



magazine

NÚMERO 1 - JANEIRO 2012 / NUMBER 1 - JANUARY 2012



CULTURA
CULTURE

INDÚSTRIA
INDUSTRY

COMÉRCIO
COMMERCE

DESENVOLVIMENTO
DEVELOPMENT

SAÚDE E BEM ESTAR
HEALTH AND WELLNESS

BRASIL, VOCÊ SABE JOGAR?

BRAZIL, DO YOU KNOW HOW TO PLAY?

É com muito orgulho que a ACIGAMES lança finalmente sua revista digital, a **ACIGAMES Magazine**. Desde o nascimento da Associação, já ensaiávamos o lançamento desta revista. Demorou um pouco, mas a parceria certa surgiu e com ela o nascimento da primeira edição.

Nossa maior preocupação era fazer uma revista que falasse dos três pilares da ACIGAMES: cultura, comércio e indústria de videogames. Agora finalmente o *gamer* Brasileiro, o mercado, nosso governo e também boa parte do mundo (sim, esta revista digital não ficará só no Brasil, também será distribuída na Itália, Espanha, Holanda, EUA, Coreia, Chile e Canada pelos nossos parceiros) têm um canal para observar o Brasil da indústria criativa e tecnológica.

Nosso formato é mais sério, afinal game não é coisa apenas de criança e temos, sim, um público médio na faixa dos 35 anos que fala inglês - se não fluentemente, no mínimo entende bem - então para esse público falamos de mercado, de como anda o Brasil perante o mundo, como estão nossos desenvolvedores, como nosso mercado está se desenvolvendo, como os lojistas estão pensando no futuro, como andam nossas faculdades de jogos digitais, como novos cursos e palestras podem ajudar as empresas de comércio e de desenvolvimento do Brasil e, claro, falamos de problemas do mercado nacional e de tantas outras matérias que interessam ao *gamer* em geral.

Não espere uma revista que só fale de games e lançamentos, já que isto você pode encontrar em qualquer site na internet. Nosso pensamento é mais adiante: o Brasil dos games é, de fato, um país sério que nasceu e também tem apetite para ser grande. Não usamos aquela velha desculpa de que “somos pequenos” e “nunca seremos como tal país que já tem muita experiência e dinheiro para fazer jogos”. Hoje em dia isso é visão de pessimistas que não conseguem enxergar a oportunidade onde ela existe. Basta ver a experiência de empresas como a Rovio do Angry Birds e a Zynga do Farmville, que nasceram do nada.

A ACIGAMES nasceu de uma necessidade do mercado. É uma verdadeira representante da enorme gama *gamer*: ela representa o *gamer*, o empresário, o entusiasta e o casual. Hoje não temos dúvida de como é divertido aprender jogando, de como é interessante e prazerosa a sociabilidade que os games nos trazem e que cada vez aumenta mais o número as pessoas que jogam videogames. E para o Brasil esse ano que passou, foi sem sombra de dúvidas um ano único, praticamente o divisor dos tempos. Podemos dizer que o mercado brasileiro pode ser medido, antes e depois do famoso “Dia do Jogo Justo” onde só a ACIGAMES saiu em jornais como Valor Econômico, International Financial Times, Estadão, O Globo entre muitos outros e foi citado até mesmo no respeitado jornal internacional “Le Monde” com o título de “Brasil, o Eldorado dos Games”. Também demos uma palestra na Itália, fomos a países como Espanha, Alemanha, Portugal e em todos os países que visitamos olhavam para nós sabendo do gigante que está nascendo para o mundo dos games, o Brasil.

Espero de coração que a revista **ACIGAMES Magazine**, que também é feita por uma equipe madura e principalmente apaixonada por games, sirva como base para muitos empresários, estudantes da área de games e principalmente para o nosso público *gamer*, afinal o que nos move é nossa paixão pelos games e dela também se originou esta revista. ■



Boa leitura e até a próxima revista.

Moacyr Alves Junior





Associação Comercial, Industrial e Cultural de Games

PRESIDENTE/PRESIDENT

Moacyr Avelino Alves Junior

@moacyralves

Rua Irmã Carolina, 66A

Sala 6 - Belém

São Paulo, CEP: 03058-040

Brasil

www.acigames.com.br

secretaria@acigames.com.br

@acigame



**PROJETO EDITORIAL E
OPERAÇÕES**

**EDITORIAL DESIGN AND
OPERATIONS**

www.insidecomm.com.br

contato@insidecomm.com.br

@insidecomm

ACIGAMES MAGAZINE

DIRETOR EDITORIAL E REDATOR-CHEFE / EDITOR AND EXECUTIVE OFFICER

Rodrigo Tadeu

@rodrigotadeu_

PRODUTORA EXECUTIVA / EXECUTIVE PRODUCER

Thatyana Costa

@thatyanacosta

EDITOR DE CULTURA / CULTURAL EDITOR

Maurício Varnum

@javadrumer

REPORTAGEM / REPORT

Adriano Costa, Diego Pedreschi, Kao Tokio, Luiz Abarca Ferrarezi, Mauricio Varnum, Spencer Stachi, Thatyana Costa

DIAGRAMAÇÃO E ARTE / LAYOUT AND ART

Diretor de Arte: Luis Lopes

@LopesjrLuis

APOIO ADMINISTRATIVO / ADMINISTRATIVE SUPPORT

Lucia Regiane Rodrigues Alves

MARKETING E PUBLICIDADE / MARKETING AND ADVERTISING

Diretor: Luis Lopes

@LopesjrLuis

email: luis@insidecomm.com.br

CORRESPONDÊNCIA / MAIL ADDRESS

Rua Irmã Carolina, 66A – Sala 6, Belém, São Paulo, CEP: 03058-040

e-mail: cartas@insidecomm.com.br

TRADUÇÃO E REVISÃO / TRANSLATION AND REVISION

Luiz Meira Neto e Maria Christina Meira (Ponto Final – www.ptofinal.com.br)

Wizard Granja Viana - www.wizardgranjaviana.com.br

Acigames Magazine é uma publicação mensal da Associação Comercial, Industrial e Cultural de Games e InsideComm - Assessoria e Comunicação

POR LUIZ FERRAREZI
@lferrarezi

A TECNOLOGIA A FAVOR DO AUTISMO

O psicólogo Alexandre Costa demonstra que a tecnologia e os games são um atrativo que aproximam os pacientes e funcionam como catalisadores de interação se forem bem utilizados.



Alexandre Costa é psicólogo e psicoterapeuta formado pela Universidade Federal do Ceará, especialista em psicodrama. É diretor técnico da Casa da Esperança em Fortaleza, Ceará. Entidade especializada no atendimento a pessoas com transtornos do espectro do autismo. Seu trabalho demonstra que o uso da tecnologia no tratamento de pacientes com autismo é um importante aliado na comunicação e regulação emocional dos pacientes.

ACIGAMES - Qual é a sua relação com tecnologia, mais especificamente games? Meu primeiro computador foi um MSX, pelos idos dos anos 80. Sempre acreditei que a tecnologia um dia nos libertaria do fardo das tarefas repetitivas, dando espaço para uma vida contemplativa, em êxtase e fusão com o cosmos, e ainda estou esperando

este dia. Não me considero um *gamer*, apenas um usuário ocasional. Não sou muito bom com jogos eletrônicos.

ACIGAMES - Você costuma jogar? Possui algum console? Bom, meu filho usa um PlayStation 3, um Nintendo Wii e acabou de ganhar de presente de aniversário o Nintendo 3DS com o jogo do Mario. Eu os uso apenas ocasionalmente.

ACIGAMES - O que é o autismo e quais suas características? A palavra autismo foi cunhada pelo legendário psiquiatra Eugen Bleuler, para se referir a um dos sintomas da esquizofrenia. Apenas em 1943, com o trabalho de Leo Kanner, psiquiatra austríaco radicado nos EUA, passou a designar um transtorno diferenciado. Desde então, o autismo tem desafiado gerações de cientistas e



“Games são um atrativo, uma “tentação” que aproxima a criança do iPad, e consequentemente, de mim.”

terapeutas, devido ao comportamento estranho e frequentemente paradoxal das pessoas que têm seu desenvolvimento marcado desse modo.

Autistas com frequência rejeitam o toque físico, não gostam de manter contato olho-a-olho, e optam muitas vezes por uma existência isolada, focada mais em sensações físicas e no interesse por objetos, ao contrário da maioria das pessoas que não apresentam o transtorno. Os autistas usam o cérebro de um modo diferente do que usamos.

O autismo, porém não acontece sempre do mesmo modo com todas as pessoas. Algumas pessoas com autismo (entre 25% e 30%, dependendo do estudo) nunca desenvolvem a fala, outras pessoas autistas falam - e muito - mas usando a fala para repetir diálogos de programas de televisão, ou para abordar temas de sua preferência com frequência ignorando o interesse do interlocutor e outros ainda usam a fala para se comunicar mas são autocentrados, focados em seus interesses e frequentemente considerados “egoístas” ou “insensíveis” às necessidades comunicativas do outro.

De fato, o autismo é um dos transtornos de maior herdabilidade que se conhece. É um transtorno de espectro, o que significa que ele varia em gênero e grau. Há vários níveis de gravidade, e muitas maneiras diferentes com que o autismo se manifesta, mas todos eles têm problemas em três áreas fundamentais:

1. Interação Social, habilidades para iniciar e manter relacionamentos, ou mesmo de compreender as regras implícitas em qualquer relação.
2. Comunicação Social, habilidades para transmitir e compreender mensagens em um sistema simbólico compartilhado, seja ele verbal ou mesmo gestual.
3. Interesses e Atividades, que em pessoas autistas são restritos, estereotipados e repetitivos.

O Autismo além de ser apenas uma doença é um modo de ser. Acontece muito cedo na vida de uma pessoa e atinge de modo abrangente todas as áreas de seu desenvolvimento.

ACIGAMES - Como você descobriu que era possível utilizar o iPad e seus aplicativos no tratamento do autismo? Bem, sempre pensei que a melhor forma de ganhar a vida é fazendo o que você ama. Tenho duas atividades que amo na vida: mexer com tecnologia e o meu trabalho com pessoas autistas. As características do aparelho são bastante indicativas deste potencial. Quando assisti ao seu lançamento mundial, em janeiro de 2010, isso já me ocorreu. Eu já usava o iPod Touch e o iPhone para auxiliar nas consultas, e já havia aplicativos específicos para essas plataformas, antes do iPad.

ACIGAMES - A maior parte dos aplicativos utilizados são games? Não. A maior parte são aplicativos específicos de comunicação, fotografia e vídeo. Games são um atrativo, uma “tentação” que aproxima a criança do iPad e consequentemente de mim.



“Um bom profissional faz uma grande diferença com ou sem o iPad, mas ele é catalisador de interação se for bem utilizado, como mediador de interação, não apenas como entretenimento – embora este seja um uso perfeitamente razoável.”

ACIGAMES - Existem exemplos de jogos ou aplicativos que podem ajudar nos casos de autismo? E quais podem ser utilizados pelos pais em casa? Sim. Alguns aplicativos que uso em meu dia-a-dia com meus pacientes e amigos com dificuldades de comunicação e autismo são os jogos Angry Birds, Plants vs. Zombies e Fruit Ninja, para citar alguns. Entre os aplicativos estão o iPicto, Talkboard, Photogene, Omnigraffle, iThoughts e Soundtastic. Eles facilitam a comunicação com os pacientes, dão pistas visuais e ajudam na regulação emocional.

ACIGAMES - Existe a produção nacional deste tipo de aplicativo? Não conheço. A maioria deles é em inglês. No entanto, em conversas com o desenvolvedor para iOS Franco Pieragnolli, quando estive em São Paulo, combinamos de montar um grupo de discussão de especificações pela internet, com o propósito de estimular a produção de aplicativos em português dirigidos a essa clientela. Ainda não iniciamos o trabalho, mas a ideia é incluir profissionais de saúde e educação, familiares, desenvolvedores interessados, bem como alguns autistas “de alto funcionamento”, como são chamadas as pessoas com uma forma branda de autismo, e que usam principalmente a internet para interagir e comunicar-se. O *Dr. Sheldon Cooper*, do seriado *The Big Bang Theory* é um excelente exemplo de autista “Asperger”, assim denominados porque o médico que primeiro descreveu essa forma de autismo chamava-se Hans Asperger. Para que as necessidades contempladas sejam bem amplas, vários atores têm que participar dessa elaboração. Talvez consigamos também algum incentivo social, da iniciativa privada ou até do governo.

ACIGAMES - Quais são os resultados que você obteve utilizando-se dessa tecnologia? Olha, são tão interessantes, que muitos pais me escrevem relatando suas experiências, mesmo sem a ajuda especializada concentrada no uso terapêutico do iPad.

Uma família que atendi semana passada me relatou que o filho fazia fonoaudiologia há cinco anos, e começou a falar melhor e mais frequentemente há cerca de cinco meses. Detalhe, eles têm um iPad há seis meses. Outro detalhe, a fonoaudióloga acabou de adquirir o dela. Isso não desmerece o trabalho do profissional. Um bom profissional faz uma grande diferença com ou sem o iPad, mas ele é um catalisador de interação se for bem utilizado como mediador de interação, não apenas como entretenimento – embora este seja um uso perfeitamente razoável.

ACIGAMES - Como esta utilização de tecnologia é vista pelos pais? Todos os que conheço que começaram a usar relatam experiências positivas. Após uma familiarização com a operação básica do aparelho, sempre há algo de bom a dizer sobre o efeito do seu uso com os pacientes.

ACIGAMES - Como a utilização da tecnologia é vista por outros profissionais da área? A palestra que proferi no 1º Congresso Internacional de Avaliação e Intervenção em Autismo, no início de dezembro em São Paulo, foi um enorme sucesso. Alguns já utilizavam



“Qualquer tecnologia tem um enorme poder atrativo sobre as pessoas com Transtornos do Espectro do Autismo.”

a ferramenta, e se beneficiaram das dicas de uso e dos aplicativos que demonstrei durante a apresentação. Outros, talvez os mais “tecnóforos”, reagiram de modo desconfiado, mas estes não estavam entre os que me rodearam após a palestra com um brilho nos olhos, cheios de indagações e elogios. Um ponto ficou claro, não é a ferramenta apenas que faz a diferença. O uso criativo com propósito terapêutico é fundamental para tirar o máximo potencial do aparelho. De outro modo, a criança pode usá-lo para isolar-se ainda mais.

ACIGAMES - Mundialmente há outros casos que você conheça e que seguem o uso de tecnologia? Steve Jobs incluiu em um vídeo exibido na ocasião do lançamento do iPad 2 diversos depoimentos de profissionais que usaram a primeira versão do equipamento com enorme sucesso. Uma colaboradora minha nos EUA, Amy Coggeshall Laurent, coautora do modelo SCERTS que usamos na Casa da Esperança, lançou um aplicativo chamado “The Feelings Book” na App Store. De modo geral, há uma percepção de que o limite para o uso da ferramenta é a criatividade e a imaginação do terapeuta.

ACIGAMES - Outras tecnologias além do iPad (como o Kinect da Microsoft e os controles de movimento do Wii e PlayStation 3) podem também ajudar nesse trabalho em conjunto com jogos mais sociáveis? Sim, claro. Qualquer tecnologia tem um enorme poder atrativo sobre as pessoas com Transtornos do Espectro do Autismo. Elas muitas vezes preferem lidar com aparelhos do que com pessoas, porque os computadores e consoles de videogames são mais previsíveis e controláveis, e eles necessitam de um grau maior de previsibilidade do que a pessoa média sem autismo para se manterem regulados emocionalmente.

ACIGAMES - Você já foi procurado para auxiliar no desenvolvimento de algum estudo ou mesmo projeto de aplicativo ou jogo para uso como auxiliar no tratamento do autismo? A partir de meu apelo meia dúzia de desenvolvedores me contataram e apoiaram. Um professor da faculdade de Ciências da Computação da Universidade Federal do Ceará também me procurou. O grupo de discussão que criei com Franco Pieragnolli e alguns excelentes terapeutas que conheci no congresso será o foro para integrarmos as propostas e especificações, de modo que os aplicativos resultantes sejam bem abrangentes em relação a nossos pacientes que, apesar de ter problemas em comum, são tão diferente entre si como quaisquer seres humanos. Cada pessoa é única e tem necessidades especiais. ■



QUEREMOS ROMPER TABUS



A CIGAMES Magazine é a primeira revista brasileira com uma proposta clara para atender o mercado de games nacional e surge em um ambiente novo. O País vive a explosão dos jogos eletrônicos. A economia vai bem, o país é a “bola da vez”, com crescimentos recorde, mas a sociedade brasileira ainda repreende os jogos eletrônicos.

A revista nasce rompendo tabus, com uma linha editorial inovadora: é clássica e ao mesmo tempo moderna; tem profundidade jornalística e humor fino; fala de mercado e jogos eletrônicos no sentido amplo da palavra; empunha, desde cedo, a liberdade de expressão sendo ousada no conteúdo e nos textos; é a mais abrangente publicação nacional voltada para homens de negócios com reportagens investigativas, entrevistas reveladoras, novidades em cultura, tecnologia, saúde e política elaboradas por um grande time de colaboradores.

O nome ACIGAMES surgiu em meio a debates desse grupo, o qual passamos os últimos meses criando, adaptando e editando, detalhe por detalhe o conteúdo da revista nas páginas a seguir, ao lado de alguns dos maiores autores, jornalistas e empresários.

ACIGAMES significa o cartão de entrada ao novo mercado de jogos eletrônicos, marcado pela seriedade e inovação. É de fato um grande exercício diário produzir as matérias e o espírito arrojado da revista. A marca da credibilidade está presente no seu DNA para atender aos anseios de um público e mercado carente de um conteúdo mais ousado e inteligente que reflita a importância dos jogos eletrônicos já predominante no resto do mundo.

A ACIGAMES Magazine estreia com os princípios que pautaram sua criação e fazem dela a vitrine do mercado de jogos eletrônicos do Brasil. Vocês poderão comprovar: ela mantém a essência do jornalismo de games e incorpora a linguagem, o estilo e os anseios do novo mercado que está surgindo, oferecendo tudo o que você precisa saber. É uma revista para um público amplo. ■

Boa leitura!

Rodrigo Tadeu, Editor e Diretor Responsável

@rodrigotadeu_



Colaboradores



Spencer Stachi

Designer gráfico e consultor de jogos eletrônicos, começou 15 anos atrás como colunista na antiga revista Super Game. Hoje é jornalista, analista de mídias sociais e eterno amante dos jogos.



Thatyana Costa

Jornalista nos segmentos audiovisual e impresso há 10 anos é sócia da AZA Produções, empresa especializada na produção de programas para TV e filmes publicitários. Também trabalhou na Rádio Transamérica, Rádio Capital e Revista ELE/ELA.



Adriano Costa

Jornalista de entretenimento traz há mais de 15 anos experiência nos mercados de jogos eletrônicos e tecnologia. Amante dos jogos e do Rock'n Roll.

O TIME DA ACIGAMES MAGAZINE

Todo mês,
nossos
jornalistas
vão se reunir
e discutir os
assuntos mais
relevantes para
o nosso leitor
e antecipar
tendências
ao redor do
mundo

Maurício Varnum

Jornalista cultural e músico nas horas vagas, é Editor de Cultura do telejornal Leitura Dinâmica da RedeTV. Há 10 anos cobre assuntos relacionados à música, cinema e jogos eletrônicos.



Luiz Ferrarezi

Arquiteto de negócios graduado em Marketing, escreve sobre tecnologia há 10 anos. Usuário de gadgets de última geração e no tempo livre colecionador de videogames.



Diego Pedreschi

Analista de mídia internacional, morou em Nova York e atualmente cursa jornalismo na Universidade Metodista de São Paulo. Tem opiniões fortes, não foge de polêmica e é a favor de discussões críticas e do debate embasado.





SERVIÇOS DE TRANSCRIÇÃO DE ÁUDIO E TRADUÇÕES EM INGLÊS E PORTUGUÊS

Somos especializados em conference calls

Agilidade - transcrições entregues no menor prazo

Com a pontualidade exigida por grandes empresas

Flexibilidade - adaptamos nosso trabalho a suas necessidades

Praticidade - tudo feito pela internet

WWW.PTOFINAL.COM.BR

Campanha

EU TÔ LEGAL

A ACIGAMES, Associação Comercial, Industrial e Cultural de Games lança a campanha “Eu Tô Legal” a favor da legalização do comércio de games e contra a pirataria de entretenimento e jogos no país. Comerciantes e varejistas de games que trabalham na legalidade, com jogos e equipamentos originais serão destacados e ao mesmo tempo será promovido amplo esclarecimento à sociedade sobre os benefícios e o ciclo virtuoso realizado por meio da aquisição destes produtos em detrimento ao consumo de pirataria.

Brasil



Jogos eletrônicos entram na Lei Rouanet

A Portaria nº 116 incluiu os jogos eletrônicos na Lei nº 8.313, a Lei de Incentivo à Cultura, conhecida como Lei Rouanet. A partir de agora pessoas físicas e jurídicas podem iniciar o processo de captação de recursos para

o desenvolvimento de jogos eletrônicos, que passam a ser vistos como obras culturais e não mais como “jogos de azar”.

Internet

Clássicos do Arcade no Chrome

O Google disponibilizou um aplicativo de emulação de jogos clássicos de fliperama através da Chrome Store. Os amantes dos games dos anos 80 e 90 podem adquirir não só o aplicativo desenvolvido pela MAME (Multiple Arcade Machine) através da loja virtual do navegador, assim como os *roms*, muitos deles pagos.

WorldGames

Locação e Vendas

JOGOS NOVOS E SEMI-NOVOS



FILMES BLU-RAY

LOJA 1

AV BARÃO DE TATUI, 1584/1588
(15) 3234-1584 - 7*96821

LOJA 2

VILLAGGIO SHOPPING SOROCABA
LOJA 104 - (15) 3211-8192 - 7*92551

www.worldgamessorocaba.com.br



RIACHUELO GAMES



<http://www.riachuelogames.com.br>



NOTAS

Tapjoy, empresa de São Francisco, EUA, que presta serviços de distribuição, marketing, engajamento do usuário e serviços de monetização para os desenvolvedores de aplicativos de jogos no iOS, Android e plataformas móveis fechou parceria com a ACIGAMES e irá auxiliar o mercado de desenvolvedores locais a navegar através de modelos de negócios, campanha de marketing e estratégias de plataforma.

A parceria inédita entre a ACIGAMES e o SEBRAE ajuda e muito o pequeno e médio empresário na questão de como ele deve aprender a gerir sua empresa. Em média 70% das empresas de games, tanto na parte comercial, quanto na parte de desenvolvimento, não conseguem chegar a três anos de vida.

MERCADO DE COMPUTADORES NO BRASIL ESTÁ POSITIVO

POR **SPENCER STACHI**

@spencer_stachi

“Somos hoje o número três no mundo em vendas de computadores pessoais, apenas atrás dos Estados Unidos e da China, mas na frente do Japão e de todos os países da Europa.”

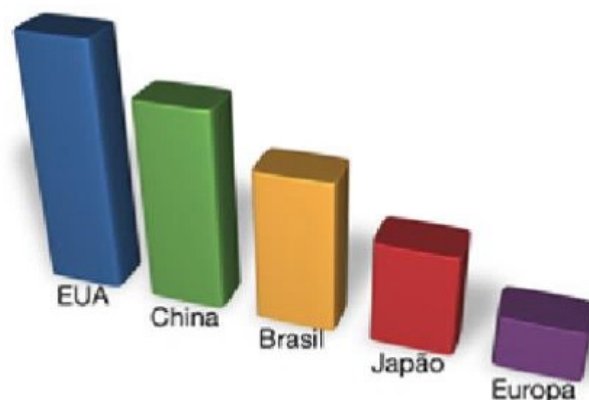
Batemos um papo com Mario Blanco, Gerente de Marketing de Convergência Digital da Positivo Informática sobre o mercado de PCs no Brasil e no Mundo, e conseguimos ter uma impressão muito otimista do porque o Brasil hoje é um país forte e respeitado mundialmente no mercado de computadores, mesmo em meio a toda crise financeira mundial de 2008/2009 que se arrasta até os dias de hoje.

Logicamente não era nenhuma surpresa que o mercado brasileiro de computadores evoluiria bastante, mas o difícil era acreditar que o nosso mercado seria um dos mais respeitáveis no mundo e um dos únicos com grande chance de crescer muito mais - isso comparado diretamente com mercados fortes como Estados Unidos e Europa. Mesmo tendo em vista que grande parte da população brasileira considera computadores, principalmente os notebooks, um luxo.

Somos hoje o número três no mundo em vendas de computadores pessoais, apenas atrás dos Estados Unidos e da China, mas na frente do Japão e de todos os países da Europa. Somos também a sexta potência mundial tomando o posto recentemente da Inglaterra. Para melhorar um pouco mais, grandes economistas mundiais acreditam com muito otimismo que nos tornemos facilmente a quarta potência mundial nos próximos anos ou até mesmo já em 2012, deixando para trás Alemanha e França, detentores dos quarto e quinto lugares respectivamente.

Felizmente o Brasil hoje é economicamente bem saudável apesar de todo o excesso de taxas - pessimismo político do próprio Ministro da Fazenda Guido Mantega - mas com uma credibilidade muito grande diante as grandes potencias mundiais. No bate papo com Blanco, ele deixou claro o que é a Positivo Informática hoje no mercado brasileiro, da América Latina e mundial, nos esclarecendo números extremamente otimistas.

