bem visíveis. Quando se trata de imprimir cartas com imagens complexas, além de termos a dificuldade do encaixamento da frente com o verso, devemos ser muito cautelosos na montagem, respeitando o alinhamento das principais cores para não se deparar com diferenças de tonalidades de uma carta para outra (principalmente no verso para não arriscar de ter cartas “marcadas”).

Aproveitando o conceito de CMYK, é fundamental que os arquivos que provem do Photoshop já estejam em CMYK e não em RGB. Este último é usado para imagens que ficam virtuais, usando a luminosidade da tela e não pode ser reproduzida no papel.

Outros elementos a serem definidos

O tamanho da caixa / com ou sem Forração interna / com ou sem Laminação / com ou sem Verniz Localizado / com ou sem gofragem (texturização do papel).

Pode escolher entre 3 tipos de caixas:

- Caixa rígida, fabricada com papelão cinza ou “Parana”. O papelão cinza é geralmente vendido com medida máxima 86x104 cm e pode ter de 0,6 a 3,4 mm de espessura, mas dependendo da dimensão da caixa, usa-se normalmente de 1,4 a 2,0 mm de espessura.

- Caixa de micro-ondulado, com papel cartonado impresso que pode variar de 250 a 350g.

- Caixa de papel cartonado com gramatura que varia de 300 à 450g.

O tamanho do(s) tabuleiro(s) / com ou sem Laminação / Debruado (as bordas do(s) tabuleiro(s) são envelopadas pelo

papel impresso) ou corte seco (as espessura do papelão cinza fica aparente).

O tamanho das cartas

Existem cerca de 15 tamanhos diferentes, a maioria retangulares, cujas medidas padrões são 44x63 para as cartas pequenas, 56x87 e 63x88 para as cartas médias e 90x110 para as cartas grandes.

Tiles: impressos colados em formatos geométricos de papelão cinza (Redondos, quadrados, retângulos, hexágonos, etc.), geralmente o impresso é frente e verso, de tamanhos variáveis de 4 a 10 cm e que são normalmente usados como parte de tabuleiro ou nos quais podem ser colocadas peças.

Token: impressos colados em formatos geométricos simples de papelão cinza (Círculos, quadrados, retângulos, etc.), geralmente o impresso é frente e verso, de tamanhos variáveis de 1,5 a 3 cm e que são normalmente usados como marcadores, moedas ou personagens.

Peças genéricas: Peões / fichas / Marcadores como Cubos, cilindros, Meebles

Peças personalizadas:

Formatos específicos de madeira, resina, plástico ou tokens com um suporte para ficar expostos verticalmente.

Outras peças possíveis ou acessórios:

Roleta (especificar tamanho) / Ampulheta (especificar tempo) / Bloco (especificar tamanho, gramatura, impressão 4x4, capa / Lápis / Pista de dados (especificar desenho) / Copos para dados / saco de tecido para sortear peças (especificar tamanho e tipo de tecido / Berço de plástico, papel/papelão, ou de MDF / organizadores de peças (especificar desenho) / Torre de dados, etc.

Conclusão

Para viabilizar a produção do seu jogo, você deve entender que o fabricante irá trabalhar com muitos materiais diferentes, cada um tendo suas próprias exigências técnicas, mas a parte gráfica é geralmente a mais importante e tem uma relação de custo muito ligada à quantidade produzida, quanto maior a quantidade de uma impressão, mais barato ela se torna.

*Como fazer para o jogo
chegar na mesa*

*Alexandre
Aboud*

Sou Alexandre Aboud, pediatra, game designer e um dos diretores da Dragori Games, uma empresa que produz jogos para o mercado internacional através da plataforma Kickstarter e teve dois jogos financiados com sucesso. Aprendi muito sobre toda a cadeia de produção e procedimentos fabrica-entrega final.

Após o jogo estar pronto e refinado, vem a imensa tarefa da preparação dos arquivos, incluindo ilustrações, texto das regras, design gráfico, entre outros. Após muito trabalho, finalmente é o momento de produzir o jogo. Muita pesquisa de material, recebimentos e análises de amostras e cotações são necessárias, e finalmente, o jogo está pronto. Ao ver a pilha de caixas, muitos podem pensar que é hora de comemorar, acabou toda

a saga.