Quem mais vende PCs no mundo



Um pouco de história

A Positivo Informática foi fundada em 1989 em Curitiba, com a intenção de atender apenas as necessidades do Grupo Positivo, de seus clientes e parceiros. Em 1994, a divisão de Tecnologia Educacional surgiu com investimentos pesados na área de pesquisa e desenvolvimento dos primeiros software educacionais para as instituições de ensino e usuário final. A empresa foi se especializando e se fortalecendo de forma visionária em meio a um

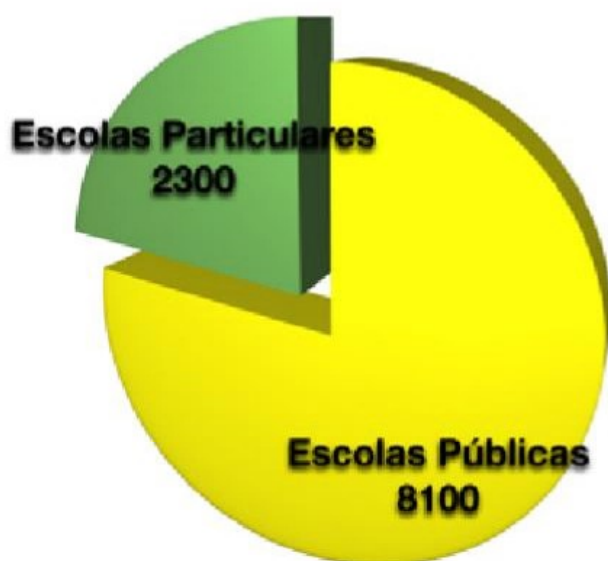


“Em 2011, nos primeiros nove meses, foram vendidas 1,6 milhão de máquinas sob as marcas Positivo (Brasil) e Positivo BGH (Argentina).”

mercado educacional onde os computadores ainda não eram vistos como ferramenta de apoio ao ensino e à aprendizagem.

Em 2004 chegou a hora da Positivo Informática sair da sombra do Grupo Positivo e atacar o mercado varejista com computadores que atendessem ao mercado consumidor brasileiro. “Os computadores chegaram ao mercado com design diferenciado, linguagem descomplicada e objetiva, com preços e condições de pagamento acessíveis a todas as classes sociais”, disse Mario Blanco. Já no 9º mês no mercado, a empresa conquistou o topo do ranking de vendas de computadores no país.

No fim de 2005, entrou no mercado de venda direta de computadores para grandes corporações, brigando diretamente com as grandes empresas do mercado mundial como Dell, IBM e HP. Em 2008 abriu o leque atendendo diretamente a pequenas e médias empresas com a criação de um dos braços da empresa, a Positivo Empresas. Mais recentemente no fim de 2010, a Positivo anunciou a joint venture com a empresa argentina BGH, que originou a empresa Informática Fueguina, primeira unidade da Positivo Informática fora do Brasil e também a primeira fabricante de placas-mãe na Argentina. Com um poderio para a produção de 30 mil placas-mãe e de 60 mil PCs por mês. Em menos de seis meses de operação a empresa chegou ao primeiro lugar no mercado total e de varejo argentino.



Mas o que tudo isso representa? Resumindo, hoje a Positivo Informática é a maior fabricante e líder na venda de computadores do Brasil, a 6ª na América Latina e a 12ª em todo o mundo de acordo com dados da consultoria IDC do terceiro trimestre de 2011. Também detém a liderança no mercado nacional de tecnologia educacional, atendendo mais de 8,1 mil escolas públicas e 2,3 mil escolas particulares. A área educacional é comercializada em mais de 900 pontos de venda no varejo, com exportação para mais de 40 países, como França, Espanha, Estados Unidos, Inglaterra, Japão, China, Arábia Saudita e quase toda a América Latina.

Hoje a Positivo Informática tem mais de 9 milhões de computadores vendidos (entre desktops, notebooks e netbooks) que são fabricados em três fábricas localizadas em Curitiba (PR), Manaus (AM) e Ilhéus (BA), e são comercializados em mais de 8,3 mil pontos de venda, com presença em 24 das 25 maiores redes varejistas do país. Seu faturamento é de 2,6 bilhões de reais, com vendas de quase 2 milhões de unidades em 2010 - 11,3% superior a 2009. Em 2011, nos primeiros nove meses, foram vendidas 1,6 milhão de máquinas sob as marcas Positivo (Brasil) e Positivo BGH (Argentina). Atualmente, o portfólio de produtos da Positivo Informática se renovou com a inclusão de e-readers e tablets ao lado dos já consagrados desktops, notebooks e netbooks.



“Uma das nossas maiores dúvidas foi sobre o espaço de PCs de mesa, ou Desktops no mercado brasileiro, e para a nossa surpresa e mostrando um caminho totalmente contrário ao mercado mundial, o Desktop ainda vende mais que o Notebook no Brasil. “

Desktops?

Uma das nossas maiores dúvidas foi sobre o espaço de PCs de mesa, ou Desktops no mercado brasileiro, e para a nossa surpresa e mostrando um caminho totalmente contrário ao mercado mundial, o Desktop ainda vende mais que o Notebook no Brasil. Essas informações são do ano de 2010, pois até o fechamento desta edição a Positivo Informática ainda não tinha os números de 2011. O Desktop é o primeiro computador de uma casa, algo que será utilizado por toda família, já que o Notebook ou Netbook possuem um aspecto mais de computador pessoal. As classes A e B eram o público alvo de computadores portáteis, porém esse cenário está mudando e hoje, a classe C, com maior poder aquisitivo, esboçam a vontade e o desejo de ter um Notebook. A Positivo Informática acredita que para o Natal passado (dezembro de 2011), o Notebook foi um dos maiores desejos dos consumidores, sendo indicado como um dos produtos com maior tendência de vendas.

Mercado e suas fatias

No terceiro trimestre entre julho e setembro, a Positivo Informática vendeu quase 700 mil computadores com a marca Positivo e Positivo BGH. Destes, 58,7% foram vendidos para o mercado de varejo totalizando 410.057 unidades. O mercado de governo e educacional representam uma grande fatia de 37,5% totalizando 262.110 unidades. A menor fatia fica com o corporativo, com 26.389 computadores, ou 3,8% do mercado.

Das vendas para usuário final no mercado varejista, a empresa explica melhor: “Nós fabricamos computadores para todas as classes sociais, mas temos um forte relacionamento com a classe média desde 2004, quando iniciamos as vendas no varejo. Os PCs para uso doméstico são adquiridos, em sua maior parte, nas grandes redes varejistas brasileiras, principais responsáveis pela oferta de crédito para a classe média no país.” afirma Mario Blanco.

O Ypy

Uma das coisas que mais crescem em número de vendas hoje no Brasil são os tablets. Chegaram ao mercado no começo dos anos 2000 e nunca vingaram muito bem, até porque, na época eram muito próximos a um notebook ou netbook. No fim da última década, o tablet se tornou popular em todos os meios, se fortalecendo com o lançamento do iPad da Apple e dos modelos que utilizam o sistema operacional Android.

A Positivo apostou muitas fichas em seu tablet que chegou ao mercado brasileiro no final de 2011. Utilizando como sistema nativo o Android 2.3 (Ypy 7), possui acesso a loja global Android Market e acesso a uma loja exclusiva da Positivo Informática, com conteúdo 100% nacionalizado e próprio para os brasileiros. A loja chamada “Mundo Positivo” conta com diversos produtos para compra como revistas, jornais, livros, músicas, jogos e mais de 300





“O Ypy tem uma grande briga pela frente, disputando com empresas como Motorola, Samsung e Apple.”

aplicativos gratuitos. A loja funciona também com o e-Reader da Positivo, o Alfa. O Ypy já vem com mais de R\$ 1.000 de conteúdo, entre aplicativos pré-instalados, assinatura de jornais e revistas de grande circulação, músicas e vídeos de artistas brasileiros como Ivete Sangalo e Seu Jorge.

O projeto não foi dos mais simples, a Positivo Informática estudou por dois anos o comportamento do consumidor e do mercado e desenvolveu um tablet com a cara do brasileiro. Para um primeiro passo a Positivo colocou no mercado o modelo Ypy 7, o mais simples da série e em breve chegará o modelo Ypy 10, bem mais avançado e com duas câmeras. O estudo de mercado que a Positivo fez acabou deixando claro que a empresa podia ter dois produtos diferentes, buscando públicos diferenciados.

O Ypy tem uma grande briga pela frente, disputando com empresas como Motorola, Samsung e Apple. Mas e os chineses? Muitos admitem que o problema de diversos mercados é a entrada desleal dos produtos chineses, com preços muitas vezes bem abaixo de qualquer outro produto semelhante. A Positivo Informática não vê dessa forma: “Acreditamos que a concorrência leal é importante para o desenvolvimento da tecnologia. Sempre enxergamos a concorrência como uma oportunidade de aprimoramento e crescimento,” afirma Mario Blanco. Um dos mercados que a Positivo mais busca com o seu tablet além do mercado varejista, é o mercado educacional. “Já estão falando em um projeto de tablets nas escolas, em formato semelhante ao do PROUCA. Se isso se confirmar, estamos bastante preparados e acreditamos que nosso produto será competitivo em futuras licitações,” afirma Mario Blanco.

E como desenvolver para o Ypy?

A Positivo Informática tem iniciativas que demonstram forte engajamento para desenvolver o mercado de conteúdos em português. Em breve a empresa colocará no ar o Portal do Desenvolvedor Positivo. “Nesse espaço, os desenvolvedores poderão submeter seus aplicativos para serem distribuídos por meio da Loja de Aplicativos. Além da utilização das ferramentas de gerenciamento de suas aplicações, como a quantidade de downloads efetuados e vendas realizadas. Os interessados em participar da comunidade de desenvolvedores poderão trocar experiências e sugerir conteúdos após conferir as diretrizes para o desenvolvimento de aplicativos para o Mundo Positivo e para o Positivo Ypy,” afirma Mario Blanco.

Os interessados devem entrar em contato pelo e-mail aplicativos@positivo.com.br para obterem mais informações de como participar e ser um desenvolvedor de aplicativos para o Ypy. ■

“A ACIGAMES e a Positivo firmaram parceria para oferecer aos desenvolvedores brasileiros a oportunidade de criar e disponibilizar games para a plataforma Ypy. Mais informações sobre o projeto em

www.acigames.com.br”



Parabéns à ACIGAMES e à Insidecomm pela revista ACIGAMES Magazine.
A NC Games tem a honra de participar desta iniciativa inovadora.

A NC Games se expande

A maior distribuidora de entretenimento da América Latina começou há 17 anos com um grande empreendedor, Claudio Macedo. Hoje a empresa se diferencia no mercado por sua solidez e continua investindo constantemente em estrutura e ampliação de seus negócios.

Em um mercado mundial com **crescimento previsto de 8,2% por ano até 2015***, a NC Games praticamente dobra de tamanho a cada ano e é hoje uma empresa de sucesso.

*Estudo publicado pela consultoria PricewaterhouseCoopers, intitulado "Global Entertainment and Media Outlook: 2011-2015"



NC Games[®]
& entertainment
Interatividade para encantar



Uma empresa entre os melhores do mundo

A NC Games se consagra por representar e distribuir produtos das melhores produtoras tais como: Bethesda, Capcom, D3Publisher, Konami, NAMCO BANDAI, SEGA, Take 2, Ubisoft, entre outras, totalizando mais de 82% dos principais Publishers mundiais.

São parcerias de sucesso que trazem as melhores e maiores novidades do mercado em toys, acessórios e softwares para videogames em toda a América Latina.



Constante expansão

Como resultado do grande crescimento da empresa surgiu a nova sede no Brasil, maior e mais moderna, acompanhando as tendências deste mercado desde novembro 2011 em Tamboré-Barueri/SP, a sede triplicou de tamanho e o Centro de Distribuição teve sua capacidade aumentada em 4 vezes.

Nos EUA, a nova sede inaugurada em janeiro 2012 suportará a expansão para a América Latina e outros continentes.



Diversão e excelentes negócios

A NC Games, em constante expansão, atende mais de dois mil clientes em 6.500 pontos de vendas em toda a América Latina. Desta forma, garante excelentes negócios com o maior e melhor portfólio de toys, acessórios e softwares para vídeo games.

Nosso novo endereço no Brasil:
Av. Aruanã, 280/352
Tamboré - Barueri - SP
CEP 06460-010
Telefone: 11 4095-3100

Nosso novo endereço nos EUA:
2105 N.W. 115th Avenue
Sweetwater, FL - 33172
USA
Telefone: (1 305) 470 4622/471 0996

ncgames.com.br



facebook.com/
ncgamesdistribuidora



@nc_games

OS DESAFIOS DA DUBLAGEM DE JOGOS

POR **THATYANA COSTA**

@thatyanacosta

Bastou mostrar que era possível e pronto! Os jogos que apenas ofereciam o formato de áudio Midi e movimentos 2D ficaram esquecidos, lá num passado não tão remoto. Claro que os saudosistas discordam dessa minha afirmação, mas mesmo eles não de concordar que existe mais emoção em jogar ouvindo uma frase de destaque do personagem do que simplesmente ouvindo um som sem característica nenhuma.

Com o pontapé dado pela internet na velocidade das informações, os textos longos e cansativos já não eram mais novidade. Então alguém gritou Eureka! O caminho da evolução seria trazer Hollywood para ser comandada do seu Joystick. Dubladores passaram a ser cada vez mais requisitados para este tipo de trabalho e, definitivamente, o brinquedo de criança transformou-se em trabalho de adulto.

O problema é que quando tentamos classificar o ano exato em que se começou a dublar games, principalmente no Brasil, as opiniões se diferem, mas todos os envolvidos neste segmento concordam que os jogos para PC foram os pioneiros nessa prática. “Acredito que o Max Payne, que primeiramente foi lançado para PC e depois para PlayStation 2 e Xbox (2001), tenha sido um dos primeiros,” conta Cristiano Prazeres, proprietário do Maximal Studio.

Mas quando me referi ao intercâmbio entre a maior indústria cinematográfica do mundo e jogos para videogame, deixei de lado um dado primordial: O Glamour, tanto financeiro, quanto de status ficou limitado apenas à terra do Tio Sam. Países como o Brasil, que atribui atualmente números iguais senão superiores ao do México, por exemplo, por ano em consumo de games, não poderia ficar para trás nesta revolução tecnológica, portanto com recursos, ou sem, viu-se obrigado a seguir o curso...

Para Cristiano Prazeres a grande dificuldade de se dublar um game no país ainda são os clientes. Segundo ele as produtoras de áudio nem sempre recebem o material necessário para fazerem um trabalho perfeito. Com a pirataria, muitas empresas encaminham seus scripts apenas

em texto, com medo de vazarem alguma informação que possa afetar o lançamento do jogo. “Para podermos fazer um trabalho perfeito eles precisam nos mandar os áudios originais e os vídeos CGs (quando existirem), que aparecem durante o jogo. Só assim conseguiríamos gravar a dublagem na mesma batida de boca e na mesma intenção de emoção,” explica Cristiano.



Cristiano Prazeres - Proprietário do Maximal Studio

No entanto, para Igor Zeger, diretor geral do Zeger Studio, o grande cuidado que se tem que ter quando for dublar um jogo é utilizar mais reações (respiração, risadas, etc.) do que falas, pois as falas que funcionam nos filmes podem se tornar cansativas, enjoativas e chatas nos jogos. “Em um game como Legend of Zelda: Skyward Sword você vai levar, no mínimo, 50 horas de jogo e vai ouvir muito mais o Link perdendo o fôlego, junto com o bip da sua stamina, do que o Sam gritando – Frodo!!! no filme Senhor dos Aneis,” conta Igor.

É claro que, além desses problemas descritos acima, as produtoras de áudio no Brasil sofrem muito preconceito.



Por conta da dublagem em games ser um terreno novo, principalmente para o Brasil, as desenvolvedoras ainda não acreditam em nosso potencial e acabam gravando fora do país. O que, para os especialistas do setor, deixa a dublagem muito ruim, já que os atores de fora nem sempre tem a mesma qualidade que os nossos atores/dubladores, afinal a dublagem brasileira, quando se trata de filmes, seriado e desenhos, é considerada uma das melhores do mundo. Estamos entre os primeiros, senão o primeiro país que mais dubla no mundo. “Só se pode estabelecer um comparativo de estilo de dublagem e volume produzido com Itália e México,” comenta Nelson Machado, ator e dublador de artistas como Robin Williams, Roberto Benigni e o personagem Kiko, do seriado Chaves.



Nelson Machado - Ator e Dublador

MERCADO

Apesar de o Brasil ser considerado referência e ter conquistado seu lugar no mercado, quando falamos em dublagem em games o país ainda tenta dar seus primeiros passos. No exterior, junto ao desenvolvimento do game, muitas empresas criam as vozes originais dos personagens - os chamados Voice Concept. Com todo o processo

de produção acontecendo em conjunto e, claro, todos os departamentos conversando entre si, é natural que o resultado seja dublagens perfeitas e interpretações e narrativas dignas de cinema.

No nosso país, embora haja um crescimento dos estúdios em oferecer este tipo de serviço, ainda não é tão forte como deveria. A criação de games nacionais ainda é muito cara e pouco apoiada por patrocinadores, o que resulta numa produção pequena ou até mesmo inexistente se comparado com o mercado exterior. Além disso, para Igor Zeger, os desenvolvedores nacionais também precisam valorizar mais o áudio em seus jogos e começar contratar produtoras especializadas, para cuidar da parte de locuções, sound design e trilhas sonoras. “Como disse George Lucas, uma produção audiovisual é composta 50% pelo vídeo e 50% pelo áudio, portanto pensem bem e coloquem na balança dos seus orçamentos, não deixem somente 5% para o áudio,” completa Igor.

CONTROLE DE QUALIDADE

Assim como nos filmes, a opinião dos brasileiros se divide quando o assunto é dublagem em games. Boa parte da população ainda se caracteriza como “preconceituosa” nesta área, principalmente no segmento de jogos. Para Cristiano Prazeres, disputam o primeiro lugar da lista de reclamações a qualidade da dublagem apresentada e a questão do áudio original ser melhor. “Aí eu pergunto, mas que voz se o personagem é fictício? Virtual? Os personagens de games não possuem voz própria, a voz deles é de um ator assim como a de um ator que irá dublá-lo em português também. Concordo sobre a relação “vozes que marcam personagens”, mas quando se tem uma direção de dublagem boa e um bom casting de dubladores, podemos chegar perto do mesmo timbre de voz ou, às vezes, um timbre que seja até melhor do que o original para determinados personagens,” enfatiza Cristiano.

Em se tratando de qualidade, no ano de 2011 a dublagem nacional do jogo Uncharted 3: Drake's Deception, criado pela Naughty Dog, gerou grande polêmica entre seus fãs.





Segundo Igor as falhas destacadas por seus apreciadores sobre sincronização entre a dublagem e a legenda, falta de emoção nas falas dos personagens e tradução de palavras ao “pé da letra” são complicadas de serem criticadas. Para ele, quando se trata de uma obra artística não existe o certo absoluto nem o errado absoluto, existem pontos de vistas diferentes. “Existem diretores de dublagem totalmente teatrais, que buscam a interpretação do ator como prioridade e deixam um pouco de lado o Lip-sync, assim como outros que são completamente técnicos e mesmo assim apresentam um trabalho final fantástico! Esse trabalho específico foi produzido por uma empresa que eu desconheço a filosofia e até onde sei estrangeira, portanto não me sinto no direito de criticar um método que não me é familiar. Eu apenas posso falar que faria de forma diferente,” retrata Igor.

De uma forma geral, para Nelson Machado, a falta de envolvimento por parte das desenvolvedoras pode ser caracterizada como uma das principais falhas no sucesso do trabalho de um diretor de dublagem. “Para esse diretor fazer um trabalho bem feito em dublagem de filmes ele tem que sentar em casa, assistir a obra acompanhada do

roteiro traduzido e, de preferencia, se envolver com o filme. Entender de verdade cada cena e cada intenção que está sendo retratada. Isso dentro de dublagem de games é meio improvável de acontecer, a menos que o diretor levasse o produto para a sua casa e jogasse por meses, para analisar todas as possibilidades. Agora, quem criou esse produto sabe, portanto esse criador deveria, no mínimo, estar junto no processo,” finaliza Nelson.

No final da história, ou, pelo menos, no final da história desta matéria, algumas questões ainda permanecem sem uma resposta clara e objetiva. A falta de credibilidade do mercado exterior no nosso produto está diretamente ligada a falta de incentivo financeiro interno, que interferiria de forma significativa no produto final? Mas, de uma forma geral, o conceito de injeção de capital, tanto privado, como público, está na aceitação e/ou receita gerada pelo consumo do produto em questão. Então o que fazer com boa parte de um público, que ainda prefere consumir apenas o idioma original do exterior, fazendo com que voltemos ao início desta cadeia? ■

Entenda passo a passo...

A dublagem de um game é um processo longo e que pede certo cuidado artístico. O produtor recebe o script (dividido em pequenos trechos) e mais algum material dos personagens, como fotos, descrição psicológica, entre outros. Caso este script venha no idioma original do jogo, o produtor o encaminha ao tradutor. Feito isso o produtor revisa esse texto para deixar a localização exata, pois às vezes a tradução traz palavras que não são necessárias ao entendimento do jogo. Deve-se ficar atento, também, as traduções ao “pé da letra”, o que normalmente deixam a ideia original fora de contexto.

Após essa etapa inicial de “roteirização” começa a escolha do casting de dubladores, que farão a gravação das vozes. Neste momento entra o papel do diretor de dublagem. Juntos, produtor e diretor, decidem quais vozes combinarão com as originais. Após a escolha, o próximo passo é iniciar as gravações. Cada fala é gravada inúmeras vezes, até que o resultado da interpretação artística se aproxime da emoção da dublagem original. Esta última etapa de trabalho é demorada, podendo durar semanas dependendo da quantidade de falas que o jogo exigir.

A principal diferença é que no filme toda a equipe de dublagem envolvida tem a obra completa em mãos. Já nos games, em sua maior parte, a equipe não tem acesso aos vídeos de todas as cenas, portanto não existe tanto controle do lip-sync (sincronismo labial) dos personagens. Neste caso a dublagem é guiada totalmente pelo áudio original, que será sincronizado com o vídeo apenas na pós-produção. Normalmente o profissional responsável por esse desfecho desconhece o nosso idioma, resultando na sobra ou falta de “boquinha” dos personagens.

Os EUA têm investido bastante em contratações de artistas famosos que doam sua voz e, por consequência, sua marca a personagens de games.

Kiefer Sutherland

Conhecido por interpretar: Jack Bauer em 24 H (2001 – 2010).

Principal trabalho de dublagem: Corporal Roebuck em Call of Duty: World at War (2008)

Michael Madsen

Conhecido por interpretar: Mr. Blonde in Cães de Aluguel (1992)

Principal trabalho de dublagem: Toni Cipriani em Grand Theft Auto III (2001)

Michelle Rodriguez

Conhecida por interpretar: Trudy Chacon em Avatar (2009)

Principal trabalho de dublagem: Carlita em Driver 3 (2004)

Samuel L. Jackson

Conhecido por interpretar: Jules Winnfield em Pulp Fiction (1994)

Principal trabalho de dublagem: Oficial Frank Tenpenny em GTA San Andreas (2004)

Gary Oldman

Conhecido por interpretar: Conde Drácula em O Drácula de Bram Stoker (1992)

Principal trabalho de dublagem: Sgt. Reznov em Call Of Duty: World At War (2008) e Call Of Duty: Black Ops (2010)

Danny Trejo

Conhecido por interpretar: Machete Cortez em Machete (2010)

Principal trabalho de dublagem: Raul the Ghoul em Fallout: New Vegas (2010)

Mark Hamill

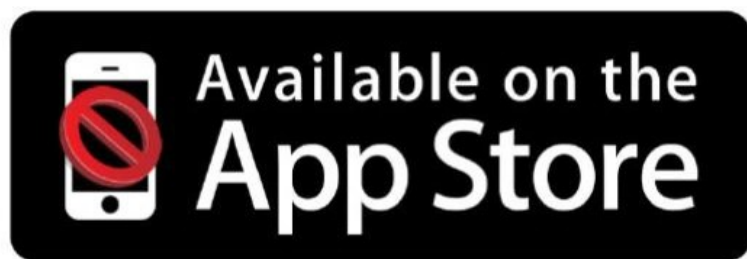
Conhecido por interpretar: Luke Skywalker na trilogia Star Wars (1977 – 1983)

Principal trabalho de dublagem: Coringa em Batman: Arkham Asylum (2009) e Batman: Arkham City (2011)

A FALTA DE JOGOS NA APP STORE BRASILEIRA

POR LUIZ FERRAREZI

@lferrarezi



Lançar jogos no Brasil é algo comercialmente muito interessante. Temos um universo de jogadores muito expressivo, presente em diversas plataformas, e isso se traduz em um potencial de mercado que despertou o interesse de grandes nomes da indústria de jogos atual como a Sony, a Microsoft, a Nintendo e também de diversas empresas desenvolvedoras que nos visitam constantemente ou mesmo que já instalaram escritórios por aqui.

Entre as grandes plataformas temos oficialmente no Brasil a presença do iPhone e do iPad, que permitem não só serem utilizados como objetos de produtividade mas também como objetos de diversão e consumo de conteúdo e entretenimento - porém de forma limitada, pois não possuímos na loja de aplicativos da Apple, a App Store, uma categoria de jogos.

Isso é explicado devido às exigências da legislação brasileira em vigor segundo a qual para vender jogos no país todas as lojas, sejam físicas ou virtuais, precisam se ajustar à portaria nº 1.100 do Ministério da Justiça publicada em julho de 2006 que, com base no Estatuto da Criança e do Adolescente, exige que todos os jogos eletrônicos passem pela análise da equipe de funcionários do Departamento de Justiça, Classificação, Títulos e Qualificação (Dejus) para que então recebam o selo de classificação indicativa. Este selo é emitido após uma análise detalhada do conteúdo do jogo, onde são avaliadas basicamente a presença de cenas e linguagens de violência, sexo ou drogas, e, de acordo com a frequência destas cenas, avalia-se a melhor faixa etária para o jogo. O procedimento se inicia com o envio de uma sinopse juntamente com um vídeo do jogo (mínimo 30 minutos) sendo jogado que demonstre bem a sua proposta.

Os analistas do Dejus podem solicitar mais informações e conteúdos e podem eles mesmos jogar os títulos até que definam a classificação. Este processo não é muito rápido, leva em torno de 20 dias úteis para se determinar uma classificação.

Esta exigência de classificação indicativa não é uma exclusividade brasileira. Nos Estados Unidos, por exemplo, é utilizada a classificação pela tabela da ESRB (Entertainment Software Rating Board) e assim como no Brasil nenhuma empresa está isenta de passar seus jogos pela classificação.

No geral o grande impasse parece mesmo ser que, segundo o Dejus, a Apple possui uma tabela de classificação indicativa própria que a empresa pretendia adotar no Brasil, mas que não é condizente com a nossa atual legislação. De acordo com informações da iTunes Store os aplicativos são classificados em apenas quatro faixas etárias (veja abaixo).

Até o momento do fechamento desta matéria, não houve pronunciamento da Apple prevendo lançamento de jogos na App Store para o Brasil, mas isto também não tem sido um problema para os usuários brasileiros que fazem uso de contas estrangeiras de App Stores da Argentina ou mesmo nos Estados Unidos para comprar seus jogos preferidos. ■

Classificação Indicativa Apple

4+ LIVRE	9+ PRESENÇA MODERADA DE VIOLÊNCIA OU TERROR
12+ VIOLÊNCIA INTENSA OU FREQUENTE, SIMULAÇÃO DE JOGOS DE AZAR OU TEMÁTICA SUGESTIVA	17+ CONTEÚDO COM LINGUAGEM OFENSIVA, VIOLÊNCIA FREQUENTE, NUDEZ, ÁLCOOL, DROGAS E CONTEÚDO SEXUAL

POR LUIZ FERRAREZI
@lferrarezi

A indústria brasileira de desenvolvimento de jogos começa a se profissionalizar e mostra que os desenvolvedores iniciam um processo de maturidade para produzir em um cenário onde a falta de investimento, o preconceito e a gestão de pessoas ainda estão entre os principais problemas para as empresas decolarem.



A ACIGAMES Magazine conversou com Adrian Laubisch. Formado em Ciências da Computação pela Universidade Federal Fluminense (UFF), o mercado de jogos eletrônicos sempre despertou seu interesse. Ainda na faculdade teve a oportunidade de participar da Empresa Jr. de Informática, a Infomarka, onde formou seu primeiro grupo e teve o primeiro contato com clientes e com a complexa estrutura administrativa.

Com a empresa formalizada partiu para a Incubadora de Empresas da UFF onde acumulou mais experiência e espaço próprio para começar, decidindo que era hora de dar um salto maior; abriu uma segunda empresa, de Tecnologia da Informação (TI). Hoje Laubisch é o responsável pela AIYRA, desenvolvedora carioca que completa 6 anos no mercado, conta com 13 funcionários e um grupo de colaboradores que se mantém apenas com projetos de jogos eletrônicos.



“O preconceito ainda presente do público brasileiro com o que é produzido aqui, o preconceito das empresas no uso de games como ferramentas reais, os altos impostos que matam muitas empresas e a falta de experiência em negócios por parte dos desenvolvedores, que muitas vezes acabam sendo essencialmente técnicos.”

ACIGAMES - O que foi mais difícil no início?

Adrian Laubish - Um conceito mais comum do que o mais difícil, no início, é a falta de dinheiro. Concordo que é um grande obstáculo, mas acredito que verba, espaço físico e infraestrutura, todos são pontos que podem ser contornados com trabalho duro. Eu costumo dizer que o ponto mais difícil em qualquer projeto é a gestão de pessoas. A partir do momento em que você conseguir fazer com que as pessoas acreditem em você e queiram seguir sua empresa e a filosofia dela, o resto é só trabalho duro, ainda mais em um mercado aquecido como o de Tecnologia da Informação.

ACIGAMES - Quais as dificuldades que os desenvolvedores enfrentam no Brasil?

Adrian Laubish - Além das dificuldades intra-empresariais, citadas acima, existem as dificuldades do mercado, obviamente. Neste caso, eu citaria como as mais impactantes o preconceito ainda presente do público brasileiro com o que é produzido aqui, o preconceito das empresas no uso de games como ferramentas reais, os altos impostos que matam muitas empresas e a falta de experiência em negócios por parte dos desenvolvedores, que muitas vezes acabam sendo essencialmente técnicos.

ACIGAMES - O processo de certificação para a distribuição de um título nas principais plataformas online disponíveis, ajuda ou atrapalha o desenvolvedor? Por que? O que pode mudar?

Adrian Laubish - Acredito que ajuda bastante, principalmente por incentivar o formalismo dos processos. Ser um desenvolvedor certificado Microsoft ou Apple, por exemplo, além de garantir uma imagem melhor perante o mercado, permite em muitos casos acesso a kits de desenvolvimento exclusivos. Às vezes este processo é muito burocrático, portanto, contarmos com o apoio e consultoria de iniciativas excelentes, como a Acigames, por exemplo, é um diferencial muito relevante neste ponto.

ACIGAMES - Como afiliado da ACIGAMES, o que mudou?

Adrian Laubish - Existem inúmeras vantagens, mas as que eu poderia citar como mais relevantes são as os excelentes contatos comerciais feitos através da associação, que funciona como uma “ponte” gerando oportunidades antes inacessíveis. Outra vantagem interessante é a união das “vozes” dos desenvolvedores em um órgão central e forte, que nos permite ter uma visão das melhorias e um rumo certo para onde seguir, além da possibilidade de sermos ativos nestes processos.

ACIGAMES - Quantos jogos a Aiyra já desenvolveu e estão disponíveis no mercado?

Adrian Laubish - Nosso título mais recente é o “Remind”, o jogo oficial da Brasil Game Show (maior feira de games da América Latina). O jogo para Facebook alcançou grande sucesso de público e crítica. Estamos trabalhando nele ainda, e boas novidades vem pela frente. Também lançamos o “Plantares”, um quebra-cabeça muito divertido, de nossa autoria,



É muito difícil estabelecer um tempo médio. Já tivemos projetos de poucos meses e projetos que levaram anos.

releitura do clássico jogo “Senha”. O “StarTriad” foi nosso primeiro jogo voltado para celulares com Java, que venceu diversos prêmios e é atualmente open source. Finalizamos um advergame para Facebook para uma grande marca internacional, mas ele está em processo de publicação e ainda não podemos divulgá-lo. Para consoles temos o nosso grande título, o “Projeto Guardião”, exclusivo para Xbox 360, está em processo final de desenvolvimento. Já desenvolvemos também uma série de serious games e jogos educativos web para diversos clientes.

ACIGAMES - Os jogos desenvolvidos pela Aiyra já estão dando o retorno financeiro planejado?

Adrian Maubish - A Aiyra possui um perfil atual muito focado em serviços, e temos tido clientes excelentes que são grandes parceiros na produção de títulos de qualidade e divertidos. Agradeço muito ao destino e aos meus profissionais, por estarmos conseguindo projetos que tem permitido custear a empresa com eficiência, possibilitando fazer aquilo que amamos fazer.

ACIGAMES - Qual o público que os produtos da Aiyra estão voltados?

Adrian Laubish - Somos uma empresa bastante eclética e contamos com profissionais voltados para pesquisas em diversos mercados diferentes. Nossos produtos e serviços já atendem diversos públicos diferentes, como mulheres, crianças, tecnófilos, gamers hardcore, entre outros. Temos a capacidade de nos adaptar ao projeto e entregar um produto de excelente qualidade para qualquer que seja o público alvo dele.

ACIGAMES - Qual o tempo médio de desenvolvimento de um título?

Adrian Laubish - É muito difícil estabelecer um tempo médio. Já tivemos projetos de poucos meses e projetos que levaram anos. Pode-se dizer que as variáveis que impactam neste ponto são verba, número de profissionais envolvidos no projeto, conhecimento das ferramentas, entre outros.

ACIGAMES - Como desenvolvedor experiente, quais os conselhos que você dá para quem está iniciando?

Adrian Laubish - Posso citar quatro dicas básicas que funcionaram comigo: Aprenda a gerenciar pessoas e a vender seu produto, foque em ter produtos/serviços comercialmente viáveis e ame seu negócio.

ACIGAMES - É fácil encontrar mão-de-obra especializada no Brasil? Por que?

Adrian Laubish - Poderia dizer que tecnicamente o Brasil é um excelente fornecedor de mão-de-obra. Temos instituições de ensino fantásticas e que são referência mundial em diversos campos de pesquisa em jogos. Um único ponto que pode ser considerado fraco no Brasil é a falta de experiência em negócio, não chega a prejudicar, mas merece atenção.



**“Não basta
fazer jogo, tem
que vendê-lo.”**

ACIGAMES - O que você acha da qualidade dos jogos desenvolvidos no Brasil?

Adrian Laubish - É notável o constante crescimento da qualidade dos jogos desenvolvidos no Brasil. Muitos deles já estão recebendo reconhecimento internacional. Cada vez mais os desenvolvedores nacionais estão começando a se respeitar como indústria e se portando como tal, situação que é excelente para criar produtos de qualidade. Temos potencial para gerar jogos tão criativos e bonitos como qualquer outro País do mundo, senão mais. Basta querermos.

ACIGAMES - O que é preciso para aumentar o mercado de desenvolvimento de jogos eletrônicos no Brasil?

Adrian Laubish - Eu acho que é preciso o que eu chamo de “Quarteto Fantástico”: Políticas de incentivo de redução de impostos para o setor, Editais específicos para injetar verba em projetos inovadores da área, Campanhas de conscientização do público sobre qualidade dos nossos produtos e males da pirataria e Treinamento profissional em negócios através de concursos e editais. Não basta fazer jogo, tem que vendê-lo. Sei que parece muito, mas se mirarmos nesse quarteto, chegamos a um bom resultado.

ACIGAMES - Como funciona a captação de recursos para lançar um novo produto?

Adrian Laubish - Este ponto é muito variado. Pode ser um contato comercial com um cliente que queira nos contratar e pagar para desenvolver algo para ele, um investimento de uma empresa para desenvolver um produto em que acredita, captação de recursos com investidores através de um bom modelo de negócios.

ACIGAMES - Qual é a plataforma mais fácil e a mais difícil para se desenvolver um jogo? Por que?

Adrian Laubish - Atualmente acredito que a mais simples entre desenvolver e lançar seja o Facebook, pois a publicação é gratuita em escala mundial, e basicamente são necessários conhecimentos de tecnologias web. A mais difícil acredito ser os consoles, pois requerem um nível de conhecimento técnico maior, além de ser difícil o acesso aos kit de desenvolvimento e os custos de publicação serem muito elevados.

ACIGAMES - Como é feita a divisão de lucros entre o desenvolvedor e o distribuidor?

Adrian Laubish - Atualmente o mercado mudou muito nesse ponto, dando mais incentivos para o desenvolvedor. A Apple, por exemplo, adota o modelo 70% para o desenvolvedor e 30% para a distribuidora. Obviamente isto varia bastante com a distribuição física dos jogos, sendo muito mais complexa. Mas o modelo da Apple está sendo bastante difundido em mercados digitais. ■





INSIDECOMM
ASSESSORIA & COMUNICAÇÃO

SABER COMO PASSAR A MENSAGEM CORRETA AO PÚBLICO ALVO
ATRAVÉS DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO GERA CREDIBILIDADE E PRESTÍGIO
PARA A EMPRESA, DESTACANDO-A DOS CONCORRENTES.

RELAÇÕES COM IMPRENSA

CONSULTORIA EM MÍDIAS SOCIAIS

PUBLICIDADE E DESIGN

PUBLICAÇÕES DIGITAIS

SOMOS ESPECIALIZADOS NO MERCADO DE VIDEOGAMES

WWW.INSIDECOMM.COM.BR

CONTATO@INSIDECOMM.COM.BR

AIOMI - ASSOCIAZIONE ITALIANA OPERE MULTIMEDIALI INTERATIVE

POR **RODRIGO TADEU**
@rodrigotadeu_



A AIOMI (Associazione Italiana Opere Multimediali Interative), associação italiana independente criada para promover, divulgar e preservar a cultura dos jogos eletrônicos, vem batalhando para unir mais entidades do gênero pela Europa, despertando o interesse público e privado para o valor cultural dos games, ao mesmo tempo que combate a pirataria também existente no País. O desafio atual da associação é mostrar para as instituições e empresas o valor cultural dos jogos, defendendo que o próprio governo os reconheça como cultura, afim de incentivar este entendimento pelos demais.

Sediada em Roma a associação é liderada pelo Diretor Executivo e Fundador Marco Accordi Rickards, que se diz ter inventado o “gamer consciente”, termo que serve de base para a organização da associação.

O “gamer consciente” é definido como aquele que faz uso apaixonado, inteligente e informado dos jogos eletrônicos. Ele ou ela sabem que o jogo não é apenas uma forma de entretenimento, mas também um meio de expressão artística do pensamento, capaz de transmitir mensagens, ideias e emoções. Portanto, o “gamer consciente” é consciente em um contexto mais amplo, o cultural.

Todos os anos, o evento mais importante no campo de jogos eletrônicos da Itália é organizado pela associação. O IVDC (Italian Video game Developers Conference) evento oficial dos desenvolvedores italianos, teve sua última edição realizada em dezembro, na Universidade de Tor Vergata em Roma e contou com a participação de **Moacyr Alvez Junior**, presidente da ACIGAMES, que realizou uma apresentação sobre jogos eletrônicos e pirataria.

No momento a associação trabalha lado a lado com a Universidade Italiana para tornar os videogames parte integral do contexto acadêmico. ■



APOIO AO DESENVOLVIMENTO DE GAMES

POR KAO TOKIO

@cyberkao

Game já não é coisa de criança. Aliás, nunca foi. Quem conhece a história dessa mídia, sabe que suas primeiras criações começaram em ambientes acadêmicos. Depois de um breve período associado ao público infantil, o game retorna à sua origem, agora como disciplina para a nova leva de criadores que se forma, aprendendo conceitos, técnicas e idealizando parâmetros inovadores de entretenimento digital para as tecnologias emergentes.

A FATEC Carapicuíba, na grande São Paulo, está na vanguarda desse movimento, realizando um consistente trabalho de docência e transmissão de conhecimento, por meio do curso de Desenvolvimento de Jogos Digitais, capitaneado pelo professor Álvaro Gabriele, que nutre especial apreço pelos videogames e entende como poucos o papel educativo desta linguagem.

A ACIGAMES Magazine teve a oportunidade de conversar com o professor Álvaro e conhecer um pouco melhor este meritoso trabalho de formação de profissionais para o mercado, que apresenta o crescimento mais consistente e as cifras mais expressivas do planeta: o design de games.

Formado em Comunicação, com especialização em Criação Visual e Multimídia e mestre em Educação, Arte e História da Cultura, Álvaro comenta, com humor, que sua “faculdade”, de fato, aconteceu nos fliperamas, na década de 90. Hoje, leciona na área de Games e coordena do curso de Desenvolvimento de Jogos da FATEC Carapicuíba.

Para o professor, o trabalho educativo não se limita à formação curricular, pois os games são também grandes disseminadores de cultura e aprendizado. “É totalmente possível aprender por meio dos games. Há um provérbio chinês que diz: “Quando você ouve, você esquece. Quando você vê, você entende. Quando você faz, você aprende”, comenta. Ele reforça que diversos estudos científicos já comprovaram



que a conectividade, a participação e a interatividade estão no centro da formação de um indivíduo e o conhecimento está, cada vez mais, sendo moldado pelo acesso às novas tecnologias e ao senso de colaboração e coletividade, algo cada vez mais inerente aos jogos digitais. “Games são ferramentas ideais para essa nova forma de aprender, principalmente os que possuem mecânicas sociais, pois são capazes de oferecer todos esses estímulos”, observa.

O professor acredita que não faltarão oportunidades para novos profissionais ingressarem no mercado nos próximos anos, principalmente por conta do que denomina como “gamificação” das tarefas comuns do dia a dia e das rotinas e processos empresariais, além do crescimento vertiginoso dos jogos sociais, como se observa no Facebook e em outras redes digitais.

Apesar da alta qualidade que o curso da FATEC e provavelmente outros tentam embutir no processo



educativo, Álvaro comenta que há uma certa decepção por parte dos estudantes de jogos, não em relação ao conteúdo apreendido, mas ao mercado para a criação de jogos digitais: “Todo mundo entra num curso de games achando que vai sair desenvolvendo a próxima versão do GTA, a continuação do God of War ou o próximo Modern Warfare. Isso é impossível!”, afirma. Para ele, além da especialização no processo de desenvolvimento de games, só a experiência de muitos anos e uma estrutura tecnológica de ponta permitem isso. “É preciso ter paciência e começar desenvolvendo o básico”.

Nessa esteira, é um alento saber que o mercado dá mostras de haver uma movimentação mais intensa voltada aos jogos casuais, proporcionada pela nova linha de *gadgets* móveis, como os smartphones e tablets. Dessa forma, os interessados em ingressar neste mercado encontrarão muito mais oportunidades de desenvolvimento e possibilidades de inovação na criação de idéias para games. “Acredito que estamos vivendo um excelente momento para o mercado de games aqui no Brasil e a tendência é melhorar”, enfatiza, lembrando que “os países do chamado BRIC (Brasil, Rússia, Índia e China) têm os olhos do mundo voltados para suas ações, principalmente na área de inovação e tecnologia”.

Voltando ao tema educação, Álvaro pondera que é grande a dificuldade de se encontrar, no país, cursos totalmente adequados às necessidades do mercado, observando que, por ser uma área nova, ainda existe pouca bibliografia nacional de qualidade, são poucos os professores atuando na indústria, bem como uma infra-estrutura apropriada de laboratórios e equipamentos para estudos mais aprofundados da mídia, por demandar constantes e elevados investimentos. “Há sinais de melhoria nessa situação, principalmente porque o Governo parece ter despertado para as oportunidades sócio-econômico-culturais que a área tem a oferecer”, avalia.

Para Álvaro, a maturidade do game como produto nacional e recurso educacional de amplo reconhecimento, virá associada à conscientização da comunidade gamer em relação à controversa questão da pirataria e, paralelamente, quando os esforços para redução de impostos dos games no Brasil surtirem os resultados almejados. “Os games já

estabeleceram padrões culturais em décadas anteriores e tenho certeza que terão papel fundamental para o crescimento da ubicultura (smartphones, tablets, computadores de bordo, netbooks, câmeras digitais e outros recursos, que se comunicam com o usuário e entre si em qualquer lugar e a qualquer hora)”, afirma.

O professor dá as dicas para quem pretende ingressar efetivamente no desenvolvimento de jogos digitais: “Desenvolver games é divertido mas, como toda profissão, exige seriedade”. Ele ressalta que é importante ter a mente aberta para reconhecer as próprias limitações e possíveis falhas e equívocos: “Tente aprender o que pode dar certo e o que pode dar errado com quem já está no mercado e, o mais importante, na área de games, é saber que ninguém faz nada sozinho, então, tente manter um bom networking, com um grupo de amigos confiáveis e dispostos a executar boas idéias”, complementa.

Álvoro vai além, observando que é necessário manter-se atualizado e “conectado”, apresentando seus trabalhos por meio de um blog, vlog ou twitter também é importante preparar um portfólio de produções independentes (trabalhos da faculdade ou games desenvolvidos nas horas vagas para aprendizado), pois tudo será útil nas primeiras entrevistas de emprego na área.

Finalizando, o mestre dá as lições fundamentais para o iniciante concretizar suas chances de ingressar com sucesso na área: “Não basta apenas ter boas idéias, é preciso compartilhá-las para que amadureçam e, principalmente, ter coragem para executá-las mesmo que ainda não tenham atingido um bom estado de maturidade”, afirma. “Não tenham medo de errar - a hora para isso é agora - e nem vergonha de não estar produzindo um game *next gen*. Estudar é fundamental, jogar é fundamental, mas só se aprende a desenvolver games desenvolvendo”. ■



“As luzes também estavam acesas nos bares e bordéis, mas pouquíssimas pessoas vagavam pelas ruas. Fazia sete anos desde que Lourenço de Médici, então com 20, fora eleito para a liderança da cidade, trazendo com ele uma sensação de ordem e calma à intensa realidade entre as famílias de liderança internacional de mercadores e banqueiros, que faziam de Florença uma das cidades mais ricas do mundo.”

(Trecho do livro Assassin's Creed Renascença)

JOGO VERSUS LITERATURA

RODRIGO TADEU

@rodrigotadeu_

A convergência entre diferentes meios de entretenimento é algo que o mercado de jogos eletrônicos ainda está descobrindo, mas já fica muito excitado com as inúmeras oportunidades, e é muito fácil descobrir o motivo: lançar um CD com a trilha sonora do jogo, uma série de *action figures* com os personagens, filme ou série de televisão, tudo relacionado a franquia ajuda a promover o produto e a engordar os cofres da produtora e seus parceiros.

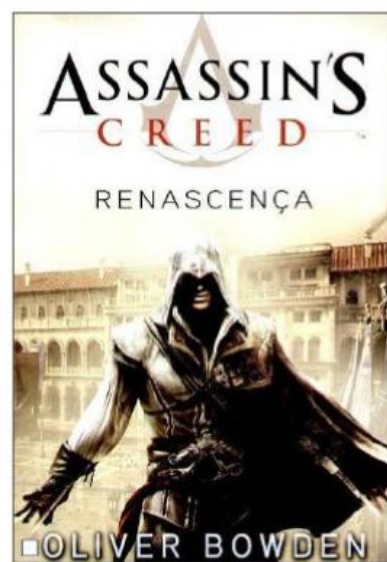
Um romance baseado em um videogame, entretanto, ainda é algo muito incomum. Literatura ainda é pouco associada a cultura *gamer* comparada a outros meios – e uma rápida pesquisa mostra que a maior parte dos livros baseados em jogos são sobre ficção científica ou então jogos voltados para crianças.

O livro Assassin's Creed Renaissance (no Brasil, Assassin's Creed Renascença, Editora Galera Record, 375 páginas, tradução de Ana Carolina Mesquita, R\$ 32,90), romance baseado na popular série, indica que este cenário começa a mudar.

O livro pretende preencher as lacunas, expandir e dar um toque de legitimidade ao universo do jogo Assassin's Creed da Ubisoft. Combinado com os diversos curtas metragens já lançados sobre a franquia, projetos deste tipo podem muito bem ser a ponta do iceberg para futuras entradas relacionadas através de diferentes mídias.

Baseado no jogo Assassin's Creed II lançado em 2009, Renascença narra a busca por vingança de um jovem – uma história épica de poder, vingança e conspiração.

A edição vendida no Brasil é uma recomendação de leitura para os apaixonados por jogos e também para aqueles que não dispensam uma ótima leitura, que remete muito aos livros de Dan Brown. ■





WIZARD

VOCÊ BILÍNGUE



8 IDIOMAS

FALE DESDE A PRIMEIRA AULA

TÉCNICAS DE LIDERANÇA

MÉTODO INOVADOR COM FOCO NOS RESULTADOS

CERTIFICAÇÃO TOEIC

CURSO DE INGLÊS EM BRAILE

CANAL DE TV PRÓPRIO

*"PARA DAR UM UPGRADE NA SUA CARREIRA, APRENDER A FALAR
UPGRADE CORRETAMENTE AJUDA BASTANTE."*

WWW.WIZARDGRANJAVIANA.COM.BR

GRANJA VIANA: (11) 4612-4147 - COTIA CENTRO: (11) 4243-4342 - SÃO PAULO 2: (11) 4617-3631

PITFALL!

RE

DO PITFALL AO UNCHARTED

A evolução que apaixona cada vez mais jogadores

DO PITFALL AO UNCHARTED

CONHEÇA A EVOLUÇÃO QUE APAIXONA CADA VEZ MAIS JOGADORES E QUE TRANSFORMA
A INDÚSTRIA DOS GAMES NO MERCADO MAIS RENTÁVEL DO MUNDO
POR **ADRIANO COSTA**



Para quem está na casa dos 30 ou já passou por ela, conhece ou um dia já jogou o famigerado e emocionante game Pitfall, clássico do console Atari, da Activision. O game possuía uma ideia bem trabalhada que revolucionou o mercado e atraiu olhares de todo o planeta em meados dos anos 80, quando o primitivo Atari reinava na indústria.

Quem experimentou as inesquecíveis aventuras do personagem Harry jamais pensaria que um dia, Pitfall, fosse exemplo e inspiração para um salto na evolução dos games e melhor, esse mote é utilizado até hoje, quase trinta anos depois.

A história dos video games não mente e, basta olhar para a linha cronológica da produção de jogos e, se compararmos alguns deles, principalmente no gênero ação, veremos que a indústria simplesmente não só copia a ideia como nos agracia com a evolução dos games de ação e até hoje, na sétima geração dos video games, Pitfall é lembrado de muitas maneiras e parece uma marca que nunca sairá das nossas vidas. Essa

afirmativa é boa ou ruim? Se analisada de duas maneiras, de uma forma é boa, para nós, jogadores na faixa dos 30 anos, poderemos presenciar e testemunhar toda a evolução que o título ganhou (e ganhará) desde que foi criado. Agora, o lado ruim, fica a cargo da repetição maciça das ideias já vistas anteriormente, um grande erro da indústria, martelar e bombardear o gênero com constantes que funcionaram tão bem anteriormente e, não é toa que a indústria dos video games passou por um grande recesso nos Estados Unidos em 1984, ano negro em que os consumidores deixariam de se interessar pelos consoles e, por incrível que pareça, perderia mercado para os computadores caseiros.

Sem citar que, com o desinteresse do público, empresas que não eram ligadas ao mundo dos video games quase ajudaram a afundar e decretar a morte dos consoles na época, pois num ato de desespero, para recuperar o mercado, criaram jogos promocionais para a divulgação de marcas, ato que os ridicularizou. Mas, graças à Nintendo, o NES (Nintendinho para os mais íntimos) reinou, deu um *start* (literalmente) no sucesso e iniciou a grande revolução dos games no mundo.

Histórias à parte, para muitos jogadores, a repetição de ideias e mecânicas, pode ser um fator que levará os jogos eletrônicos para o fundo do poço num futuro próximo, mesmo que as cifras arrecadadas pelas vendas de consoles e video games sejam maiores que as da indústria do cinema e da música.



Evolução Tecnológica

Mas, não seria Uncharted um novo e futurístico Pitfall? Felizmente nem tudo está perdido, a indústria também vive de bons e excelentes games, aqueles que permanecem em nossas memórias por anos e merecem ser jogados por muito tempo.