Porém, existe uma outra grande área, tão trabalhosa quando as anteriores. O transporte da fábrica até a casa das pessoas ou as prateleiras das lojas. Isso envolve muito trabalho, pesquisa e tem um potencial de fazer sua empresa perder muito dinheiro. Portanto, uma imensa atenção deve ser dada a isso.

Ao pensar no tema, a primeira grande decisão é: o jogo será feito no Brasil ou no exterior? Essas duas realidades são bem diferentes. Além disso, o jogo irá para a prateleira da loja, ou para o consumidor final (este último no caso de um financiamento coletivo ou pré-venda). Vou abordar todas essas situações com detalhes.

Primeiro, pensando em produção na China. A vantagem é o preço, que é muito inferior ao Brasil, da ordem de 3-4 vezes menor dependendo os componentes. Porém, não é uma escolha óbvia fazer na China por alguns fatores:

- Maior dificuldade nas tratativas: Como tudo será em inglês, inclusive os termos técnicos dos materiais, vai dificultar um pouco a escolha dos materiais e seguimento do jogo

- Amostras mais caras: Quando a empresa envia da China as amostras, geralmente usam a TNT, deve-se pagar um valor de aproximadamente R\$500 por caixa grande não muito pesada, podendo passar facilmente dos R\$1000,00, caso tenha muito conteúdo ou venha mais caixas. Além disso, como muitas vezes é preciso 3 ou 4 amostras até a aprovação final, os valores vão aumentando substancialmente.

- Deslocamento e entrada no Brasil: é necessário contratar uma empresa de envio e após se paga um imposto de importação (que considera inclusive o valor do transporte). Somando tudo isso, estima-se um valor de pelo menos 80-100% do produto. Após, geralmente o jogo deve ir para algum galpão, onde deve ser processado os envios específicos, caso seja o consumidor final e os custos envolvidos com essa armazenagem, trabalho e novo envio devem ser contabilizados.

- Tempo para chegada: Como os envios vêm de longe e sempre pode ser parado na alfândega, é necessário alinhar as expectativas com o consumidor final, para que isso não prejudique a reputação da empresa.

É necessário portanto uma boa pesquisa e cotação de porta a porta, para que os números ocultos não acabem deixando mais caro do que fazer uma produção nacional. Não é uma escolha fácil, mas muito importante para criar um início saudável para a sua empresa.

Além disso, existem duas realidades bem diferentes. Se você desejar que o jogo seja massificado, ele deve estar disponível nas prateleiras. Ou se simplesmente você deseja que o jogo seja entregue para apoiadores de financiamento coletivo e pré-venda.

Caso a ideia seja uma distribuição, alguns passos devem ser tomados, sempre pensando no caminho todo, porta a porta, para evitar surpresas. Sempre questione tudo da distribuidora:

- Contratar uma boa distribuidora. Sempre é interessante conversar com editoras e lojistas, para entender o quanto é confiável esta ou a outra distribuidora.

- Conversar com a empresa sobre o local de retirada. É possível retirar diretamente na fábrica no Brasil? Caso seja feito na China, eles podem tirar diretamente na fábrica e pagar o transporte e alfândega? Vão retirar no porto? É necessário enviar para algum galpão deles?

- Eles farão pós venda? Ou seja, se chegar uma caixa com defeito para o lojista, eles enviam novamente? Tem custo? E para o consumidor final? Qual será a logística para pedir reposição e os envios?

Caso seja apenas para os apoiadores, é preciso estudar

alternativas do que apenas enviar pelos correios e cobrar o frete, que pode ser bastante alto dependendo a região que a pessoa mora. Conversar com distribuidores e mesmo com lojas pode trazer boas alternativas para isso. Além disso, uma atenção deve ser dada na proteção do produto, já que mandar em caixas simples podem até ser mais barato, mas se a caixa for lesada, o gasto será ainda maior de reenvio.