Quando o assunto é evolução, hoje o rico mercado de games mostra avanços tecnológicos impressionantes em pouco tempo. Como por exemplo, a franquia Uncharted, da produtora Naughty Dog, os três games, já disponíveis no mercado brasileiro, possuem grandes diferenciais entre um capítulo e outro. A evolução é nítida e quanto mais se avança na história do game, mais tecnologias são empregadas para levar ao jogador um título quase real e a impressão que temos, é de estar jogando um filme, em outras palavras. Será que isso não seria o próximo passo dos viciantes games? Pergunta que não quer calar e, quem sabe como vai estar o mercado dos games daqui a 30 anos? Será que Uncharted não se tornaria o

Pitfall do passado? Interessante questão se comparado ao game que deu início à revolução do gênero plataforma nos anos 80. Uncharted poderá ser citado daqui a alguns anos como o título que mostrou um novo patamar no mercado e se transformou em inspiração para os games das futuras plataformas (exemplos com o PlayStation 4, o Xbox 720 e o Wii U). Se depender das mentes criativas por trás disso tudo e pelas especulações que andam rondando o mercado, espero estar vivo para testemunhar as novas gerações de consoles e games, quem sabe eu possa escrever sobre o assunto num futuro próximo e falar de um título avançado que foi inspirado em Uncharted da Sony e confirmar tudo que foi dito nesta matéria. Sem dúvida, ficaria orgulhoso.

Quando o assunto é evolução, hoje o rico mercado de games mostra avanços tecnológicos impressionantes em pouco tempo.





Dos Sprites à Terceira Dimensão

Quando Pitfall foi desenvolvido, nunca imaginariamos que um dia, os games chegassem onde estão com suas imagens em alta definição, motores gráficos mostrando todo o potencial das máquinas da Sony, Microsoft e Nintendo e, um detalhe que talvez fizesse a diferença em termos de evolução, o 3D. David Crane, o criador de Pitfall, ficaria orgulhoso ao ver uma nova versão do seu game com todas essas tecnologias empregadas, ou melhor, se jogasse uma das aventuras de Uncharted, ficaria orgulhoso e testemunharia todos os avanços da tecnologia depois da invenção do seu game.

Um das curiosidades que escancara toda a evolução dos games pode ser vista no tempo de criação e desenvolvimento de Pitfall e Uncharted. Há 30 anos, Crane pegou um papel em branco e desenhou uma figura no centro para esboçar um homem correndo por um caminho, desenhado por duas linhas e riscou também algumas árvores para dar o exemplo de selva. Em seguida pensou: “Por que

ele está correndo?” Desenhou na sequência tesouros para coleta, inimigos para o personagem evitar e Pitfall nasceu e, acreditem, num processo de apenas dez minutos! Talvez, uma das ideias mais rápidas de toda a história dos games. Eis que, dez minutos e 1.000 horas de desenvolvimento depois (mais ou menos 42 dias), o título estava completo, diferente de Uncharted que levou mais de dois anos para ser desenvolvido, mesmo com tantas tecnologias envolvidas nos dias de hoje e com um batalhão de pessoas por trás do processo, algo nos mesmos moldes de uma superprodução para o cinema.

Um das curiosidades que escancara toda a evolução dos games pode ser vista no tempo de criação e desenvolvimento de Pitfall e Uncharted.

Assim como Uncharted, Pitfall também ganhou várias sequências, mas sem o mesmo brilho que a aventura original. Outros games inspirados na fonte também foram criados como o famoso Tomb Raider da exploradora

e caçadora de tesouros, Lara Croft (seria uma espécie de Harry, mas de calcinha) que homenageariam Harry, do antigo Pitfall.

Qualquer Semelhança é Mera Coincidência

Se você é um daqueles jogadores que não liga para modas de mercado, muito menos quer saber qual game é sucesso de vendas e necessita jogar algo divertido, hoje as opções são poucas. Quando procuramos algum jogo bom na geração atual, não é difícil dar de cara com fórmulas, histórias e mecânicas repetitivas, principalmente nos consoles da Sony e Microsoft com seus respectivos PlayStation 3 e Xbox 360.

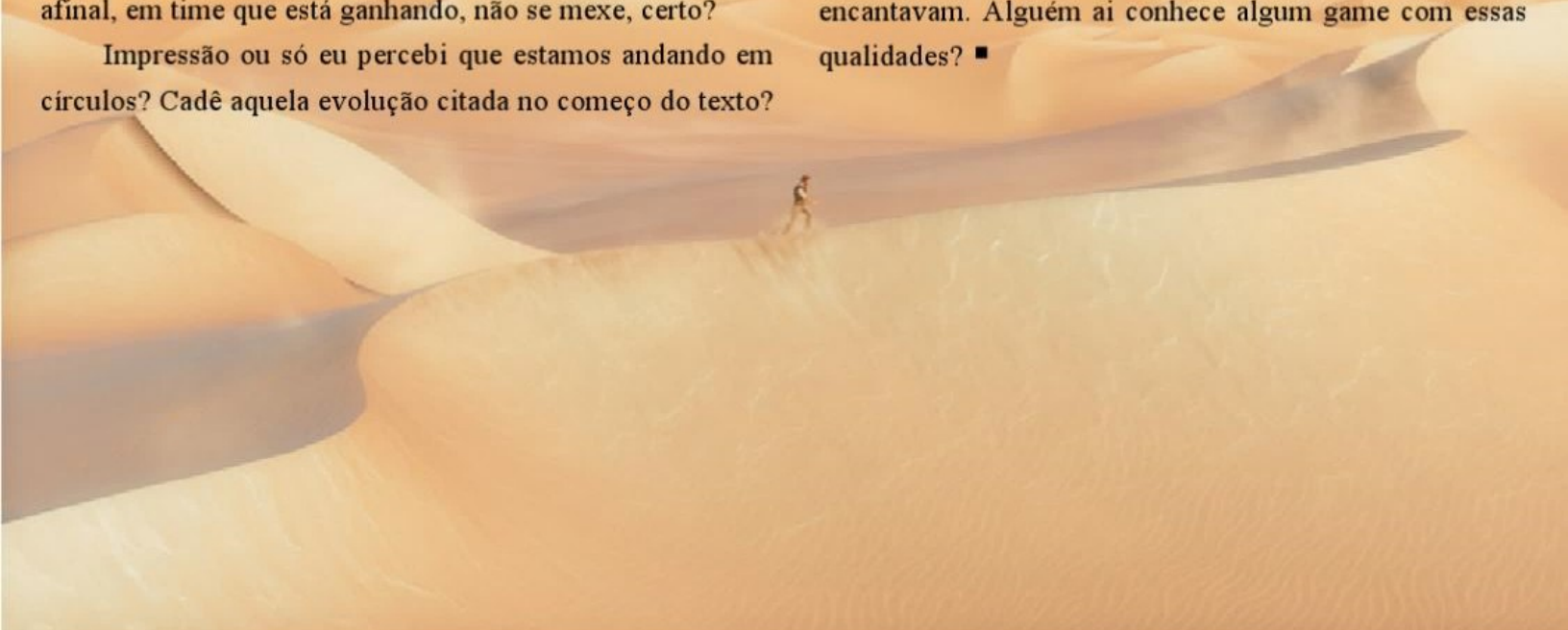
Vide os maiores sucessos da indústria em 2011, os games de tiro e ação em primeira e terceira pessoa como as franquias de sucesso Call of Duty, Battlefield, Gears of War, God of War e Halo (nada mais do que andar, correr, se esconder e atirar) que disputam o mercado pela hegemonia. Há quem jure de pés juntos que o Wii é, e será o melhor console quando o assunto é diversão. Não tiro a razão, visto que o console da Nintendo traz franquias clássicas que ajudaram a levantar o mercado depois da época negra dos consoles. A gigante japonesa ainda faz sucesso até hoje com seus Marios, Warios, Luigis, Links, Pokemons, Donkeys Kongs e afins, só que caímos na mesma constante, os fabricantes martelam insistentemente as mesmas ideias, afinal, em time que está ganhando, não se mexe, certo?

Impressão ou só eu percebi que estamos andando em círculos? Cadê aquela evolução citada no começo do texto?

Afinal, desde 1985 (ano da época negra dos games), são 26 anos até agora. Enfim, a mesmice sempre vai imperar e poucos games se destacarão por trazer evoluções em seus contextos e ideias, algo raro em 2011.

A indústria carece de inovações nos games, as repetições castigam os jogadores e muitas vezes, como um viciado nato, sinto falta da época em que jogávamos games inteligentes e, mesmo com gráficos pobres, sem efeitos de luz e muitas vezes com cliques e bips como som, a diversão era infinita. Hoje, a porção online dos games, vale muito mais para os desenvolvedores, trazem muito mais rentabilidade do que o modo história, só que eles esquecem que boa parte dos jogadores ainda preferem uma aventura solo ao invés de encarar viciados em partidas multiplayer ou se juntar a outra pessoa para disputar uma jogatina cooperativa. Não que essas diferenças sejam ruins, ajudam a aumentar o interesse, mas o foco mudou totalmente para o online, deixando ainda mais a indústria à mercê da Internet.

Ainda estou à procura, incansavelmente de um game que me faça entreter como na época do inesquecível Zelda: A Link to the Past, do Super Nintendo ou até mesmo do assustador Resident Evil, que me fizeram ficar grudados em frente à televisão por meros seis meses até o término das aventuras e, posso afirmar com esses dois títulos, que vivi intensamente uma época em que os games realmente encantavam. Alguém aí conhece algum game com essas qualidades? ■



Jogando e Aprendendo

ROCKSMITH
não é só um grande
game, é uma ferramenta
de aprendizado com uma
excelente apresentação.

**A HEGEMONIA DOS SIMULADORES
MUSICAIS ACABA AQUI**



A HEGEMONIA DOS SIMULADORES MUSICAIS ACABA AQUI

POR ADRIANO COSTA



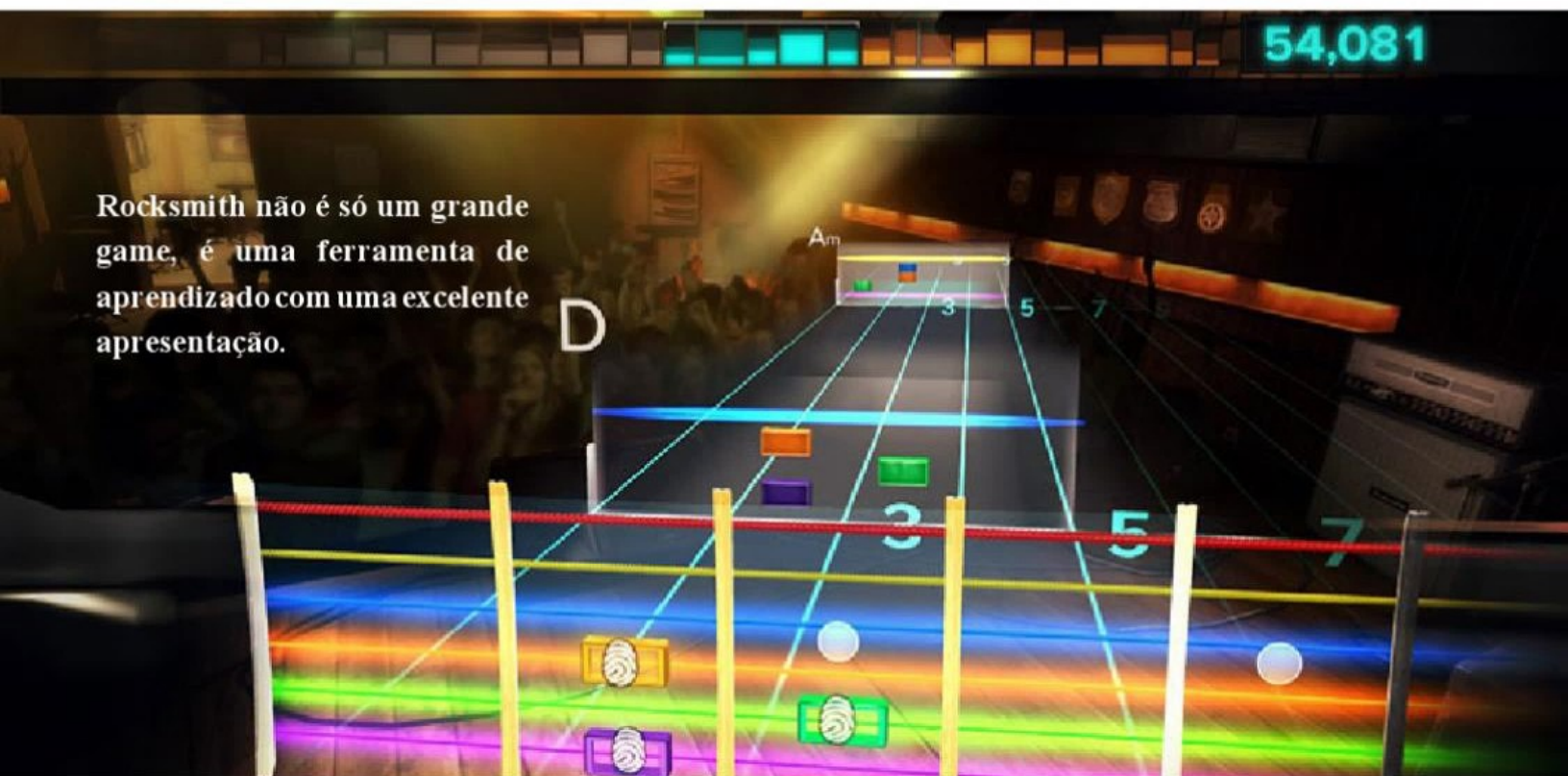
Rocksmith chegou para divertir e ensinar com uma mecânica intuitiva e atrativa até mesmo para quem nunca pegou numa guitarra

Desde que Guitar Hero e Rock Band foram lançados, o gênero musical dos games nunca mais foi o mesmo até que ouvimos falar da mais nova mania mundial, Rocksmith. O título da Ubisoft prometia uma mecânica inovadora e tinha um foco mais ambicioso, ensinar a tocar uma guitarra de verdade no PlayStation 3 e no Xbox 360. Quando o game foi anunciado, a curiosidade tomou conta dos jogadores aficionados no gênero, pois a Ubisoft resolveu desafiar a hegemonia dos simuladores e pretendia ameaçar todo o sucesso dos games que apenas simulam notas musicais.

Como a Ubisoft pretendia ensinar a tocar um instrumento real, balancear as opções, manter o interesse do jogador e ainda por cima entretê-lo, ninguém tinha ideia, mesmo porque a empresa não soltou nenhuma pista sobre o game durante o desenvolvimento. Sabíamos que não seria uma tarefa fácil para a produtora, afinal, Rocksmith precisava de algo mais para que o futuro astro do rock não desgrudasse do seu videogame.

Assim que colocamos as mãos no game, toda aquela má impressão e a curiosidade puderam ser sanadas e, Rocksmith, pode ser considerado como um novo patamar no gênero dos simuladores musicais e, a única coisa que o game da Ubisoft tem em comum com Guitar Hero e Rock Band, é o Rock'n Roll!

Comportamento



Rocksmith não é só um grande game, é uma ferramenta de aprendizado com uma excelente apresentação.

Game Inovador

Rocksmith não pode ser considerado como um professor de música e, a figura, não pode ser dispensada, pois o game é uma grande ferramenta de ensino e que pode trazer excelentes resultados para os iniciantes, se acompanhado de perto por alguém que manja da arte! Não é necessário um músico profissional ao lado, visto que o game o guiará pelo caminho das pedras e, com alguns tutoriais simples, o jogador já sai tocando facilmente, basta ter a sua própria guitarra, plugar o cabo que acompanha o game e sair tocando. Claro, sempre é bom a indicação de quem já está na área a um bom tempo e, Rocksmith, também é recomendado para os mais experientes no mundo musical por possuir opções interessantes e bem complexas como montar o seu próprio show, configurar um amplificador, pedais de distorção e efeitos.

Para os roqueiros de primeira viagem, o competente game se mostra divertido e intuitivo, assim que as primeiras notas são tocadas. É fácil sentir toda a proposta de Rocksmith já nos primeiros minutos e com seus menus simples, é fácil afinar a guitarra de uma forma intuitiva e rápida.

O game aplica cores em cada uma das cordas para facilitar o andamento do aprendizado. O jeitão do título é bem parecido com Guitar Hero e Rock Band e, o aprendizado é gradativo. Basta esperar que a cor encoste nas cordas, coloque os dedos nas respectivas casas e palhete, ação complicada para os iniciantes, mas nada do que alguns minutos de treino resolvam. Cada segundo em que o guitarrista acerta uma sequência de notas, o próprio game adiciona mais dificuldades durante a música para testar as palhetadas e agilidade dos jogadores, ação bem legal da inteligência artificial para aumentar o aprendizado.

Rocksmith, além do prazer de tocar e aprender, ainda traz diversos vídeos explicativos, incentivando o jogador a aprender. Essas videoaulas são imprescindíveis para quem quer ter um bom desempenho durante os shows. Espere encontrar uma boa quantidade delas e, por si só, o material já vale o investimento.

Apesar da apresentação de Rocksmith ser impecável e trazer poucos menus, as informações são um pouco confusas, mesmo porque, o game é totalmente em inglês, inclusive as videoaulas, fator que deve afastar um pouco o público iniciante,



Comportamento

caso não entendam a língua. Mas isso não é um motivo para deixar Rocksmith de lado, pois a mecânica do game é simples e ensina qualquer tipo de usuário. Basta seguir as cores e a numeração indicada na tela.

Alguns adesivos numerados acompanham o game e com eles o jogador pode colá-los nas casas do braço da guitarra e, para mostrar que Rocksmith ensina mesmo, o próprio game mostra como isso tem que ser feito. O guitarrista terá na tela de apresentação o braço do instrumento na parte inferior, a ideia segue a mesma linha de Guitar Hero e Rock Band (para os jogadores acostumados aos simuladores, não pensem que vão se dar bem por aqui), pressionar as cordas certas nas marcações corretas e palhetar para ganhar pontos e acionar a nota. Basta aguardar que a nota deslize até o ponto correto posicione os dedos e toque.

Setlist Clássica

Os jogadores se acostumarão depois de alguns minutos tocando Rocksmith e, se acaso as dúvidas persistirem, basta acionar as videoaulas e treinar para não fazer feio nos shows.

Para os amantes do puro e clássico Rock'n Roll, a setlist não é uma das mais extensas do gênero, mas já que Rocksmith quer fazer diferente, encontraremos mais de 50 faixas com o que há de melhor dentro do gênero. The Strokes, Lenny Kravitz, Radiohead, Nirvana, Rolling Stones, The Cure, Stone Temple Pilots,, David Bowie, Incubus, Velvet Revolver, Lynyrd Skynyrd, Queens of Stone Age, Soundgarden, Eric Clapton, The White Stripes, Blur, Cream, Franz Ferdinand e por aí vai! O espectador ainda visualiza artes das capas para ilustrar cada álbum incluso no game.

O futuro astro do rock, antes de iniciar sua carreira, pode se aventurar e escolher qualquer música para treinar antes de entrar no show. Já no modo Journey (Jornada), a carreira se iniciará e o objetivo é tocar corretamente, mostrar presença de palco e ganhar pontos para desbloquear o conteúdo do game. Níveis de dificuldade também estarão disponíveis e prometem grande desafio até mesmo para quem já está acostumado.

A Ubisoft pensou em tudo e, com os pontos ganhos durante a carreira de rockstar, o jogador poderá desbloquear novos modelos de guitarras, amplificadores, pedais de distorção, efeitos e muito mais. Com isso, é possível montar seu próprio palco, totalmente personalizado para realizar seu show e ganhar o público.

E, quando a diversão parece que terminou, Rocksmith entrega uma série de desafios para aumentar seu nível de aprendizado, mini games desafiarão o jogador a utilizar todas as técnicas aprendidas para realizá-los e somar pontos em seu currículo musical para desbloquear medalhas e destravar novos itens.

Enfim, Rocksmith não é só um grande game, é uma ferramenta de aprendizado com uma excelente apresentação. Sua mecânica realmente funciona e enterra de vez os games que apenas simulam notas musicais que obrigam o jogador apenas a apertar botões coloridos, e mais nada. O título da Ubisoft não só o transformará num astro do rock como também deixará o seu aprendizado aguçado e despertará aquela vontade pela música, e melhor ainda, pelo velho Rock'n Roll! Tocar guitarra nunca foi tão fácil com Rocksmith, experimente e não largue mais!

Rocksmith está disponível no mercado brasileiro para PlayStation 3, Xbox 360 e custa R\$ 279,90. Apesar do preço salgado, o investimento é válido! ■



VIDEOGAMES SÃO ALIADOS PARA UMA VIDA SAUDÁVEL

POR RODRIGO TADEU

@rodrigotadeu_



(Crianças jogando Wii - Foto de Divulgação)

Nossa saúde é coisa muito séria. Em um relativo curto período, os videogames se tornaram um valioso parceiro nesta causa. Eles agora são usados como ferramentas poderosas na luta para se preservar o bem estar, auxiliar na cura de diversas doenças e treinar profissionais para emergências médicas.

O game Wii Fit para o console da Nintendo usa uma balança com sensores que proporciona aos usuários realizarem exercícios aeróbicos, melhorar a coordenação motora, força e até mesmo praticar yoga. Ele mede o índice de massa corporal do jogador e cria um programa de exercícios personalizado, que gradualmente vai se tornando mais desafiador, enquanto dá dicas de saúde e de como manter uma boa condição física entre um exercício e outro.

No Brasil ainda são poucas as escolas e instituições com programas específicos para educação física. Para manter, então, as crianças mais saudáveis e menos sedentárias, muitas academias e principalmente pais estão descobrindo os videogames e o jogos chamados de “exergames,” que promovem o aumento das atividades físicas e geram

curiosidade e excitação entre as crianças.

Por exemplo, um game chamado “Dance Dance Revolution”, produzido pela Konami, requer que os jogadores dançam vigorosamente seguindo a indicação de quatro setas mostradas na tela, enquanto repetem este movimentos, os jogadores estão também acompanhando o ritmo da música. Em Nova Iorque, Estados Unidos, a “Parsippany-Troy Hills School District” comprou monitores e outros equipamentos para medir a frequência cardíaca dos estudantes enquanto eles jogam videogames. A “Idaho Digital Learning Academy” incorporou o Wii Fit nas aulas de educação física. Os alunos recebem instruções online, e podem fazer as aulas em casa.

Cada exercício relacionado ao Wii também conta com um dever de casa, como por exemplo, identificar as diferentes partes do sistema cardiovascular. E estudantes não são os únicos que usam os vídeo games para entrar em forma; o conceito vem sendo adotado por adultos e personal trainers.

Casas de repouso já estão começando a usar o Nintendo



Wii para manter seus hóspedes fisicamente ativos. Quando os hóspedes ouvem que vão jogar Wii, eles se sentem mais motivados a levantarem da cadeira e iniciarem a terapia.

Personal trainers e academias, também estão usando sistemas interativos de exercícios que empregam a tecnologia dos videogames para tornar os exercícios mais atraentes. Professores atestam que os games proporcionaram uma melhoria na resistência, velocidade, coordenação e equilíbrio dos alunos. E vão mais além, revelam que as diferentes modalidades de jogos e dificuldades queimam tantas calorias quanto aquelas perdidas por pessoas que praticam exercícios aeróbicos de alto impacto.

Hábitos saudáveis

A comunidade médica também apoia a causa dos games na promoção de hábitos saudáveis. Tomemos como exemplo a “Robert Wood Johnson Foundation”, que estabeleceu o Programa de Pesquisa de Games Saudáveis no final de 2007 para promover o uso de games na área da saúde. O programa, sob direção da Universidade da Califórnia e da pesquisadora Debra Lieberman, já distribuiu 21 bolsas para os hospitais e universidades em todo o país para pesquisa e desenvolvimento de projetos originais, que utilizem jogos que requerem atividades físicas ou a promoção de hábitos saudáveis. O centro também lançou em 2010 um banco de dados online com informações sobre estes games, que irá auxiliar profissionais da saúde, educadores e legisladores a encontrarem em um único lugar uma ampla compilação de games saudáveis, pesquisas sobre o tema, publicações, organizações e eventos neste campo que está em rápido crescimento.

Talvez o projeto mais notável nesta área seja um game online gratuito intitulado “The Incredible Adventures of the Amazing Food Detective”. Este game para computadores ensina crianças entre 9-10 anos sobre nutrição e exercícios. No game, as crianças escolhem uma, entre diferentes aventuras que envolvem a “solução de uma misteriosa epidemia de hábitos pouco saudáveis,” um processo que inclui, por exemplo, calcular a quantidade de açúcar presente nos refrigerantes. Depois de 20 minutos, o jogo é desligado

automaticamente, forçando os jogadores a praticar uma atividade diferente pela próxima hora.

Os games também são usados para problemas de saúdes mais específicos. Por exemplo, um game chamado “Eye Spy” auxilia os oftalmologistas a encontrar problemas e dificuldades visuais nas crianças logo cedo. Pesquisas apontam que, uma em cada quatro crianças têm algum problema de visão, mas a maioria não é diagnosticada. Os games, assim como o “Eye Spy” usam o tempo de resposta das crianças para identificar problemas como vista cansada, distúrbios da retina e até mesmo cataratas.

O HopeLab, um grupo sem fins lucrativos focado na melhoria da qualidade de vida de crianças com doenças críticas, criou um game chamado “Re-Mission” para crianças e adolescentes com câncer. O game traz um robô que viaja pelo corpo humano de um paciente fictício diagnosticado com câncer para destruir as células cancerígenas, combater a infecção e amenizar os efeitos do tratamento. A revista “Pediatrics” publicou uma pesquisa mostrando que o game ajudou os pacientes, principalmente os mais jovens, a permanecerem com o tratamento de forma mais efetiva, além de ajudá-los a compreender melhor a doença.

Programas de reabilitação

Tradicionalmente considerado apenas como meio de diversão, nos últimos anos os videogames têm tomado um significado todo especial para pessoas que tiveram



(Foto de Divulgação)



(Foto de Divulgação)

suas vidas alteradas por algum tipo de acidente ou doença. Os games surgiram como uma ferramenta de reabilitação excepcionalmente atraente que promove recuperações mais rápidas e eficiente de doentes e lesionados.

Nos últimos anos, soldados que retornaram da guerra do Iraque puderam contar com a ajuda de games que auxiliaram os veteranos a lidarem com o transtorno de estresse pós-traumáticos. Estes jogos levaram a terapia de exposição a um novo nível, permitindo que os veteranos pudessem experimentar, sentir e ouvir as situações necessárias para processarem emocionalmente memórias traumáticas.

Já existem terapias onde os videogames são usados para o tratamento de dependentes químicos, recriando nos games um cenário virtual onde o dependente pode enfrentar as tentações do mundo real em companhia de um terapeuta. O esforço é concebido para ajudar os pacientes a construir a tolerância necessária à compulsão incontrolável adquirida anteriormente.

Videogames também são responsáveis pela melhoria da função motora e da resistência óssea em adolescentes com paralisia cerebral. Os participantes se exercitavam com o videogame pelo período de 30 minutos por dia, cinco dias por semana. Depois de jogar, os participantes passaram a realizar com mais facilidade atividades corriqueiras como

comer, se vestir, tomar banho, entre outras tarefas.

Hospitais e centros de reabilitação estão usando o console Nintendo Wii e o acessório Kinect para Xbox 360, pois acreditam que através deles os pacientes gradualmente podem restabelecer o equilíbrio, força e as funções motoras.

Treinamento médico

Videogames também estão sendo empregados para treinar médicos a responderem com maior rapidez a situações que envolvem riscos de morte. Eles são treinados repetidamente em games que simulam estas situações.

São usados nestas situações games do gênero first-person shooter (jogos de tiro em primeira pessoa, em português) que auxiliam os profissionais a estarem preparados para emergências como ataques terroristas ou danos causados por armas biológicas, simulando a interação com os pacientes. Os games ajudam os professores a mensurar a reação dos estudantes em todo cenário possível, sem colocá-los realmente em perigo.

Dezenas de hospitais, faculdades e clínicas médicas possuem videogames em suas instalações para diferentes treinamentos. Alguns games auxiliam na identificação de sintomas e a resposta ao tratamento, incluindo queimaduras



ou comportamento estranho, como demência. Pesquisas apontam que médicos que jogam videogames pelo menos três horas por semana são 27% mais rápidos e estão 37% menos propensos a cometerem erros comparados aqueles que nunca jogaram.

Veja outros benefícios dos games:

Os videogames são uma forma de reduzir o estresse, de relaxar após um dia cheio de trabalho e da rotina diária na vida de qualquer pessoa.

Há estudos que afirmam que os jogos de ação ajudam a melhorar a visão e a percepção dos usuários. Jogar estimula a capacidade de solucionar problemas e auxilia no desenvolvimento de diversas habilidades como, por exemplo, a coordenação e os reflexos. Os videogames auxiliam na capacidade de socialização das pessoas e ajudam a desenvolver habilidades. Por isso, aqueles que jogam videogames, pelo menos durante três horas por semana, cometem 37% menos erros no trabalho e trabalham em um ritmo mais rápido, comparados àqueles que nunca jogaram. A “ciberpsicologia” é uma disciplina que busca a cura para problemas reais por meio dos videogames, como por exemplo, traumas e diferentes patologias. Sendo assim, os videogames também são benéficos à saúde nos seguintes casos:

- Ajudam a superar e enfrentar fobias, sendo uma boa receita para vencê-las.
- Funciona como uma terapia que expõe o paciente aos seus medos, dentro de um ambiente totalmente controlado.
- Pode-se utilizar, por exemplo, uma game para simular grandes alturas ou espaços pequenos para aqueles que sofrem de vertigem ou claustrofobia. Outros títulos, como simuladores, podem auxiliar no combate ao pânico que muitos apresentam quando sentam ao volante de um carro na vida real.
- Alguns videogames estimulam ainda mais o cérebro, e o exercita para responder mais rapidamente. Assim sendo, patologias associadas à perda de controle e de memória podem ser curadas com terapias que utilizam os videogames como remédio, sem contar que muitos títulos

facilitam o exercício do autocontrole, segundo alguns estudos.

- Um menino ou menina que passa pelo complicado processo de divórcio dos seus pais, pode superá-lo com a ajuda de um videogame onde, por exemplo, uma criança enfrenta situações semelhantes numa forma menos ameaçadora. Desta maneira, o menino ou menina está sendo exposta a situação e aprendendo a lidar e assimilar a dor, ajudando e diminuindo seu sofrimento.
- Pesquisadores da Escola de Medicina de San Diego, nos Estados Unidos, afirmam que os videogames interativos são úteis para tratar os sintomas de depressão nos adultos e pessoas na terceira idade. Uma informação que pode ajudar vocês, pais, avós, tios e tias, a compartilhar algumas horas na frente dos videogames com seus filhos, netos e sobrinhos.

Como podem ver os videogames nos proporcionam mais coisas boas que ruins, desde que, claro, sejam usados com controle. Mesmo que muitas pessoas, entidades e a própria sociedade afirmam que os videogames são prejudiciais porque promovem o sedentarismo, o fracasso, e que muitas vezes estimulam a agressividade, o racismo e muitos outros aspectos negativos, não temos que ter vergonha de desfrutar deste prazer tão maravilhoso, mesmo que muitos ainda insistam em falar mal.

- A verdade é que os jogos estimulam a imaginação, divertem, entretêm e auxiliam para uma qualidade de vida e saúde ainda melhor. ■



(Foto de Divulgação)

QUAL O PROPÓSITO DE UMA ANÁLISE DE JOGO?

POR RODRIGO TADEU

@rodrigotadeu_

Nos últimos dois meses, lendo a cobertura da mídia sobre o jogo Modern Warfare 3 eu me deparei com um texto interessante que se propunha a analisar o título. Não vou citar aqui onde li e quem escreveu porque, no fim das contas, isto é o menos importante. Mas este texto realmente me fez pensar. A análise classificou MW3 com uma nota 5 em uma escala que vai até 10 e eu fiquei curioso em descobrir o porquê. Não porque eu não goste do jogo ou tenha alguma antipatia pela franquia (na verdade a considero muito divertida), mas eu estava interessado nas razões por trás da análise.

O jogo foi idolatrado por praticamente todo o mundo, e para uma análise se distanciar tanto da opinião geral eu queria saber o que tinha desagradado e sendo uma análise, presumi que haveria uma justificativa para aquela nota 5.

Eu estava errado e o que li após três páginas é que quem escreveu o texto usou aquele espaço para falar sobre seu gosto próprio e expressar seu desinteresse sobre a franquia e seu ódio sobre a indústria. Me decepcionei.

Como sou uma pessoa que gosta de escrever sobre videogames parecia que a moral e crenças que eu tinha sobre a indústria havia sido refutada diante dos meus olhos.

Aquilo não foi uma análise, foi um ataque de ódio com uma pontuação anexada. Eu não costumo me queixar sobre a pontuação de análises ou comentários em geral, mas um flagrante editorial tratado como análise foi algo que me irritou. Mal sabia eu que a forma como eu penso sobre opiniões – e do jornalismo de jogos em geral – seria testada nos dias seguintes.

Eu sempre justifiquei as análises como opiniões estritamente do escritor e não necessariamente de mais ninguém. Pode parecer hipocrisia pedir por objetividade, mas é o oposto quando se trata de uma análise.

Eu leio comentários sobre muitas análises para uma infinidade de jogos e um fato ficou claro: os leitores querem diferentes tipos de opiniões. Para o bem ou mal, parece que a esmagadora maioria dos comentários em todas as análises é que eles estavam insatisfeitos com o resultado final. “Por que X não recebeu uma pontuação perfeita? Por que Y teve uma pontuação tão alta?”

Se uma análise do jogo Uncharted 3, por exemplo, recebeu nota 4 de um total de 5 e Modern Warfare 3 teve nota 5 de um total de 5 isto significa que MW3 é um jogo melhor? É uma pergunta difícil.

A questão não deveria ser se MW é melhor em comparação, mas sim se compará-los faz alguma diferença. Sem jogar ambos os jogos como você pode saber de qual você gosta mais? E isto não é o que realmente importa?

Se eu gosto de um jogo que foi esmagado pelos críticos isto torna de meu gosto errado? Claro que não. Eu gostei muito, por exemplo, de Crackdown da Realtime Worlds, um jogo que recebeu de grande parte da mídia notas muitos discrepantes e despertou reações negativas. Eu não me importo se ele obteve uma nota 5 de 5 ou 3 de 5 ou 1 de 5, para mim, eles estão errados. No entanto, eu não deveria esperar de qualquer crítico ou de qualquer jogador a pensar da mesma forma que eu ou experimentar o jogo da maneira que eu fiz. Eu posso gostar por razões muito além da própria qualidade do jogo.

“Por que X não recebeu uma pontuação perfeita? Por que Y teve uma pontuação tão alta?”



Faz Sentido?

Joguei Crackdown muito tempo depois de seu lançamento na companhia de um grande amigo; eu tinha perdido a vontade de jogar, estava passando por problemas pessoais, desanimado, sem vontade de nada. Junto veio um título que chamou minha atenção e mesmo durante o breve tempo que joguei Crackdown me permitiu esquecer a minha situação e me ajudou a passar por um momento difícil.

Como esperar uma análise do jogo sem levar em consideração esta experiência? Como exigir que eu me separe dela a fim de dar uma opinião “imparcial”? O que se ganharia com isso? Este pensamento me leva de volta para o meu principal argumento: que nós damos muita importância para análises e pontuações. Análises são a exploração de uma experiência inerentemente qualitativa.

Minha paixão pelo jogo tinha tanto a ver com quem eu sou e onde eu estava como pela qualidade gráfica e o sistema de combate. Retirar-me desse contexto não aumentaria o valor da minha análise, mas desvalorizaria totalmente tudo o que eu tinha a dizer.

Pode-se argumentar que eu não deveria analisar o jogo e que deveria ser dado a outra pessoa... mas essa é realmente a resposta? Você não gostaria de ouvir sobre a experiência de alguém com um jogo e não apenas sobre o jogo em geral?

É muito justo que se diga que as análises devem ser apenas baseadas em fatos, mas quem realmente se importa nesse momento? Se tudo que você quer são especificações técnicas e uma lista de modos, você pode ler o verso da caixa. Eu sempre pensei que os leitores iriam encontrar um crítico com quem tinham gostos semelhantes ou um em que confiassem. Em vez de procurar por uma nota alta que iriam ler a análise e formar suas próprias opiniões sobre o jogo – que por sua vez, gostariam de acrescentar algo à discussão não apenas sobre o jogo, mas sobre a jogabilidade em geral.

Eu sei, audacioso esse meu modo de pensar, mas eu realmente acredito nisso. Temos que ficar longe deste meio escolasticamente oco de discussão.

Eu gosto de análises e adoro jogos, mas eu não preciso dos dois para estar em sincronia. Muitas vezes eu vejo as notas como uma validação da nossa opinião e não utilizadas da forma que eu gostaria que fossem. Quem realmente se importa se você gosta de um jogo “ruim” ou de um jogo “bom” não interessa. A experiência de jogar o jogo é tudo o que importa. Não é culpa do crítico, no entanto, se ele não enxerga o jogo da mesma forma que você. Ninguém está errado neste caso porque opiniões não são verdades. E quem é alguém para reivindicar domínio sobre o outro?

Se as análises são voltadas apenas para serem guias de compra, então qual é o ponto em perder tempo e gastar energia escrevendo uma? Eu não desejo que ninguém que vá gastar dinheiro se arrependa, mas lembre-se que opiniões são escritas por pessoas.

Ao invés de procurar por pontuações que correspondam à sua preferência, encontre uma análise que levante questões ou fale sobre o jogo de uma maneira que você acha intelectualmente estimulante. Você pode se surpreender, mesmo que você considere que a nota esteja errada. No final, a qualidade quantificada não é perfeita. ■



Fevereiro 2012

CAMPUS PARTY BRASIL

QUANDO? 06 A 12 DE FEVEREIRO

ONDE? PARQUE ANHEMBI – AVENIDA OLAVO FONTOURA, 1209 – SÃO PAULO – SP

SITE OFICIAL: [HTTP://WWW.CAMPUS-PARTY.COM.BR/2012/INDEX.HTML](http://www.campus-party.com.br/2012/index.html)

PALESTRA E DEBATES – RIO CONTENT MARKET 2012

QUANDO? 29 DE FEVEREIRO A 02 DE MARÇO.

ONDE? HOTEL WINDSTOR BARRA – AV. LÚCIO COSTA, 2630 – 20. ANDAR – BARRA DA TIJUCA – RIO DE JANEIRO – RJ.

SITE OFICIAL: [WWW.RIOCONTENTMARKET.COM](http://www.riocontentmarket.com)

Março 2012

PALESTRA E DEBATES – 5 GAMEPAD

QUANDO? 23 E 24 DE MARÇO.

ONDE? FACULDADE FEEVALE – CAMPUS II – ERS 239 N 2755 – NOVO HAMBURGO – RIO GRANDE DO SUL.

GAME WORLD

QUANDO? 30, 31 DE MARÇO E 1 DE ABRIL.

ONDE? CENTRO DE CONVENÇÕES FREI CANECA – RUA FREI CANECA, 569 – SÃO PAULO – SP

SITE OFICIAL: [HTTP://WWW.GAMEWORLD.COM.BR/EXPO.](http://www.gameworld.com.br/expo)

Comércio- Abraão Games, Action Games, Big Boy Games, Big Shop, Compgames, Chronogames, Datishop, Eletrocell, Emoção Virtual, Estação Games, Estação Shop, FourGames, Freeplay Games, Frontline Games, Game Center, Gamemania, Game Square, Game Place, GameTech, Game Store, Itech Games, L3tec, Magic Games, Master Games, MD Games, Megalogame, Megamamute, Megamidia, Miranda, Mundo dos Games, Neo Games, On the Box Games, Only Games, O.R Games, Ovni Games, Quarup Games e Modelismo, Revolution Store Games, Rocklaser Games, Speed Tech, Super Games, UZ Games, Virtua Games, World Games (BH), World Games (Sorocaba)

Varejistas- Wal-mart, Ponto Frio, Livrarias Curitiba, Livraria Saraiva

Indústria- Leadership, Positivo

Distribuidores- NC Games, Giga Norte, Incomp

Operadoras de Cartões Pré Pagos-
InComm

Empresas de Transferência Digital-
Nuvem

Instituições- Canal 3, Equipe Bem Estar, Games For Change Latin America, Jogos pela Educação, Sebrae

Instituições e Parceiros Internacionais-
Adese (Espanha), AIOMI (Itália), Gamer Inside (Espanha), Local Transit (Itália), Kotra (Coreia), RaLight Solutions (Espanha), RetroMadrid (Espanha), Spel-Maker (Holanda), Tapjoy (EUA)

Escolas Técnicas- Escola Saga, Faculdade Feevale, Faculdade Fatec Carapicuíba, Faculdade Fatec São Caetano, Grupo Impacta, Senac

Agência de Turismo- GSA Tours

Publicadoras de MMOs- Gamemaxx

Desenvolvedores de Jogos- 8D Games, Aiyr, Aquiris, Behold Studios, Blackdog Studio, GameBlox Interactive, Give me Five, Hive Digital, Hoplon, Ilinx Entretenimento, Interama, Mother Gaia Studio, Napalm Studio, Riachuelo Games, Royal Digital Entertainment, Stairs, Woot Tech

Localização se Áudio, Estúdio e Dublagem- Maximal Studio

Compositores de Trilhas Sonoras Para games- Pxl DJ

Empresas de Assessoria e Comunicação de Games- Insidecomm

Empresas de Campeonatos de Games-
WP Games

Assistência Técnica- ITECH

Editoras e Revistas Digitais- Editora Europa, Revista Digital Arkade

Redes Sociais de Games- Playernet

Sites de Procura- Bondfaro, Buscapé





Associação Comercial, Industrial e Cultural de Games

A ACIGAMES é uma associação criada com a finalidade de representar e regulamentar a indústria e comércio dos jogos eletrônicos e incentivar culturalmente a área dos games no Brasil.

***ASSOCIE-SE JÁ**

WWW.ACIGAMES.COM.BR

SECRETARIA@ACIGAMES.COM.BR

*** TEMPORARIAMENTE PERMITIDO APENAS PARA PESSOAS JURÍDICAS**

A Word from the President

MOACYR ALVES JUNIOR

ACIGAMES proudly launches its first digital magazine, ACIGAMES Magazine. Since the birth of the Association we have been planning this magazine. It took a while to take this step, but an ascertained partnership came about and with it the release of the first edition.

Our greatest concern lied in producing a magazine which would discuss ACIGAMES' three main pillars: culture, commerce and manufacturing in the videogame industry. At last the Brazilian gamer, the Brazilian market, our Government and also a large part of the world (since this digital magazine will not only be restricted to Brazil but will also be distributed in Italy, Spain, Holland, the US, Korea, Chile and Canada by our partners) have a channel through which to observe the Brazil of industrial and technological creativity.

We provide a professional approach after all, videogames, are not only for children. Our average audience age is 35 and is able to speak English - if not fluently they understand it well - and aiming at this public we talk about the market, we talk about the way Brazil is seen through the eyes of the world; about our developers and how our market has been performing; how our retailers see the future; how our digital games colleges progress; how new courses and lectures might help commerce apps development initiatives in Brazil and, of course, we touch on problems in the domestic market and so many other issues that are of interest to gamers in general.

Do not expect from us a magazine that merely reports on games and new launchings, since you can find this kind of material anywhere on the Internet. Our thinking reaches beyond: the Brazil of Games is indeed a serious country with appetite to become big. We do not support the overused excuse, "we are small and will never reach the level of other countries with much experience and money to produce games". Nowadays this is a pessimistic view of those who cannot foresee opportunities where they exist. In that respect we could mention the experience of companies like Angry Birds' Rovio and Farmville's Zynga, created from scratch.

ACIGAMES was born out of market needs. It is a true representative of the huge gamer demand: it represents the gamer; the entrepreneur; the fan and even casual players. Nowadays there is no doubt as to how enjoyable it is to learn by playing; as to how interesting and enjoyable is the social involvement games bring about, which always enlarges the number of people playing videogames. For Brazil this last year represented, no doubt, a landmark. We could say that the Brazilian market could be evaluated in two different moments: before and after the "Fair Game Day", in which only ACIGAMES was mentioned in newspapers such as Valor Econômico; The Financial Times; O Estado de São Paulo and O Globo, among others, and was even quoted in the renowned international newspaper "Le Monde" under the headline: "Brazil, The Eldorado of Games".

We also lectured in Italy and were present in countries such as Spain, Germany, and Portugal and in all these countries we were seen as representatives of the giant that is opening its eyes to the game world: Brazil.

I sincerely expect ACIGAMES Magazine, which is elaborated by a seasoned and especially passionate team might set the ground for many entrepreneurs, students and especially our gamer public, since above all what moves us is our passion for games that has also given birth to this magazine. ■



Enjoy reading it and see you on the next edition.

Moacyr Alves Junior



BY LUIZ FERRAREZI
@lferrarezi

USING TECHNOLOGY TO HELP AUTISM SPECTRUM DISORDER PATIENTS

The psychologist shows that technology and games are a great attraction that brings the patients together and work as interaction catalyzers when well used.



Alexandre Costa is a psychologist and psychotherapist graduated from Universidade Federal do Ceará with specialization in Psychodrama. He is the Technical Director of Casa da Esperança, an entity which provides specialized care to autism spectrum disorder individuals in Fortaleza, Ceará. His work shows that the use of technology in the treatment of those on the autism spectrum is an important allied in their communication and emotional regulation.

ACIGAMES - What is your relation with technology, specifically games? My first computer was a MSX around the end of the 80's. I have always believed that technology would someday set us free from the burden of repetitive tasks, giving room to a contemplative life in ecstasies and

fusion with the cosmos and I am still waiting for this day. I do not consider myself a gamer but an occasional user. I am not an expert in electronic games.

ACIGAMES – Do you usually play? Do you have any console? Well, my son has a PlayStation3, a Nintendo Wii and has just won as a birthday present the Nintendo 3DS with Mario Bros. I just use it occasionally.

ACIGAMES - What is autism and what are its characteristics? The word autism was coined by the legendary psychiatrist Eugen Bleuler to refer to one of the symptoms of schizophrenia. It was just in 1943 with the work of Leo Kanner, an Austrian psychiatrist living in the US, that it began to be used to designate a differentiated disorder.



“Games are an extra appeal, a “temptation” that approaches the child to the iPad and consequently, to me.”

Since then autism has defied generations of therapists and scientists due to the odd and usually paradoxical behavior of the individuals who suffer from the disorder. Differently from most people who do not suffer from the disorder they frequently reject physical touch, avoid eye contact and prefer to be alone focusing their attention to objects and physical sensations.

They use their brain in a different way than we do. However, autism does not happen in the same way to all of those on the spectrum. Some of them (between 25% and 30%, depending on the study under analysis) never develop speech while others speak - and speak very much - but only to repeat dialogues from television programs or to talk about their favorite themes ignoring the interests of the listener. In other cases the person uses the speech only to express his own interests and is often considered “self-centered” or ‘insensitive” to the needs of the others.

Actually, autism is one of the most inheritable disorders known. It is a spectrum disorder, which means that it varies in kind and degree. It is manifested in many different ways, but all of them present problems in three fundamental areas:

1. Social Interaction: ability to start and keep relationships or even understand implicit rules in any relationship.
2. Social Communication: abilities to transmit and understand messages in a shared symbolic system, verbal or gestural.
3. Interests and Activities which within the people with autism are restricted, stereotyped and repetitive.

Autism is not only a disease but a way of living. It happens very early in a person's life and reaches all the areas of development in a very comprehensive way.

ACIGAMES - How did you discover that the use of the iPad and its apps could help in the treatment of autism? Well, I have always thought that the best way to earn your living is by doing what you like. I love two things in my life: dealing with technology and working with people with autism. The features of the device are really indicative of this potential.

ACIGAMES - Are most of the apps games? No. They are mostly specific apps of communication, photography and video. Games are an extra appeal, a “temptation” that approaches the child to the iPad and consequently, to me.

ACIGAMES - Are there any examples of games or apps that may help in autism cases? Which ones can be used by the parents at home? Yes. Some apps I use with my patients and friends with communication difficulties are the games Angry Birds, Plants vs. Zombies and Fruit Ninja. Among the apps I can name iPicto, Talkboard, Photogene, Omnigraffle, iThoughts e Soundtastic. They make the communication with the patients easier, provide visual clues and help the emotional regulation.



“The iPad does not disregard the work of the professional who is extremely important to the patient - with or without iPad - but when well used the gadget is a catalyzer of the interaction, a means of interaction, and not merely a form of entertainment, although this use is perfectly reasonable.”

ACIGAMES –Are these kinds of apps being produced in Brazil? I cannot tell. Most of them are in English; however, during a conversation with the developer for iOS Franco Pieragnolli we decided to create through the internet a discussion group of specifications to stimulate the production of apps in Portuguese aimed at this target public. We have not started it yet but the idea is to include health and education professionals, family, interested developers as well as “high-functioning” autistic people, as we call people with a milder form of autism and that use the internet to interact and communicate.

Dr. Sheldon Cooper from the sitcom *The Big Bang Theory* is an excellent example of an “Asperger” autistic, so named because the physician who first described this form of autism was called Hans Asperger. We may also get some social or private incentives, or even a federal one.

ACIGAMES –What are the results obtained by the use of this technology? They are so interesting that some parents wrote me describing their experiences, even without a specialized help focused in the therapeutic use of the iPad. One family reported the son with speech problems in treatment for five years has started to speak better and more frequently in the last five months. Attention: they have got an iPad for six months and the phonoaudiologist has just got hers.

The iPad does not disregard the work of the professional who is extremely important to the patient - with or without iPad - but when well used the gadget is a catalyzer of the interaction, a means of interaction, and not merely a form of entertainment, although this use is perfectly reasonable.

ACIGAMES – How do the parents see this use of the technology? The ones I know that have started to use it report positive experiences. After some time getting used with the device there is always something good to tell about it.

ACIGAMES – How is the use of the technology seen by other professional in your field? The lecture I gave during the First International Congress of Evaluation and Intervention in Autism in the beginning of December in São Paulo was a great success. Some professionals already used the tool and benefited from the tips of use and the apps I showed along the presentation. Others - probably the more “technophobic” - reacted suspiciously, but they were not among the ones who surrounded me after the presentation with praise, sparkling eyes, and questions.

One thing was clear: it is not only the tool that makes the difference. The creative use with therapeutic purpose is fundamental to exploit its production potential otherwise the child may use it to isolate itself even more.

ACIGAMES –Are there any other cases that follow the use of technology worldwide? When the iPad 2 was released Steve Jobs included a video with testimonies from several



“Any kind of technology has an attractive power over people with Autism Spectrum Disorders.”

professionals who used the first version of the gadget very successfully. One of my associates in the US, Amy Coggeshall Laurent and co-author of the model SCERTS (the one we use in Casa da Esperança) released an app called “The Feelings Book” at App Store. In general terms there is a perception that the limit to the use of the tool is the therapist’s creativity and imagination.

ACIGAMES—Can other technologies besides the iPad such as Kinect from Microsoft and movement controls from Wii and PlayStation 3 help in this work in conjunction with more sociable games? Yes, sure. Any kind of technology has an attractive power over people with Autism Spectrum Disorders. Most of times they rather deal with devices than with people because computers and video games consoles are more predictable and reliable and they need a higher degree of predictability than the average people with no autism to keep emotionally regulated.

ACIGAMES –Have you already been called to help in the development of any app or game study, or even project to be used as a therapeutic tool? Since my call some developers contacted and supported me, one Professor from Ceará Federal University’s Computer Science College has also approached me.

The discussion group I will set up together with Franco Pieragnolli enriched by some excellent therapists I met in the congress will become the arena to integrate proposals and specifications so that the resulting apps are very comprehensive in relation to our patients who, despite having common problems, are as different from each other as any human beings. Each person is unique e has special needs. ■



Letter from the Editor

WE WANT TO BREAK TABOOS



A *ACIGAMES Magazine* is the first Brazilian magazine clearly aimed at attending the Brazilian games market and it emerges in a new environment, in which the country is currently undergoing a boom on the electronic games arena. The local economy prospers, its performance is remarkable with record growth – but the Brazilian society still constrains the electronic games.