Parece muito bom as distribuidoras comprarem o jogo de você, já que seu jogo atingirá muitas lojas e muitos jogadores por todo o país. Entretanto, geralmente a distribuidora paga 40% do preço de venda ao produtor e isso lesa severamente a margem de lucro que você tem em relação a um financiamento coletivo. Uma ordem de grandeza seria: para um jogo de 100 reais, por unidade, é necessário vender 4-5 vezes para distribuidora para ter um lucro do financiamento coletivo.

Além disso, muitas distribuidoras aceitarão o jogo apenas se tiver demanda, então algum gasto e esforço em marketing deve ser feito para isso. No caso, o público alvo para esse marketing não é somente os jogadores, mas os lojistas em si. É muito importante ter um panfleto explicativo do jogo com um bom argumento de venda. Muito mais do que explicar o que o jogo é, o importante é estar muito claro o porquê as pessoas vão querer esse jogo.

Uma última preocupação, especialmente em financiamentos coletivos ou vendas pelo site é o estoque de reserva e sua localização. Por exemplo, se você morar no Amazonas e 90% do seu público estiver em São Paulo, é necessário organizar com alguma empresa para guardar o estoque de reserva (para reposições) em São Paulo, pois o preço sairá infinitamente mais barato e será mais rápido. Esse acabará sendo mais um custo que deverá ser estudado, o quanto será perdido calculando 5% de envio de reposição e o custo dessa empresa.

Portanto, o mais importante para se planejar os envios é: Faça sempre a simulação porta-porta, perguntando todos os entraves que podem ter no caminho. Procure imaginar situações que fogem do convencional e converse com a empresa que fará os envios ou a distribuidora. Muita atenção em todas as etapas e custos ocultos, mesmo os mais inocentes. Como será uma longa conversa, o ideal é que você tenha uma lista de perguntas e fale no Skype / telefone, já que somente emails podem complicar um pouco nas perguntas de detalhes do detalhe.

Além disso, pense também nas reposições, tanto de peças dentro do jogo quanto de caixas em si. Como será a logística disso? Além disso, para executar vendas pelo site diretamente após a campanha, é interessante estudar plataformas de pagamento com cartão de crédito ou mesmo Paypal ou similares, assim ficará mais fácil a venda e pode repercutir bem nos números.

A preparação de envios são por vezes esquecidas no planejamento e extremamente importante. Tem um potencial de causar um grande problema financeiro e mesmo de reputação para sua empresa, portanto, jamais negligencie isso.

Olá Ludonauta.

Meu nome é William Magri, sou formado em Publicidade e Propaganda, desde que tive contato com computadores não consegui trabalhar com outra coisa que não esteja ligado a informática, com isso, dentro da Publicidade e Propaganda uma das áreas que me encontrei foi a da finalização dos arquivos ou pré-impressão.

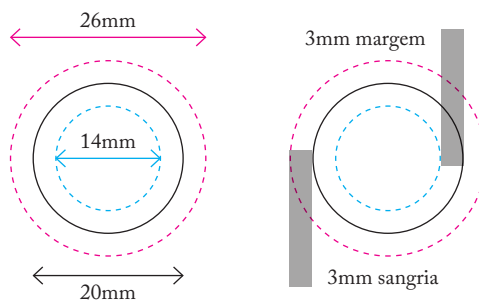
Tudo que é criado precisa ser “redesenhado” de forma a atender as exigências, ou especificações, de cada meio produtivo a ser utilizado para cada peça de uma campanha, seja ela on-line ou off-line, e é aqui que trago algumas dicas para você evitar um custo adicional, seja do seu tempo no retrabalho ou financeiro se tiver contratado alguém.

Antes de seguir, preciso afirmar que utilizo os softwares da Adobe, conheço alguns outros mas não tenho muita familiaridade, mesmo assim, fico a disposição para ajudá-lo com qualquer dúvida e, se eu souber, chegar a uma solução.

Vamos lá, minha primeira dica é: **defina o formato das peças com margens e sangrias.**

Não tem jeito, todo arquivo precisa de margem de segurança e sangria, mas o que é isso?

Vamos pegar um componente pra ilustrar isso, o token com 20mm Ø, considere a linha preta como sendo o recorte da peça, a linha ciano como margem e a linha magenta como sangria.