ACIGAMES is born already breaking taboos with an innovative editorial line combining classic and modern at the same time. It shows journalistic thoroughness and a refined humor when approaching the electronic games market and it does it in broader terms showing freedom of speech and daring both in terms of its content and texts. It is the most comprehensive Brazilian publication aimed at businessmen with investigative approach, revealing interviews, news in culture, technology, health and politics and is elaborated by a great team of associates.

The name *ACIGAMES* sprung from debates amidst this group over the last months creating, adapting, editing and detailing on the following pages some articles of prominent authors, journalists and businessmen.

ACIGAMES represents a new entry into this new market of electronic games with a stamp of seriousness and innovation. It is indeed a great daily exercise to elaborate the articles keeping the bold spirit of this magazine. It contains in its DNA a gene of credibility in order to fulfill the demand of an audience and a market lacking some more audacious, intelligent content capable of reflecting the importance of the electronic games which already prevail in the rest of the world.

ACIGAMES Magazine comes up according to the principles which lead to its creation and turned it into the showcase for the electronic games market in Brazil. The Association feels reinvigorated with this achievement and is absolutely sure it will be welcome by its readers and you will be able to corroborate that it upholds the essence of games journalism and incorporates the language, the style and meets the wishes of this emerging market offering all you need to know. This magazine targets a broad audience.

Enjoy reading it!

Rodrigo Tadeu, Editor and Executive Officer

rodrigo@insidecomm.com.br



Collaborators



Spencer Stachi

Graphic designer and consultant for electronic games, started 15 years ago as a columnist in the former Super Game magazine. Today is a journalist, an analyst of social media and eternal lover of games.



Thatyana Costa

Journalist segmented in audiovisual and printed for 10 years and is a member of AZA Productions, a company specialized in the production of television programs and commercials. He also worked for Radio Transamerica, Radio Capital and Magazine ELE/ ELA.



Adriano Costa

Journalist of entertainment for over 15 years with experience in the gaming and technology. Lover of games and Rock'n Roll.

ACIGAMES MAGAZINE TEAM

Every month, our journalists will meet and discuss the most relevant issues to our readers and anticipate tendencies around the world

Maurício Varnum

Cultural journalist and musician in his free time, is Editor of Culture of Leitura Dinâmica newscast at RedeTV. For 10 years covers issues relating to music, movies and video games.



Luiz Ferrarezi

Business Architect degree in Marketing, writes about technology for 10 years. User of latest generation gadgets and collector of video games in his free time.

Diego Pedreschi

International media analyst, lived in New York and is currently pursuing journalism at the Universidade Metodista de Sao Paulo. It has strong opinions, do not run away from controversy and is in favor of critical discussion and debate based.





AUDIO TRANSCRIPTION AND TRANSLATION SERVICES IN ENGLISH AND IN PORTUGUESE

We are experts in conference calls

We deliver our transcripts in the shortest time

With the punctuality required by large corporations

Flexibility - we adapt our work to your needs

Agility – everything happens on the Internet

WWW.PTOFINAL.COM

Campaign

EU TÔ LEGAL (I AM OK)

ACIGAMES, the Commercial, Manufacturing and Cultural Games Association has launched the Campaign “I am ok” supporting the legalization of the commerce of games and discouraging entertainment piracy in the country. Both wholesalers and retailers of games and equipment which work according to the law will be supported and at the same time society itself will be informed about the benefits of the virtuous cycle started through the legal acquisition of such games in detriment of piracy.



Brazil



Electronic Games included in Rouanet Law

Ministerial Law No. 116 has included electronic games in Law No. 8313, the so-called “Lei de Incentivo à Cultura”, also known as “Rouanet Law”. As from now both companies and ordinary people will be able to start raising

funds for the development of electronic games, which start being understood as cultural achievements instead of gambling.

Internet

Arcade Classics on Chrome

Google has made available the emulation of classic arcade games via Chrome Store, the apps store for Google Chrome. Game fans of the 80s and 90s are able to not only acquire the app developed by MAME (Multiple Arcade Machine) via the browser’s virtual store, but also in roms – many of which are paid for.

WorldGames

Locação e Vendas

JOGOS NOVOS E SEMI-NOVOS



FILMES BLU-RAY

LOJA 1

AV BARÃO DE TATUI, 1584/1588
(15) 3234-1584 - 7*96821

LOJA 2

VILLAGGIO SHOPPING SOROCABA
LOJA 104 - (15) 3211-8192 - 7*92551

www.worldgamessorocaba.com.br



RIACHUELO GAMES



<http://www.riachuelogames.com.br>

NOTES

Tapjoy, a Company headquartered in San Francisco, USA, which provides distribution, marketing, user engagement and monetization services to apps developers of games in iOS, Android and mobile platforms closed a partnership with ACIGAMES and will support the local developers in browsing through business models, marketing campaigns and platform strategies.

The partnership between ACIGAMES and SEBRAE helps small and mid-sized entrepreneurs in learning how to manage their companies. On average 70% of game companies – be them active in the commercial and/or development areas – do not reach three years of activities.

THE COMPUTER MARKET IN BRAZIL IS POSITIVE

BY SPENCER STACHI

@spencer_stachi

“Nowadays we rank number three in personal computer sales in the world after only the United States and China, but ahead of Japan and all European countries.”

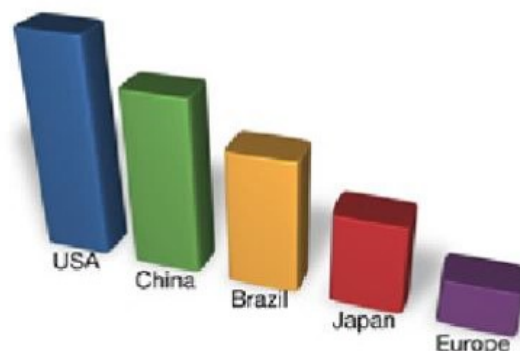
We had a chat with Mario Blanco, Marketing Manager of Digital Convergence of Positivo Informática, about the PC market in Brazil and in the world and we got very optimistic and with a good idea of the reasons why Brazil today is a strong and worldwide respected computer market, even considering the world financial crisis of 2008/2009, which lasts until today.

Obviously there was no surprise in the great evolution of the Brazilian computer market; but it is difficult to believe that our market would become one of the most respectable ones in the world and one among those with chances of growing much more if directly compared to strong markets such as the US and Europe - even considering that great part of the Brazilian population considers computers and specifically notebooks as luxury goods.

Nowadays we rank number three in personal computer sales in the world after only the United States and China, but ahead of Japan and all European countries. We also rank six as a world power, position we have recently taken from England. Improving the situation even more, renowned world economists believe with optimism that we might easily become the fourth world economy over the next years or even yet in 2012, surpassing Germany and France which rank four and five respectively.

Fortunately Brazil's economy today is in good health despite excessive taxes - and despite the political pessimism of the finance minister Guido Mantega himself - but the country has great credibility with the major world powers. In this chat with Blanco he made clear what the current role of Positivo Informática is in the Brazilian, Latin American and world markets, revealing extremely positive figures.

We rank number three in PCs sales in the world



A bit of history

Positivo Informática was founded in 1989 in the city of Curitiba aiming at meeting the needs of Positivo Group and their clients and partners. In 1994 the Educational Technology Division was created with heavy investments in the R&D area targeting educational software for teaching institutions and final users. The Company gradually became specialized and grew stronger envisaging an educational market where computers were not yet seen as tools to support teaching and learning.

In 2004 Positivo Informática left the shadow of Positivo Group and attacked the retail market with computers developed to meet the needs of the Brazilian consumer market. “The computers came to the market with a unique design, a non-complicated and objective language,

“In the first nine months of 2011, 1.6 million machines were sold under the brands Positivo (Brazil) and Positivo BGH (Argentina)”

showing prices and a payment conditions accessible to all social classes” said Mario Blanco. After nine months in the market the company reached the top in the computer sales ranking in the country.

By the end of 2005 the company started direct-selling computers to large corporations, competing directly with large players in the world market such as Dell, IBM and HP. In 2008 it broadened its portfolio of clients reaching directly small and medium-sized companies with the creation of a new branch of the company, Positivo Empresas.

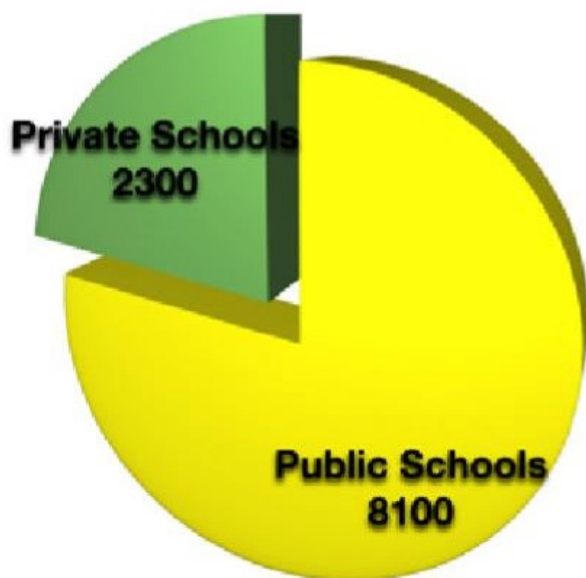
Recently, by the end of 2010, Positivo announced a joint venture with the Argentinian company BGH which originated the Company Informática Fuegoína, the first unit of Positivo Informática outside Brazil and also the first producer of motherboards in Argentina with capacity to produce 30,000 motherboards and 60,000 PCs monthly. Over the last six months Company’s operations reached the pole position in the total market and in the retail market in Argentina.

But what does all that mean? Summarizing, nowadays Positivo Informática is the largest manufacturer and the leader in computer sales in Brazil; ranked 6th in Latin America and 12th in the world in the third quarter of 2011 according to IDC Consulting. It also holds the leadership in the Brazilian market of educational technology reaching more than 8.1

thousand public schools and 2.3 thousand private schools. Projects in the educational area are being commercialized in more than 900 retailers and exports reach 40 countries including France, Spain, the US, England, Japan, China, Saudi Arabia and practically all Latin America.

Positivo Informática currently has more than 9 million computers sold (including desktops, notebooks and netbooks) which are manufactured in three plants located in the cities of Curitiba (PR), Manaus (AM) and Ilhéus (BA) and are commercialized in more than 8.3 thousand points of sales. The company is present in 24 out of the 25 largest retail chains in the country. The revenues reached R\$ 2.6 billion and the sales represented almost 2 million units in 2010, 11.3%

higher than 2009. In the first nine months of 2011, 1.6 million machines were sold under the brands Positivo (Brazil) and Positivo BGH (Argentina). Currently Positivo Informática’s portfolio of products has been renewed with the inclusion of e-readers and e-tablets being added to the renowned desktops, notebooks and netbooks.



Desktops?

One of our greatest doubts was about the market for desktops in Brazil and we were



“One of our greatest doubts was about the market for desktops in Brazil and we were surprised since it showed a tendency contrary to that of the rest of the world market. Desktops still sell more than notebooks in Brazil.”

surprised since it showed a tendency contrary to that of the rest of the world market. Desktops still sell more than notebooks in Brazil. This information refers to 2010, since Positivo Informática did not have the 2011 figures until the closing of this edition. A desktop is the first computer in Brazilian homes, a piece of equipment that will be used by the whole family, while the notebook or the netbook have a more personal appeal.

Firstly social classes A and B were the target market for portable computers, but this scenario has been changing and nowadays C-class consumers, with improved purchasing power, also wish to acquire notebooks. Positivo Informática believes that in the last Christmas season in December 2011 the notebook was one of the greatest wishes among consumers, showing the largest growing trends in sales.

The market and its chunks

In the third quarter between July and September Positivo Informática sold almost 700,000 computers including the brands Positivo and Positivo BCG. Out of these 58.7% were sold in the retail market totaling 410,057 units. The government and education markets represent a large share of 37.5% totaling 262,110 units, while the smaller share was in corporations with 26,389 computers or 3.8% of the market.

On the retail market the company explains: “We manufacture computers for all social classes; but there is a strong relationship with the middle class since 2004, when we started selling in the retail market. PCs for domestic use are mostly acquired through large Brazilian retail chains, the ones responsible for offering credit to the middle class in the country.” states Mario Blanco.

Ypy

Tablets are among the products which sales grew most in Brazil. They came to the market at the beginning of the years 2000 but did not become popular, since they were very similar to a notebook or a netbook. By the end of the decade the tablet became popular in all segments and its acceptance grew stronger with the launching of Apple’s iPad and other models using the Android operating system.

Positivo bet heavily on its tablet, which came to the Brazilian market by the end of 2011. Using Android 2.3 (Ypy 7) as native system it is sold through the global store Android Market and the through an exclusive store of Positivo Informática, showing 100% of local content, appropriate for Brazilian consumers. The store, which is called Mundo Positivo, offers several products such as magazines, newspapers, books, songs, games and more than 300 free apps. The store also works with Positivo’s e-Reader, Alpha. Ypy is sold with more than R\$ 1,000 in embedded content including preinstalled apps, newspapers and magazine subscriptions, songs and videos of Brazilian artists such as Ivete Sangalo and Seu Jorge.

The project was not simple. Positivo Informática has studied consumer and market





“Ypy will have strong competition ahead against companies such as Motorola, Samsung and Apple.”

behavior for two years and has developed a tablet with a Brazilian appeal. In a first step Positivo launched the Ypy 7 model, the simplest one and soon the model Ypy 10 will be launched, more advanced, displaying two cameras. Positivo's market study made clear that the company could offer two different products aiming at different segments in the market.

Ypy will have strong competition ahead against companies such as Motorola, Samsung and Apple - and what about the Chinese? Many people assume that a problem with several different markets is the unfair competition with the entry of Chinese products, often offering prices much lower than those of any other similar product. Positivo Informática does not see it that way: “we believe fair competition is important for technology development. We have always seen competition as an opportunity for improvement and growth” states Blanco.

One of the markets Positivo is trying to reach with its tablet is the retail market, the educational market. “There are rumors about a project regarding tablets at schools, similar to PROUCA (One Computer per Student Program). If this is confirmed we are well prepared and we believe our product will be competitive in the future auctions,” says Blanco.

How to develop for Ypy

Positivo Informática has initiatives in course that attest it has strong commitment to develop a market for content in Portuguese. Soon the company will inaugurate the “Portal do Desenvolvedor Positivo”. “In this portal developers will be able to submit their applications to be distributed via the apps store and will also have available management tools for the management of their applications, such as amount of realized downloads made and effective sales. Those interested in joining the community of developers will be able to exchange experiences and suggest contents after checking the guidelines for the development of apps for Mundo Positivo and Positivo Ypy,” he states.

Those interested should contact us by e-mail to aplicativos@positivo.com.br in order to receive information on how to participate and become a developer of apps for Ypy. ■

“The ACIGAMES and Positivo established a partnership to offer to Brazilian developers the opportunity to create and provide games for the platform Ypy.

More information about the project at www.acigames.com.br”



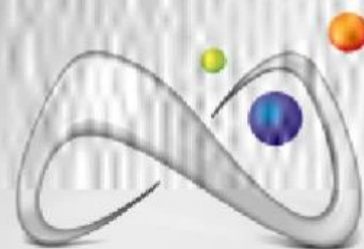
Congratulations to ACIGAMES and Insidecomm
for The ACIGAMES Magazine.
NC Games is honored to be part in this innovative action.

NC Games expands

The largest distributor of entertainment in Latin America began 17 years ago with a great entrepreneur Claudio Macedo. Today the company is differentiated in the market for its strength and continues to invest in structure and constantly growing their business.

In a world market with **expected growth of 8.2% per year until 2015(*)** the NC Games nearly doubles in size every year and is now a successful company.

*Study published by PriceWaterhouseCoopers, entitled Global Entertainment Media Outlook: 2011-2015



NC Games[®]
& entertainment
Interactivity to delight



A company among the best in the world

NC Games is renowned by represent and distribute products from top manufacturers such as Bethesda, Capcom, D3 Publisher, Konami, NAMCO BANDAI, SEGA, Square-Enix, Ubisoft, among others, totaling more than 82% of the world-wide Publishers.

These are successful partnerships that bring the best and biggest news of the market in toys, accessories and the software for video games in all Latin America



Continuous expansion

As a result of strong growth comes the new head office in Brazil, bigger and more modern, in line with trends of this market. From November 16 to Tamboré-Barueri/SP, the head office triples the size and its Distribution Center will have its capacity increased by four times.

In the United States, the new headquarters opened in November will support the expansion to Latin America and other continents.

Fun and great deals

NC Games in continuous expansion attend more than two thousand customers in 6500 points of sales throughout Latin America. This ensures excellent business with the largest and best portfolio of toys, accessories and software for videogames.

Our new address in Brazil:
Av. Aruanã, 280/352
Tamboré - Barueri - SP
CEP 06460-010
Phone: 55 11 4095-3100

Our new address in the USA:
2105 N.W. 115th Avenue
Sweetwater, FL - 33172
USA
Phone: (1 305) 470 4622/471 0996

ncgames.com.br



facebook.com/
ncgamesdistribuidora



@nc_games

THE CHALLENGES OF DUBBING GAMES

BY **THATYANA COSTA**

@thatyanacosta

We only had to show it was possible and it was done. Games that were only offered in the Midi audio format and 2D movements were forgotten in a not so distant past. Of course some disagree with this statement; but even they will have to agree that there is more emotion in playing while listening to some phrases by the character than merely playing listening to a meaningless sound.

Internet started providing fast information. Long, boring texts became old fashioned. Then somebody shouted "Eureka!" The way to evolution would be to bring Hollywood under the control of your joystick. Dubbing professionals became more and more required for this kind of job and definitely the children's toys turned out to be adults' work.

The problem is when they try to determine the exact year in which games started to be dubbed, and then opinions differ; but all those involved in the industry agree that PC games were pioneers in this regard. "I believe Max Payne, which was firstly launched for PC, then for PlayStation and then Xbox in 2001 was one of the first ones" says Cristiano Prazeres, owner of Maximal Studio.

But when I referred to the exchange between the largest movie industry in the world and videogames I left aside some essential piece of information: the glamour, both in status and cash remained limited only to Uncle Sam's country. Countries such as Brazil, which currently presents numbers at least similar if not higher than those of Mexico in game consumption, for instance, could not lag behind in this technological revolution and therefore were forced to keep up, with or without resources.

According to Cristiano Prazeres the greatest difficulty in dubbing a game still goes back to the customers. In his opinion audio producers do not always receive the required material in order to do a perfect job. With piracy many companies send in only the text of their scripts since they fear some leaking of information that might affect the

launching of the game. "In order to do a perfect job they need to send us the original audio and video CGs (whenever possible) that show up during the game. Only then we would be able to perform the dubbing synchronized with the mouth movements and showing the same emotional intensity" explains Cristiano.



Cristiano Prazeres - Maximal Studio Owner

For Igor Zeger, General Director of Zeger Studio, however, when dubbing a game one has to explore deeper the reactions like breathing, laughing, etc., than the speech, since the speeches that work in movies might become tiring and boring in games. "In a game like Legend of Zelda: Skyward Sword you will spend at least fifty hours gaming and will listen to Link losing his breath simultaneously to the beep of his stamina more than to Sam shouting: "Frodo!!!" in the movie The Lord of the rings" he says.

In addition to the problems mentioned above, audio producers in Brazil face much prejudice mainly because game dubbing is an uncharted territory especially in Brazil,

and the developers still do not believe in our potential and end up dubbing abroad and that, according to specialists in the industry, produces a poorer dubbing since the actors from abroad not always have the same quality of our actors/dubbing professionals. It is worth highlighting that Brazilian dubbing in movies and cartoons is ranked among the best in the world. "One can only compare our style of dubbing and production volume to those of Italy and Mexico" comments Nelson Machado, actor and dubbing professional of artists such as Robin Williams, Roberto Begnini and the character Kiko of the series "Chaves".



Nelson Machado - Actor and Dubber

THE MARKET

Despite being considered a benchmark in the market and having conquered its place on it, when we talk about game dubbing the country is still taking its first steps. In other countries many companies create original voices for the characters in parallel with the development of the game, the so-called Voice Concept. As all the production process happens simultaneously, all departments, of course, must communicate and naturally that results in perfect dubbing and interpretations as well as in movie-like narratives.

In our country, despite some improvement the growth in the number of studios that offer this kind of service is still not as strong as it should be. The local creation of games is still very expensive and not much supported by sponsors. That results in a very small, nearly inexistent production compared to the foreign market.

Besides, according to Igor Zeger the national developers themselves must also value more the audio in their games and they need to hire specialized producers to take care of the speeches, sound design and soundtracks. "As George Lucas said, an audiovisual production is composed by 50% of video and 50% of audio. So think hard, balance your budgets and do not leave only 5% for audio" adds Igor.

QUALITY CONTROL

As in the movies, Brazil's public opinion is divided when we talk about game dubbing. A great part of the population shows prejudice in this regard, mainly in the games area. Cristiano Prazeres mentions that the quality of the local dubbing and that of the original audio (the dubbing is done abroad) lead the list of complaints. "Then I ask: but what is the character's true voice since the character itself is fictional, virtual? Game characters do not have a natural voice; their voices belong to actors and the same will happen in Portuguese. I agree that some voices become strongly associated to certain characters; whenever there is a good dubbing direction and a good casting of dubbing professionals we might get close to the same tone of voice or get sometimes a tone even better than the original one for certain characters" emphasizes Cristiano.

In regard to quality, in the year of 2011 the Brazilian dubbing of the game *Uncharted 3: Drake's Deception* created by Naughty Dog caused great controversy among its fans. According to Igor it is difficult to criticize the failures highlighted by the fans, such as synchronization of dubbing and subtitles, lack of emotion in the characters' speeches and the quality of the translation. According to him, when we talk about an artistic work there is neither right nor wrong; there are different points of view: "There are theatrical





dubbing directors, who seek the actor's interpretation as a priority and leave aside Lyp Sync; on the other hand there are others who are absolutely technical and nevertheless present a fantastic final work! This specific work was produced by a company whose philosophy is unfamiliar to me and as far as I know it is a foreign company. I do not feel comfortable in criticizing unfamiliar methods and so all I can say is that I would do it differently", he says.

According to Nelson Machado (a very famous Brazilian movie dubber) the lack of engagement by the developers might be characterized as one of the main barriers to the success of a Dubbing Director's work. "If the Director wants to do a good job in dubbing movies he has to go home, sit down and watch the movie. He must understand the truth in each scene and each intention being portrayed. This kind of situation is rather improbable in the case of dubbing games, unless the Director took the game home and played it over and over for months to be able to analyze all possibilities. Whoever created the product knows that and the creator should at least participate in the process." he wraps up.

Summarizing this article, the history of this article, some questions still remain unanswered in a clear and objective way. Is the lack of credibility of our products in the foreign market directly linked to the lack of local financial incentive which would significantly interfere in the final product? Generally speaking the concept of financial investment - either private or governmental - is linked to the acceptance and/or the revenues produced by the consumption of the product itself. Then, what should be done with that portion of consumers who still prefers to buy games in the original language abroad and therefore send us back to the beginning of this chain? ■

Understanding step by step

Game dubbing is a long process and requires some artistic care. The producer receives the script (divided into small extracts) and some more material about the characters such as pictures and psychological description, among others. In case the script was sent in its original language it is sent to a translator. After that the producer reviews the text, considering that sometimes the translation brings words that are not necessary to the understanding of the game. One also has to pay attention to literal translations which usually get out of the context.

After this initial step, the casting of dubbing professionals is chosen to record the voices. This is the role of the Dubbing Director. Together producer and director decide which voices match the original ones and after this choice the next step is to start recording. Each speech is recorded several times until the artistic results gets close to the original emotions. This last step is a long one and might take weeks depending on the length of the speech required by the game.

The main difference is that in the movies the whole dubbing team has the complete work available, while in the games usually the team does not have access to the videos of all scenes and therefore there is not much control over the lyp-sync (lips matching) of the characters. In this case the dubbing is completely based on the original audio which will be synchronized with the video in the postproduction step. Usually the professional in charge of this step is not familiar with our language and therefore mismatches happen.

In the United States there has been much investment in hiring famous artists to provide voices and as a consequence they imprint their voices in the games' characters.

Kiefer Sutherland interpreted Jack Bauer in 24 H (2001 – 2010). Main dubbing work: Corporal Roebuck in Call of Duty: World at War (2008)

Michael Madsen interpreted Mr. Blonde in Reservoir Dogs (1992). Main dubbing work: Toni Cipriani in Grand Theft Auto III (2001)

Michelle Rodriguez interpreted Trudy Chacon in Avatar (2009). Main dubbing work: Carlita in Driver 3 (2004)

Samuel L. Jackson interpreted Jules Winnfield in Pulp Fiction (1994). Main dubbing work: Officer Frank Tenpenny in GTA San Andreas (2004)

Gary Oldman interpreted Count Dracula in Bram Stoker's Dracula (1992). Main dubbing work: Sgt. Reznov in Call Of Duty: World at War (2008) and Call of Duty: Black Ops (2010)

Danny Trejo interpreted Machete Cortez in Machete (2010). Main dubbing work: Raul the Ghoul in Fallout: New Vegas (2010)

Mark Hamill interpreted Luke Skywalker in the Star Wars Trilogy (1977 – 1983). Main dubbing work: the Joker in Batman: Arkham Asylum (2009) and Batman: Arkham City (2011)

THE LACK OF GAMES IN THE BRAZILIAN APP STORE

BY LUIZ FERRAREZI

@lferrarezi



Available on the App Store

Launching games in Brazil is something very interesting from a commercial standpoint. We have a very expressive universe of gamers present in several platforms and this translates into a potential market which has awakened interest of great brands currently in the game industry such as Sony, Microsoft, Nintendo and also several developing companies which constantly visit us or even have already set offices in Brazil.

Among important platforms we already have officially present in Brazil, iPhone and iPad, which allows not only their utilization as productivity tools but also as diversion ones offering amusement and consumption content - but in a limited way, since we do not have at the Apple applications shop, the App Store, a games category.

This is explained by the requirements of the Brazilian legislation in force, which requires from any shops - either physical or virtual - which intend to sell games in the country the adjustment to the Ministerial Order No. 1100 of the Justice Ministry issued on July 26.

This is due to the Statute of the Child and the Adolescent, which requires all electronic games to be analyzed by the staff of the Department of Justice, Rating, Titles and Qualification (Dejus) in order to receive the indicative rating stamp. Such stamp is issued after the analysis of the content of the game, where basically violence, sex or drugs content are taken into consideration. According to the recurrence of this type of scenes the most appropriate rating for the game is set.

The rating process starts by the sending of a synopsis of the game and a video (30 minutes minimum) of the game being played, in order to demonstrate its proposal clearly.

Dejus's analysts might require more information on the content or even play the game themselves until the rating is established. This process is not at all fast, since it takes them around twenty working days to determine the rating.

This kind of requirement of indicative rating is not mandatory only in Brazil. In the USA, for instance, the rating is determined by the ESRB (Entertainment Software Rating Board), and as in Brazil no company is exempted of going through the rating process.

Generally speaking the great obstacle seems to be that according to Dejus Apple's own indicative rating table, which was intended to be applied in Brazil, is not according to the Brazilian current legislation. According to information obtained from iTunes Store, the applications are rated according to four age groups only.

Until the closing of this article there was no statement whatsoever by Apple indicating the release of games for the App Store in Brazil; but this has not been a problem for Brazilian users of foreign Apple accounts from Argentina or even the US to buy their favorite games. ■

Apple's Rating System

4+ CONTAIN NO OBJECTIONABLE MATERIAL

9+ MAY CONTAIN MILD OR INFREQUENT OCCURRENCES OF CARTOON, FANTASY OR REALISTIC VIOLENCE, AND INFREQUENT OR MILD MATURE, SUGGESTIVE, OR HORROR-THEMED CONTENT

12+ MAY ALSO CONTAIN INFREQUENT MILD LANGUAGE, FREQUENT OR INTENSE CARTOON, FANTASY OR REALISTIC VIOLENCE, AND MILD OR INFREQUENT MATURE OR SUGGESTIVE THEMES, AND SIMULATED GAMBLING

17+ MAY ALSO CONTAIN FREQUENT AND INTENSE OFFENSIVE LANGUAGE; FREQUENT AND INTENSE CARTOON, FANTASY, OR REALISTIC VIOLENCE; AND FREQUENT AND INTENSE MATURE, HORROR, AND SUGGESTIVE THEMES; PLUS SEXUAL CONTENT, NUDITY, ALCOHOL, TOBACCO, AND DRUGS



BY LUIZ FERRAREZI
@lferrarezi

The game development Brazilian industry is becoming more and more professional and showing that developers are mature enough to start producing in an environment where the lack of investment, the prejudice and the people management are among the main problems that prevent companies to grow.



A CIGAMES magazine talked with Adrian Laubisch, a professional graduated in Computer Sciences from the Fluminense Federal University (UFF, in Portuguese) and to whom the e-gaming field has always been attractive and interesting. Still at university he had the opportunity to be a member of the Computer Jr Company Infomarka where he formed his first group and had a first contact with clients and the complex administrative structure.

After formalizing the company he left to the Company Incubator from UFF gathering more experience and getting space to start a second company, the Information Technology (TI, in Portuguese). Today Laubisch is responsible for Aiyra, a developer based in Rio da Janeiro in the market for 6 years, thirteen employees and a group of associates who makes money only from eletronic games projects.



“One of the most striking difficulties is the prejudice against national products, the barriers created by companies concerning the use of games as real tools, high taxes and the developer’s lack of experience in business that most of times end up being of mainly technical knowledge.”

ACIGAMES - What was the hardest part when you started the company?

Adrian Laubish - Something more usual than hard in the beginning is the lack of money. I agree it is a major barrier but I believe that funds, physical space and infrastructure can be avoided with hard work. I am used to saying that the hardest thing in any project is people management. From the moment you make people trust you and your company ideals, what is left is really hard work especially in a warmed market as the Information Technology one.

ACIGAMES - What kind of difficulties do the developers face in Brazil?

Adrian Laubish - In addition to the intra-firm ones mentioned above I should say the market difficulties, obviously. One of the most striking difficulties is the prejudice against national products, the barriers created by companies concerning the use of games as real tools, high taxes and the developer’s lack of experience in business that most of times end up being of mainly technical knowledge.

ACIGAMES - Does the certification process to distribution of a title in the main available online platforms help or make the work of the developer difficult? Why? What can be changed?

Adrian Laubish - I believe it helps a lot especially because it incites the formality of the processes. The benefits of being a certificated Microsoft or Apple developer, for example, are great and allow them access to exclusive development kits. Sometimes this process is very bureaucratic and so when we count on the support and consulting service from excellent initiatives as ACIGAMES it is a very relevant differential.

ACIGAMES - What has changed after becoming an Acigames affiliate?

Adrian Laubish - There are countless advantages but the most relevant ones are the excellent commercial contacts you can get through the association that works as a “bridge” generating opportunities that had previously been inaccessible; another interesting advantage is the “choir” of developers in a central and strong organ which allows us a vision of the improvements and a right direction to move on and also the possibility of being active in these processes.

ACIGAMES - How many games has Aiyra developed and are they already available in the market?

Adrian Laubish - Our most recent title is “Remind”, the official game of Brazil Game Show (the biggest game show in Latin America). The Facebook game was a great success of public and critics. We are still working on it and new developments are yet to come. We also released “Plantares”, a very amusing puzzle developed by us which is a re-interpretation of the game “Senha” (Password). Our first java game for cell phone, the “StarTriad” won many awards and is now open source. We have just finished the advergence of a huge international brand for Facebook but it is still in publishing process and so we cannot disclose any additional information at the moment. For consoles we have our great title “Projeto Guardiã” (Guardian



“It is very hard to determine an average time. We have already had projects that took us a few months while others took us years.”

Project) exclusive for Xbox 360 which is in its final process of development. We have also developed a series of serious and educational web games to several clients.

ACIGAMES - Os jogos desenvolvidos pela Aiyra já estão dando o retorno financeiro planejado?

Adrian Maubish - A Aiyra possui um perfil atual muito focado em serviços, e temos tido clientes excelentes que são grandes parceiros na produção de títulos de qualidade e divertidos. Agradeço muito ao destino e aos meus profissionais, por estarmos conseguindo projetos que tem permitido custear a empresa com eficiência, possibilitando fazer aquilo que amamos fazer.

ACIGAMES - Who is the target public of Ayira?

Adrian Laubish - We are an eclectic company and rely on professionals focused on research in different kinds of markets. Our products and services are aimed to a broad public such as women, children, technophiles, hardcore gamers and others. We can adapt to the project and deliver a product of excellent quality whatever its target public may be.

ACIGAMES - How long does it take in average to develop a title?

Adrian Laubish - It is very hard to determine an average time. We have already had projects that took us a few months while others took us years. It can be said that the variables that matter here are funds, number of professionals involved in the process and knowledge of the tools among others.

ACIGAMES - As an experienced developer, what advice do you give for the beginners?

Adrian Laubish - There are four things that work for me: learning how to manage people and how to sell your product, focusing on viable commercial products and services and loving your business.

ACIGAMES - Is it easy to find skilled workforce in Brazil? Why?

Adrian Laubish - I could say that technically Brazil is an excellent workforce provider. We have fantastic educational institutions that are recognized worldwide in several areas of game research. The only point considered weak in Brazil is the lack of experience in business that causes no real harm but deserves some attention.

ACIGAMES - What do you think about the quality of the games developed in Brazil?

Adrian Laubish - Its constant growth is remarkable and many Brazilian games are already receiving international recognition. More and more the national developers have started to respect themselves as an industry and to behave as such, and that is excellent to create quality products. We have the potential to generate as creative and beautiful games as any other



Producing the game is not enough, you have to sell it.

country in the world, maybe even more. We just have to want it.

ACIGAMES - What is necessary to increase the e-games development market in Brazil?

Adrian Laubish - I think four things are necessary. I call them "The Fantastic Four" and they are: policies conducive to the reduction of taxes to the sector; specific edicts to inject money in innovative projects; awareness campaigns about the quality of our products and the evils of piracy; and professional business training through public contests and public notices. Producing the game is not enough, you have to sell it. I know it seems too much but if we aim at this quartet we can have a good result.

ACIGAMES - How do you raise funds to release a new product?

Adrian Laubish - It varies a lot. It may be a commercial contract with a client who wants to hire and pay us to develop something to him, it may be the investment of a company to develop a product in which it believes in or we may even raise funds with investors through a good business model.

ACIGAMES - What are the easiest and the most difficult platforms to develop a game? Why?

Adrian Laubish - Currently, I believe that the simplest is Facebook, once it is a free and worldwide platform and all you need is to know web technology. The consoles are the most difficult platform to develop for because they require a higher technical level and also due to the difficulty in getting the development kit along with the high costs of publishing.

ACIGAMES - How is the profit sharing between the developer and the distributor done?

Adrian Laubish - The market changed a lot on that front lately, providing more incentives to the developer. As an example, Apple adopts the model 70% to the developer and 30% to the distributor. Of course it varies a lot depending on the physical distribution of the games - which is much more complex - but the model adopted by Apple is widespread in digital markets. ■





INSIDECOMM
ASSESSORIA & COMUNICAÇÃO

KNOWING HOW TO ADDRESS YOU TARGET PUBLIC CONVEYS
CREDIBILITY TO YOUR COMPANY AND
HIGHLIGHTS ITS IMPORTANCE IN THE MARKET

PRESS RELATIONS

CONSULTANCY IN SOCIAL MEDIA

ADVERTISING AND DESIGN

DIGITAL PUBLISHING

WE ARE SPECIALIZED IN THE VIDEOGAME MARKET

WWW.INSIDECOMM.COM.BR

CONTATO@INSIDECOMM.COM.BR

AIOMI - ASSOCIAZIONE ITALIANA OPERE MULTIMEDIALI INTERATIVE

BY RODRIGO TADEU
@rodrigotadeu_



The AIOMI (Associazione Italiana Opere Multimediali Interattive), an independent Italian association set up to promote, disclose and preserve the culture of electronic games, has been struggling to aggregate more entities throughout Europe and to awaken the public opinion as a whole to the cultural value of games. It also combats piracy in the country. The current challenge of the Association is to make clear to companies and institutions in general the cultural value of the games, inviting the Government itself to acknowledge the games as cultural expression and therefore reinforce this understanding throughout society.

With headquarters in Rome, the Association is led by Executive Director and Founder Marco Accordi Rickards, who claims to be the creator of the expression “the conscious gamer”, which stands as a pillar of the Association.

“The conscious gamer” is defined as the one who makes a passionate, intelligent and well-informed use of the electronic games. The last event of the IVDC (Italian Videogame Developers Conference), the official event for Italian developers, happened in December at the Tor Vergata University in Rome and was visited by Moacyr Alvez Júnior, President of ACIGAMES, who has made a presentation on electronic games and piracy.

At the moment the Association works side-by-side with the Italian University to make videogames part of the academic environment. ■



SUPPORT TO GAME DEVELOPERS

BY KAO TOKIO
@cyberkao

Game is not merely children play – it has never been. Whoever knows the history of this kind of media knows that its first developments started in the academic environment. After that there was a short interval associated to children and then the game returned to its origin but at this time as a discipline to a new wave of collaborators which is coming up learning concepts, techniques and developing innovative parameters of digital entertainment for emerging technologies.

“FATEC Carapicuíba”, located at great São Paulo, stands in the forefront of this movement performing a consistent teaching work transmitting knowledge through the course of “Development of Digital Games” by Professor Álvaro Gabriele, who particularly cares about videogames and deeply understands the educational role of this language.

ACIGAMES Magazine had the opportunity of interviewing Professor Gabriele and getting to know better his meritorious work in forming professionals for the market which presents the most consistent growth and highest remuneration worldwide: game design.

Graduated in Communication and specialist in Visual Creation and Multimedia, Master in Education, Art and History of Culture, Professor Gabriele comments humorously that his learning happened in fact in the 90's. Nowadays he teaches in the games area the games discipline and coordinates FATEC Carapicuíba's course in Games Development.

In Professor Gabriele's opinion the educational activity is not restricted to the academic area since games play an important role spreading culture and learning. “It is absolutely possible to learn through games. There is a Chinese saying that goes: “When you hear, you forget; when you see, you understand and when you do, you learn.”



he quotes. He emphasizes the fact that several scientific studies have already corroborated that connectivity, participation and interactivity are more and more being shaped by the access to new technologies and due to the concepts of participation and collectivity, which are more and more inherent to digital games. “Games are the perfect tools for this new way of learning, especially due to the fact that they not only present some social dynamics but also because they are capable of offering all these stimuli” he mentions.

Professor Gabriele believes there will be plenty of opportunities for new professional to enter the market over the next years mainly as a consequence of what he calls gamification of our daily activities and corporate processes, besides the vigorous growth of social games as can be observed on Facebook and other digital networks.

Despite the high level of quality that FATEC and



other courses try to embed in the educational process, Prof. Gabriele notices a certain disappointment by games students not related to the content itself, but to the market for the creation of digital games. “Everyone enrolls on a game course believing they will start on either with the next version of GTA or the continuation of God of War or Modern Warfare – but that is impossible”, he states.

According to him, besides the specialization process in the development of games only the experience acquired over the course of many years and the support of state-of-the-art technology allow that. “Much patience is needed and it is necessary to start from the basic concepts”.

In this way it is relieving to know that the market indicates some warming-up of more casual games deriving from the new lines of mobile gadgets such as smartphones and tablets and so those interested in joining this market shall find many more development opportunities and innovation possibilities in the creation of ideas in the games arena. “I believe we are living an outstanding moment in the game market in Brazil and the tendency indicates improvement”, he emphasizes, pointing to the fact that “the so-called BRIC countries – Brazil, Russia, India and China – are calling the world’s attention to their actions, especially with regards to innovation and technology”, he says.

Going back to education he mentions the difficulty in finding in Brazil courses specifically aimed at the market pointing to the fact that the segment is brand new and there is no local qualified literature, since there are few Professors active in the industry. There is also a lack of infrastructure such as laboratories and equipment directed to more profound media research due to the size of investment required. “There are signs of improvement especially because the Government seems to be more aware to the social, economic and cultural opportunities the segment has to offer”.

In Prof. Gabriele’s opinion the maturity of the games as national products and broadly-known educational resources will come up associated to the awareness of the gamer community in relation to the troublesome issue of piracy and in parallel to the success of the efforts aiming at reducing taxes associated to games. “The games have already

established cultural standards in previous decades and I am sure they will play an essential role in the development of the so-called ubiculture (smartphones; tablets; on-board computers; notebooks; digital cameras and other resources which enable users to communicate at any place and any time)” he affirms.

Professor Gabriele provides some tips to those who intend to effectively start developing digital games: “developing games is fun; but as any other profession it demands seriousness”. He also states that it is important to remain open-minded to acknowledge our own limitations and possible mistakes: “try to learn about what might work well or badly with those who are already in the market

“I believe we are living an outstanding moment in the game market in Brazil and the tendency indicates improvement”

and, most importantly, in the gaming area it is paramount to realize that nobody works alone; therefore try to keep good connections, a network of dependable colleagues willing to implement good ideas” he adds.

Prof. Gabriele goes beyond and observes that it is necessary to remain well informed and connected, showing own works via blog, vlog, or twitter. It is also important to develop a portfolio of independent production (college works, games developed for practice in free hours), since it will be useful by the time of the first interviews.

Wrapping up the master teaches the fundamental lessons for newcomers to materialize their chances of setting off successfully in the area: “having good ideas is not enough; for them to become mature it is necessary to share them and especially to act courageously in executing them – even if they are not yet fully developed.” Do not fear making mistakes - in fact this is the moment for them to happen – and do not feel ashamed of not producing a next gen game. Learning is fundamental, playing games is fundamental; but one only learns to develop games by doing it”. ■



"Lights also glimmered in the winehouses and the brothels, but very few people walked the streets. It had been seven years since the then twenty-year-old Lorenzo de' Medici had been elected to the leadership of the city, bringing with him at least a sense of order and calm to the intense rivalry between the leading international banking and merchant families who had made Florence one of the wealthiest cities in the world."

(Excerpt from the book Assassin's Creed Renaissance)

GAME VERSUS LITERATURE

RODRIGO TADEU

@rodrigotadeu_

The convergence between different entertain medias is something that the electronic games market is still discovering, but already gets excited with the countless opportunities, and it is easy to find out the reason: launch a cd with games' soundtracks, a serie of action figures with the characters, movies or TV series, everything related to the franchise helps to promote the product and to enrich the producer and its partners.

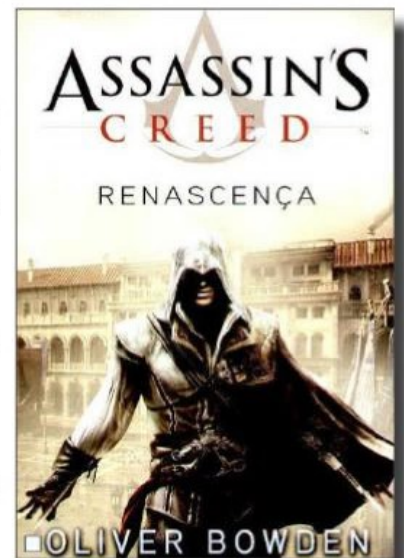
A romance based on a video-game, however, is still something very uncommon. Literature is still few associated to the gamer culture compared to other medias – and a quick study shows that the bigger part of the books based on games is about science fiction or about children's games.

The book Assassin's Creed Renaissance (in Brazil Assassin's Creed Renascença from Editora Galera Record publishing house, 375 pages, Ana Carolina Mesquita translation, R\$ 32,90), romance based on the popular series, indicates that this scenario begins to change.

The book intends to fill in the blanks, expand and give a touch of legitimacy to the universe of the game Assassin's Creed from Ubisoft. Combined with the many short films already launched by the franchise, projects like these can well be the peak of the iceberg to future entrances related through different Medias.

Based on the game Assassin's Creed 2 launched in 2009, Renaissance narrates the search for revenge of a young man – an epic story of power, revenge and conspiracy.

The edition sold in Brazil is a recommended reading to all game lovers and also to those that don't exempt a good reading, which refers a lot to Dan Brown's books. ■





WIZARD

Language school



8 LANGUAGES

SPEAK SINCE THE FIRST CLASS

LEADERSHIP TECHNIQUES

INNOVATIVE METHOD WITH FOCUS ON RESULTS

TOEIC CERTIFICATE

ENGLISH COURSE IN BRAILLE

OWN TV CHANNEL

*"TO GIVE AN UPGRADE IN YOUR CAREER, TO LEARN
HOW TO SPEAK UPGRADE CORRECTLY HELPS A LOT."*

WWW.WIZARDGRANJAVIANA.COM.BR

GRANJA VIANA: (11) 4612-4147 - COTIA CENTRO: (11) 4243-4342 - SÃO PAULO 2: (11) 4617-3631

PITFALL!

THE

FROM PITFALL TO UNCHARTED

The evolution that passionate more and more players

FROM PITFALL TO UNCHARTED

KNOW THE EVOLUTION THAT ATTRACTS MORE AND MORE PLAYERS AND TRANSFORMS THE GAME INDUSTRY INTO THE MOST PROFITABLE MARKET IN THE WORLD.

BY **ADRIANO COSTA**

People in their 30s know and once played the famous and exciting game Pitfall, classic Atari console from Activision. The game has a very detailed idea that revolutionized the market and called everybody's attention around the 80's when the primitive Atari ruled the industry.

Those who played the unforgettable adventures of the character Harry would never think that one day Pitfall could be an example and inspiration to a push forward in the evolution of games and would still be used today, almost thirty years later.

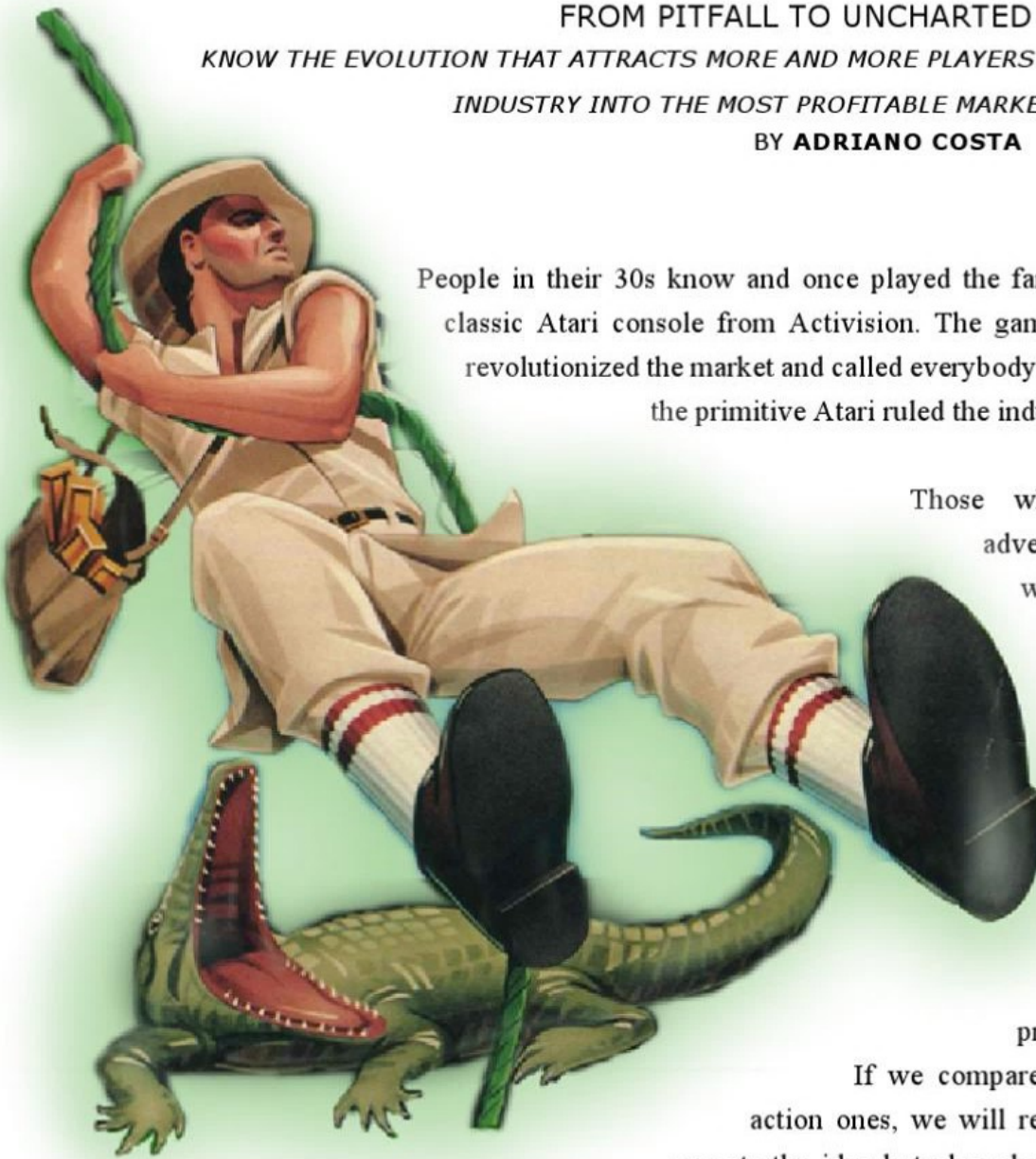
The video game history does not lie and all it takes is a single look at the game production timeline to verify that.

If we compare it to some games, mainly the action ones, we will realize that the industry not only repeats the idea but also pleases us with their evolution and until today, when we have the seventh generation of action video games,

Pitfall is continuously remembered and seems to be eternal in our minds. Is the previous statement good or bad?

We can analyze it both ways. It is good for us, 30 year-old-players, who can appreciate and witness its evolution since it was created. The bad side is the constant repetition of previous formulas, a big mistake made by the industry that keeps hammering on the idea of some established genres, which can lead them to a recession as the one that happened in 1984 when the consumers changed their interest from consoles to PCs.

Not to mention that with lack of interest of the public some companies with no relation to the videogame world almost ruined the console platform when, in a desperate effort to recover the market, they created promo games to publicize their brands - an effort that made them look ridiculous. But thanks to Nintendo, the NES ruled and ignited the success and initiated the big game revolution around the world.





Technological evolution

Is Uncharted a new and futuristic Pitfall? Thankfully, all is not lost. The industry can rely on good and excellent games, those we kept in our memories for years and deserve to be played for a long time.

When we talk about evolution the rich game market today shows amazing technological advances in a short period of time. This is the case of the Uncharted franchise from Naughty Dog Productions whose three very distinct games are already available in Brazil. The evolution is clear and as the player advances levels he can realize the technology used to make him feel like he is playing a movie. Is that the next step in addicting video games?

That is the big question and nobody can say how the game market will be in the next 30 years. Would Uncharted be the next Pitfall? This is an interesting question when we compare both games. In a few years Uncharted may be quoted as the game that advanced the industry to a new level and

became reference to the new platform games (PlayStation 4, Xbox 720 and Wii U). If this matter depends on the creative minds behind it and on market expectations I hope I am alive to witness the next console generations, so in a near future I can write about an advanced title inspired on Sony Uncharted and confirm everything said in this article. I would certainly be very proud.

When we talk about evolution the rich game market today shows amazing technological advances in a short period of time.



From Sprites to the Third Dimension

When Pitfall was first developed we had no idea that one day the games would get where they are today with high-definition images, graphic engines that show all Sony, Microsoft and Nintendo devices potential. A single detail may make the whole difference concerning evolution: 3D. David Crane, the creator of Pitfall, would be proud if he could see a new version of his game with all these technological improvements or, even better, if he could play Uncharted so that he would be able to attest the technological advances through time.

One of the most obvious curiosities that shows the evolution of gaming is the time taken to develop Pitfall and Uncharted. Thirty years ago Crane took a blank sheet of paper and drew a stick figure in the center running through a path with some trees around to exemplify a jungle. Then he thought: "Why is he running?" After he drew some treasures to be collected, enemies to be avoided and so Pitfall was born and, believe it or not, this process took

only ten minutes. It was probably the quickest idea in the history of games. Well, ten minutes and then one thousand developing hours (around forty-two days) later the title was complete - unlike what happened with Uncharted, which development process took two years, even counting on so many technological improvements and on the high number of people involved in it. It was something like a movie production.