Ao criar o arquivo você deve especificar o formato final da peça, neste caso 20mm, a sangria de 3mm, ficando o formato total da imagem com 26mm, e a margem de 3mm que servirá apenas de orientação onde a área útil será de 14mm.

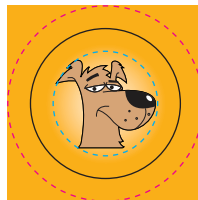
Fazendo um exercício rápido, vamos aplicar uma imagem neste gabarito seguindo a recomendação acima.



Imagem que desejo aplicar no token



Apliquei a imagem no tamanho máximo para aproveitar toda a área da peça e, sobrepondo no gabarito, algumas partes da figura estão ultrapassando a margem de segurança, precisamos corrigir.



Reduzi a imagem para que a figura principal ocupe somente a área delimitada pela margem de segurança, desta forma não teremos risco nenhum para o processo de fabricação desta peça.



Imagem final

Outra informação importante é que você deve considerar uma página para cada modelo, portanto, se o seu projeto possui 10 modelos de tokens e considerando que teremos a mesma imagem na frente e verso da peça, você deverá enviar apenas 10 imagens, referentes a cada modelo, para o fornecedor e ele é o responsável pela montagem para a produção, não se preocupe com isso. Para você imprimir seu protótipo, abra um arquivo novo, no formato A4 (210x297mm), que é o formato mais utilizado no Brasil, faça a montagem para a impressão, este

**Diagramação
& Pré-Impressão**

*William
Magri*

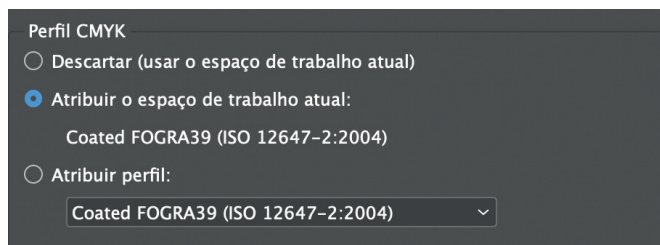
arquivo é apenas para seu uso, não envie para o fornecedor. Para qualquer formato de peça, utilize esta regra, 3mm de sangria e 3mm de margem de segurança, um outro exemplo, para uma carta 63x88mm, o formato total da imagem será de 69x94mm e a área útil será de 57x82mm, seguindo esta regra você evitará custos extras no seu projeto.



Minha segunda dica: padronize o perfil de cor.

É bem provável que você ainda não tenha uma gráfica definida e já está trabalhando no desenvolvimento de algumas peças do seu jogo, já definiu o nome e criou o logotipo, por exemplo. Ótimo, a grande maioria dos componentes de qualquer jogo é impresso, e impressão utiliza o sistema de impressão em 4 cores que chamamos de CMYK, vc já leu sobre isso no tópico “Como viabilizar a produção”, então quando iniciar um novo arquivo, certifique-se que ele está em CMYK e escolha um perfil pra trabalhar, dentre os disponíveis nos softwares da Adobe eu recomendo o FOGRA39, com isso, todos os seus arquivos terão o mesmo padrão de cor.

Reconheço que é um assunto muito complexo e portanto o importante nesse momento é você definir um padrão e utilizar em todos os arquivos, sem exceção, para unificar a cor e quando estiver definido o fornecedor que irá produzir seu jogo, ele deverá revisar o perfil utilizado para que as cores do seu jogo sejam reproduzidas conforme a sua orientação, e nesse momento você deverá ter as provas de cores que servem de padrão para a reprodução do material, independente da tiragem do jogo.



Com a prova de cor em mãos você irá verificar e validar se as cores de todo o projeto atendem a sua expectativa, estando tudo de acordo inicia-se o processo de produção com a sua autorização.

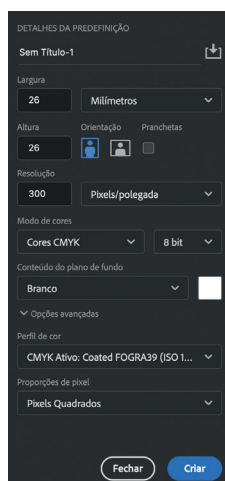
Vamos a terceira dica: arquivos em alta resolução, sempre!

Ao criar um novo arquivo de imagem, além de especificar o formato, o perfil de cor, você deve especificar também a resolução da imagem, para arquivos que serão impressos em gráfica, alta resolução são 300 DPIs (pixels/polegada).

Utilizarei o token de 20mm para exemplificar, no Photoshop, a tela com as especificações deve ficar assim, veja ao lado.

Tudo definido no início para você não ter que alterar durante o desenvolvimento do trabalho.

Posso fazer um arquivo com um



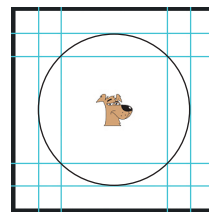
formato maior que o necessário? Pode, você com certeza deverá reduzir o tamanho da imagem e precisa ter cuidado com a regra de sangria e margem pois, neste caso, você precisa compensar a proporção, aplique sobre o gabarito no formato final para ter certeza de que está tudo correto.

E trabalhando com imagem em formato maior você não terá nenhum ganho de qualidade na impressão somente estará trabalhando com arquivos mais pesados exigindo um pouco mais da capacidade de processamento do seu computador, portanto observe com atenção para otimizar o tempo aqui e extrair ao máximo a capacidade dos seus recursos.

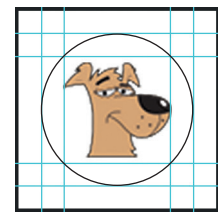
Após criar o arquivo você tem uma página em branco e aí a sua criatividade entra em cena para preencher com os elementos gráficos para ilustrar a sua ideia.

Aqui tenho um ponto importante para destacar, cuidado ao aplicar imagens de baixa resolução em um arquivo de alta resolução pois ninguém, além de você que está manipulando o arquivo, terá conhecimento deste problema e o resultado na impressão provavelmente não agradará.

Então, ao colar qualquer imagem neste arquivo que você acabou de criar e, foi necessário ampliar a imagem para deixar no tamanho desejado, aqui é meu alerta, temos uma imagem com baixa resolução sendo aplicada no arquivo em alta.



Como exemplo, recortei a figura de uma imagem e coleí no arquivo em alta resolução do token 20mm, para o layout que deseje, preciso ampliar a figura.



Ao ampliar a imagem até a margem de segurança a qualidade ficou comprometida, a recomendação aqui é redesenhar a figura em alta resolução.

Vamos falar um pouco sobre os softwares de ilustração e editores de textos. Qualquer desenho ou objeto que você crie nestes softwares estará em alta resolução, não existe limitação para ampliação ou redução e é possível importar as imagens entre os softwares, normalmente trabalho em conjunto, cada pedaço da imagem pode ser criado em diferentes softwares e utilizo um deles para juntar todas. Teste, experimente e trabalhe com as melhores ferramentas pra você desenvolver o seu projeto.

E para encerrar você deve fechar o arquivo e a minha dica é: **PDF/X1-a**.

Em todos os softwares profissionais você poderá exportar o layout em PDF e é este o arquivo que o fornecedor está aguardando.

Para exportar o arquivo em PDF utilize o perfil predefinido PDF/X1-a, este perfil irá otimizar seu arquivo e evitar qualquer problema para seu fornecedor.

Seu arquivo será analisado com relação aos formatos, se as sangrias e margens estão de acordo com cada peça e pode haver a necessidade de pequenos ajustes e os arquivos editáveis podem ser solicitados para a realização dos ajustes.

Quando for enviar os arquivos editáveis não se esqueça de enviar todos os links e fontes utilizadas.

Aproveitando este espaço quero agradecer você por ter participado deste projeto e desejo que todas as dicas que estão aqui no Guia do Ludonauta e o Creative Game Box possam ajudá-lo a realizar esta incrível viagem na criação de um jogo de tabuleiro.



LUDENSLAB
A SUA FÁBRICA DE JOGOS

ludenslab.com.br