As Uncharted, Pitfall also had some sequels but nothing resembling the spark of the first adventure. Other games inspired by the same source such as Tomb Raider with the explorer and treasure hunter Lara Croft (a female Harry) were created to honor the Pitfall character.

One of the most obvious curiosities that shows the evolution of gaming is the time taken to develop Pitfall and Uncharted.

Any Resemblance is Purely Coincidental

If you are one of those players who does not care about fads and wants to play something amusing you are offered few choices today. It is common to find always the same old formulas with the same stories and repetitive mechanical configuration especially on Sony and Microsoft consoles (respectively PlayStation and Xbox). As an example we can mention the most successful games in 2011. First-person and third-person shooter video game series franchises such as Call of Duty, Battlefield, Gears of War, God of War e Halo (nothing to do except walking, running, hiding and shooting) dispute the market hegemony.

On the other hand some people categorically state that when it comes to fun Wii is the best console. I cannot deny it once the Nintendo console brings classic franchises that helped the market begin functioning normally after the dark era of console. The Japanese company still hits the jackpot with Mario, Links, Pokemon, Donkey Kong and others but the ideas are always the same old ones, repeating a formula that has always worked. Why change something that works?

Is it my impression or we are walking in circles? Where is that evolution mentioned in the beginning of the article? After all it has been twenty-six years from 1985 to now.

Well, things will always be the same and a few games will stand out due to any evolution in its contexts and ideas, something rare in 2011.

The games industry needs some innovation. The constant repetition punishes the players and, as an addict player myself, I miss intelligent games even if they had poor graphics or no light effects and many times clicks and beeping as sounds - they were really amusing.

Nowadays the online games are more profitable to the companies than the games that follow a story, but they forget that lots of players still prefer a solo adventure than multiplayer matches or joining someone else to play a co-op game. I do not mean they are bad, but the focus has changed too much when the games are online and lead the industry to the grasp of internet.

I am still tirelessly looking for some game, a game that can entertain me as the unforgettable Zelda: A Link to the Past (Super Nintendo) did or even as scary as Resident Evil, which made me stay put in front of the TV for six months till I finished it. I can affirm that with these two titles I have lived a time when games were really fascinating. Does anybody out there know a game with such qualities? ■



Playing and Learning

ROCKSMITH
is not only a great game,
is a learning tool with an
excellent presentation.

**A THE HEGEMONY OF MUSIC
SIMULATORS ENDS HERE**



THE HEGEMONY OF MUSIC SIMULATORS ENDS HERE

BY ADRIANO COSTA



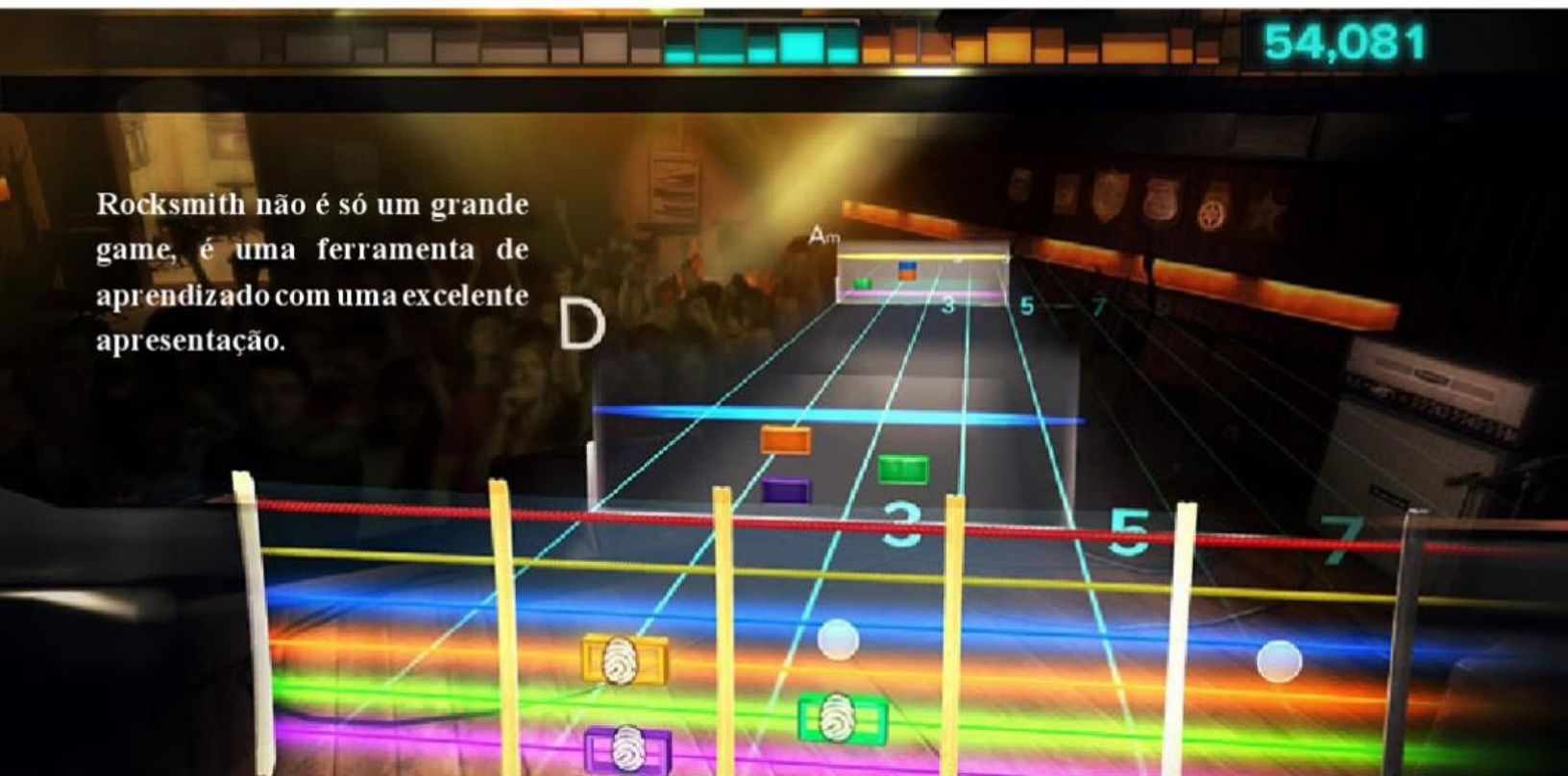
Rocksmith is here to entertain and teach with an attractive and intuitive mechanical configuration for those who can or cannot play the guitar

Since Guitar Hero and Rockband were released the world of game music has never been the same until the advent of the newest world fever, Rocksmith. The new Ubisoft title promised an innovative mechanical configuration and had an ambitious purpose: teach how to play a real guitar on PlayStation 3 and Xbox 360. Curiosity arose among the fanatic players when the game was announced once that Ubisoft decided to challenge the hegemony of the simulators intending to threaten the success of the games that merely simulates musical notes.

How Ubisoft would manage to teach how to play a real instrument, balance the options, keep the player's interest and, above all, entertain them no one could tell precisely because the company did not offer a single hint about the game during its development. We all knew it would not be easy to the Company after all, Rocksmith needed a plus so that the future rock star would not let go of his videogame.

As soon as we received the game we satisfied our curiosity and mitigated some bad impression we had. Rocksmith may be considered a new benchmark among music simulators. The only point in common of Ubisoft's game and Guitar Hero and Rock Band is Rock'n Roll!

Behaviour



Innovative Game

Rocksmith cannot be considered a music teaching game, but the concept cannot be forgotten since the game is a great teaching tool and might bring about excellent results for beginners if in partnership with someone more experienced on it – but we are not talking about a professional musician. The game itself through its tutorials will guide you by the stepping stones and you will be able to play easily. All you need is to get your own guitar, plug it on the game and play. Some tips from someone who has been on the road a bit longer will help.

Rocksmith is also recommended to the most experienced players in the musical world since it offers interesting and complex options, such as setting up your own gig, configuring an amplifier, distortion pedal and special effects.

For the first-time rockers the competent game becomes funny and intuitive as soon as you hit the first notes. You can immediately grasp the aim of Rocksmith and thanks to its simple menus it is easy to tune up the guitar in an intuitive and fast way.

The game applies colors to each string in order to speed up the learning process. The title is very similar to Guitar Hero and the learning process is gradual and simple. As the strings get colored the player hits the respective frets and starts strumming. It may be a little complicated to the beginners at first, but it will become easier after some training. As the game is intuitive enough to determine player's level or "wavelength", every time the player hits the correct sequence of notes the game itself adds more difficulties during the song to test the strums and the agility of the players.

Besides the pleasure of playing and learning, Rocksmith brings also explaining videos that encourage the player to learn. These video classes are essential for those who want to have a good performance through the concerts. They are really worth the cost.

Despite the impeccable presentation, there are not enough menus and information is confusing, which may become



Behaviour

an issue to Brazilian players once the game and the video classes are in English - but this is not a reason to set Rocksmith aside. Its simple mechanical configuration teaches any kind of user; just follow the colors and the numbers that appear on your screen.

Some numbered stickers come with the game and the player can place them onto the frets of the guitar as it will be demonstrated step-by-step on the opening screen of the game. The idea is the same as in Guitar Hero and Rock Band, where the player hits the right strings then strums to attain points. Once the notes intersect with the fingerboard, you should be able to pluck the string.

Classic Set List

After some minutes playing Rocksmith the players will get used to it and if they still have any doubts they can always watch some video classes and train to become rock stars.

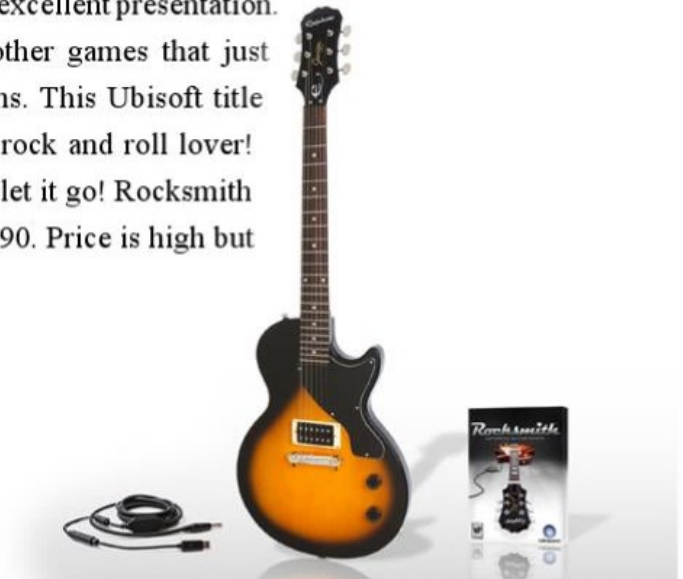
To the lovers of pure and classic rock and roll the set list is not one of the most comprehensive of its kind but we can find more than fifty tracks with the best of rock and roll. The Strokes, Lenny Kravitz, Radiohead, Nirvana, Rolling Stones, The Cure, Stone Temple Pilots, David Bowie, Incubus, Velvet Revolver, Lynyrd Skynyrd, Queens of Stone Age, Soundgarden, Eric Clapton, The White Stripes, Blur, Cream, Franz Ferdinand and so on. The covers of the albums can also be seen and used to illustrate each of them included in the game.

Before starting his career the future rock star can choose any song to train before the concert. The Journey mode initiates the career and its aim is to play correctly, perform well and attain enough points to qualify the player to move to the next set. Levels of difficulty will be also available and guarantee a big challenge even to those who are used to playing a guitar.

Ubisoft thought it all. As the player attains points through his rock star career he will be able to unlock new guitar models, amplifiers, distortion pedals, effects and much more. With this it is possible to set up your own stage, totally customized to make your concert unforgettable.

And when you think the fun is over, Rocksmith provides extra challenges to raise your level with the Guitarcade, a series of mini-games that will challenge the player to use the skills learned to add points to his musical curriculum and unblock medals and new items.

Finally, Rocksmith is not only a game but a learning tool with an excellent presentation. Its mechanical configuration really works and leaves behind all other games that just simulate notes and the player does nothing but press colored buttons. This Ubisoft title will transform you in a rock star and at the same time make you a rock and roll lover! Playing the guitar has never been so easy. Try Rocksmith and never let it go! Rocksmith is available in Brazil for PlayStation 3, Xbox 360 and costs R\$ 279, 90. Price is high but worth it! ■



VIDEOGAMES ARE ALLIED TO A HEALTHY LIFE

BY RODRIGO TADEU
@rodrigotadeu_



(Kids Playing Wii - Foto de Divulgação)

Our health is a very serious issue. In a relatively short period videogames became a valuable partner in this cause. They are now being used as powerful tools in the cause of preserving welfare, they help in the healing of several diseases and in the training of professionals for medical emergencies.

The game Wii Fit for Nintendo uses a balance board with sensors which enables users to perform aerobic exercises, improve motor coordination, strength and even practice yoga. It measures the index of body mass of the gamer and creates a personalized exercise program which gradually becomes more challenging and at the same time it gives tips on health and on how to keep a good physical condition in between exercises.

In Brazil there are few institutions with specific programs for physical education and so in order to keep children healthier and less sedentary several fitness centers and especially the parents are discovering videogames and the so-called exergames, which promote physical activity and induce curiosity and excitement among children.

For example, there is a game called “Dance Dance Revolution” produced by Konami, which requires gamers to dance vigorously according to the indication of four arrows shown on screen and while they repeat these movements they are also following the rhythm of the music.

In New York, USA, the Parsippany-Troy Hills District bought screens and other equipment to measure students’ heartbeat while they play videogames. The Idaho Digital Learning Academy incorporated Wii Fit in the physical education classes. Students receive instructions online and they can have their classes at home. Each exercise related to Wii is also considered homework such as, for example, identifying different parts of the cardiovascular system.

Students are not the only ones using videogames to get in shape, the concept has been adopted by adults and personal trainers. Houses for seniors are already starting to use Nintendo Wii to keep their guests physically more active. Whenever the guests realize they are going to play Wii they feel more motivated to get off their chairs and



Health and Wellness

start therapy.

Personal trainers and fitness centers are also using interactive exercising systems applying videogame technology to make exercises more motivating. Instructors attest that the games enable improvements in endurance, velocity, coordination and balance to students and they go even further: they say that games of different kinds and degrees of difficulty burn as many calories as those burned by people that practice high-impact aerobic exercises.

Healthy habits

The medical community also supports the cause of games in the promotion of healthy habits. Let us take as an example the Robert Wood Johnson Foundation, which set a Program for the Research of Healthy Games by the end of 2007 to promote the utilization of games in the health area. The program, directed by the University of California through the researcher Deborah Lieberman, has already distributed twenty one scholarships for hospitals and universities throughout the country for the research and development of original projects using games that require physical activity or the promotion of healthy habits.

The center also launched in 2010 an online databank with information on all these games to help health professionals, educators and legislators find in a single place a broad variety of healthy games, research on the theme, publications, organizations and events in this rapidly growing area.

Maybe the most remarkable project in this area is an online free game called “The Incredible Adventures of the Amazing Food Detective”. This computer game teaches nine, ten-year-old children on nutrition and exercising. In the game the children choose one among different adventures involving a “solution for a mysterious epidemic of non-healthy habits” in a process which includes, for instance, calculating the quantity of sugar contained in sodas. After 20 minutes the game is automatically turned off forcing the players into practicing a different activity over the next hour.

Games are also being used to help in more specific health problems. For example a game called “Eye Spy” helps

ophthalmologists find problems and visual difficulties early in children. Researches indicate that one child in four has some kind of vision problem, but most of that is not diagnosed. Games such as “Eye Spy” identify problems such as eye strain, retina disorders and even cataract through children’s response time.

HopeLab, a non-profitable group focused on the improvements of the quality of life of children with critical diseases, created a game called “Re-Mission” for children and teenagers with cancer. The game includes a robot that travels through the human body of a fictional patient diagnosed with cancer to destroy the cancer cells, fight infection and soften the effects of the treatment. Pediatrics Magazine published a research showing that the game has helped the patients, especially the youngest ones, to remain under treatment on a more effective way and besides has helped them understand better the disease.

Rehabilitation programs

Traditionally considered merely as amusement, the games have lately gained a special meaning for people who had their lives altered by some kind of accident or disease. Games emerge as an exceptionally attractive rehabilitation tool enabling faster and more efficient recovery for diseased and injured.

Over the last years soldiers returning from the Iraq war could count on games which helped veteran soldiers



(Foto de Divulgação)



Health and Wellness



deal with post-traumatic stress disorder. These games levered exposure therapy to a higher level, allowing veterans to experience, feel and listen to the necessary situations in order to emotionally process traumatic memories.

There are already therapies where videogames are used in the treatment of drug addicts, re-creating within the games a virtual scenario where the addicts can face the temptations of the real world followed by a therapist. This effort has been conceived in order to help patients reveal the necessary tolerance to the unbearable compulsion previously acquired.

Videogames are also responsible for the improvement in motor function and bone strength of teenagers with cerebral palsy. The participants exercised on the videogame for a period of 30 minutes every day, five days a week. After playing the participants started to perform daily life activities such as showering and dressing more easily.

Hospitals and rehabilitation centers are currently using Nintendo Wii and the Kinect Xbox 360 tool, since they believe that through them patients might gradually reestablish balance, strength and motor functions.

Medical training

Video games are also being used to train doctors to

respond faster in situations which involve risks of death. They are being repeatedly trained in games which simulate such situations. In these opportunities games of first-person shooter kind (games of tiro em primeira pessoa in Portuguese) are used to help professionals to be ready for emergencies such as terrorist attacks or damages caused by biological weapons simulating interaction with the patients. The games help teachers measure the reaction of the students in every possible scenario without actually putting them into danger.

Dozens of hospitals, colleges and medical clinics have these games for different kinds of training, including skin burns or strange behavior, such as dementia. Research indicates that doctors that play videogames for at least three hours per week are 27% faster and 37% less inclined to make mistakes compared to those who have never played such games.

Check out some other benefits of gaming:

Video games are also a way of reducing stress, of relaxing after a heavy working day or relieving the burden of routine in the life of any person. There are studies which confirm that action games help improving eyesight



Health and Wellness

and perception of users. Gaming stimulates the capacity of solving problems and helps in the development of several abilities such as, for example, coordination and reflex. Videogames provide help in socializing and developing new abilities, and therefore those who play these games for at least three and one-half hours per week make 37% less mistakes in their jobs and work at a faster pace compared to those who have never played.

Cyberpsychology is a discipline which aims at healing real problems, such as traumas and different kinds of pathologies through videogames, which are also beneficial to health in the following cases:

- They help facing phobias and are a good way of overcoming them.
- They work as therapy by exposing patients to their fears within a completely controlled environment.
- They can be used, for example, to simulate great heights or small rooms for those who suffer from vertigo or claustrophobia. Other titles such as simulators might help in dealing with the panic that many people face in driving in real life.
- Some video games stimulate even more the brain, exercising it to respond faster and therefore pathologies associated to the loss of control and memory might be healed with therapies using videogames as medication, without mentioning many titles which, according to some studies, enable exercising self-control.
- A boy or girl who might be going through the delicate process of divorce of their parents might overcome that with the help of a video game in which, for instance, a child faces similar situations in a less threatening way. As the boy or girl is being exposed to the situation, they learn to deal with and assimilate the pain, therefore diminishing suffering.
- Researchers of the San Diego Madison School, USA, attest that interactive video games are useful in treating the symptoms of depression in adults and elders. This is a piece of information that might help you, parents, grandparents, uncles and aunts, share some hours gaming

with your children, grandchildren, nephews and nieces.

As you can see, video games enable much more good things than bad ones as long as, of course, they are used under control. Despite the fact that many people, institutions and the society itself consider that videogames are prejudicial because they induce sedentarism, failure, and in many occasions stimulate aggressiveness, racism and other negative aspects, we should not be ashamed of enjoying such a great pleasure, even though many still insist on criticizing it.

The truth is games stimulate imagination, entertain and help to improve the quality of life and health even further. ■



(Foto de Divulgação)



Make Sense?

WHAT IS THE PURPOSE TO ANALYZING A GAME?

BY **RODRIGO TADEU**
@rodrigotadeu_

After two months following the press on the game Modern Warfare 3 I came across an interesting article analyzing it. I will neither mention where I read it or who wrote it, since this is of less importance. The text itself, nevertheless, made me think. MW3 has been given grade 5 in a scale ranging from 0 to 10 and I got curious as to why. Being a fan of the game is not the point, neither are personal likes or dislikes in relation to the franchise - which I in fact consider very amusing - but I was interested in the reasons underlying the analysis itself.

The game has been almost worldwide idolized and I became curious as to what had been the reasons for the evaluation to get so distant from the public opinion attributing to it grade 5.

I was wrong and after reading all the three pages I realized that whoever wrote them expressed their own taste, some lack of interest on the franchise and hate about the industry itself. I got disappointed.

As someone who enjoys writing about videogames, it seems to me that moral issues and my own personal beliefs about the industry had been refuted right before my eyes.

That had not been a proper analysis; it turned out to be a hateful attack with a grade attached to it. I usually do not complain either about grades and analysis or general comments; but turning an editorial into analysis irritated me. I could not imagine that the way I think about opinions and games journalism in general would be tested in the following days.

I have always justified analyses as personal opinions from the writer and nobody else. Asking for objectivity

might seem hypocritical; but when talking about objectivity it is exactly the opposite.

I read comments on analyses about an infinity of games and something became clear: readers want different kinds of opinions. For good or bad it seems that by far the largest number of comments in all analyses refer to the fact that they were unhappy with the final result. "Why did not X get a perfect score? Why did Y get such a high one?"

If the analysis of Uncharted 3, for instance, scored 4 in 5 and Modern Warfare 3 got 5 in 5 does that mean MW3 is a better game? That is a hard question to answer.

The question should not be whether MW is better in relative terms; the point is if comparing them makes any sense. How can one compare both games without playing them? I suppose that is the whole point.

If I like a game that has been smashed by the critics does it make my taste wrong? Of course not. I loved, for instance, Crackdown by Realtime Worlds, a game that was evaluated by a large portion of the media with highly discrepant grades and brought about negative reactions. I do not mind whether he got 5 in 5, 3 in 5 or 1 in 5 - to me they are all wrong. I should not expect from any critic or any gamer, however, to think the same way I do or to experience the game the same way I do. I might like it for reasons that go far beyond the quality of the game itself.

I played Crackdown with a friend of mine for a long time after its launching. I had lost the will to play it; I was undergoing personal problems, discouraged, willing to do nothing. The game came out with a title that caught my attention and even for a short while I played Crackdown,

"Why did not X get a perfect score? Why did Y get such a high one?"



Make Sense?

which made me forget my situation and helped me going through a hard moment.

How to analyze a game without taking into consideration this kind of personal experience? How am I expected to get apart from it in order to issue an independent statement? What is the point of it? This thought brings me back to my main argument: we give too much importance to analyses and grades. Analyses reflect an intrinsically qualitative experience.

My passion for the game had to do with who I am and with what I was going through, as well as with the graphic quality and the fighting system. Excluding me from this context would not improve the value of my analysis; it would completely discredit all I had to say.

One could argue that I should not analyze the game and that the analysis should be done by someone else; but is this really the answer? Would not you like to listen about someone's personal impressions of a game instead of mere abstract information on it?

It is a fair assumption to say that the analysis should be only based on facts; but who really cares about it? If all you want are technical specifications and the list of available modes you might simply read the back of the box. I have always thought readers would end up finding a critic with a similar taste for games or at least one they could trust; that instead of going after high grades they would read the analysis and shape their own opinions about the game and would like to add something not only to the discussion on the game but also on its playability.

I know this way of thinking of mine might sound too audacious - and I truly believe it does. We should keep some distance from scholastic discussions.

I enjoy reading games analyses. I often see grades as a way of validating our opinions and I do not merely like to see them being used the way I would like it to be. Whoever cares about your likings and dislikings is of no importance - the gaming experience matters and one cannot blame critics

for not experiencing a determined game the same way you do. No one is right or wrong since there is no absolute truth; who could claim to be "right"?

Some analyses are used merely as shopping guidelines; what is, then, the point of writing them? I do not wish anyone who is willing to spend money to regret it afterwards - but bear in mind that opinions are written by people. Instead of looking for scores that match your own preference try to find analyses that raise questions about games in an intellectually stimulating way. Then you might get surprised even if you disagree about the grade itself. At the end of the day, quantifying quality is not at all an easy job. ■



Agenda

February
2012

CAMPUS PARTY BRASIL

WHEN? FEBRUARY 06-12

WHERE? PARQUE ANHEMBI – AVENIDA OLAVO FONTOURA, 1209 – SÃO PAULO – SP

OFFICIAL WEBSITE: [HTTP://WWW.CAMPUS-PARTY.COM.BR/2012/INDEX.HTML](http://www.campus-party.com.br/2012/index.html)

LECTURE AND DISCUSSION – RIO CONTENT MARKET 2012

WHEN? FEBRUARY, 29 TO MARCH, 2ND

WHERE? HOTEL WINDSTOR BARRA – AV. LÚCIO COSTA, 2630 – 20. ANDAR – BARRA DA TIJUCA – RIO DE JANEIRO – RJ.

OFFICIAL WEBSITE: [WWW.RIOCONTENTMARKET.COM](http://www.riocontentmarket.com)

March
2012

LECTURE AND DISCUSSION – 5 GAMEPAD

WHEN? MARCH, 23-24

WHERE? FACULDADE FEEVALE – CAMPUS II – ERS 239 N 2755 – NOVO HAMBURGO – RIO GRANDE DO SUL.

GAME WORLD

WHEN? MARCH, 30-31 AND APRIL, 1ST

WHERE? CENTRO DE CONVENÇÕES FREI CANECA – RUA FREI CANECA, 569 – SÃO PAULO – SP

OFFICIAL WEBSITE: [HTTP://WWW.GAMEWORLD.COM.BR/EXPO.](http://www.gameworld.com.br/expo)



Commerce- Abraão Games, Action Games, Big Boy Games, Big Shop, Compgames, Chronogames, Datishop, Eletrocell, Emoção Virtual, Estação Games, Estação Shop, FourGames, Freeplay Games, Frontline Games, Game Center, Gamemania, Game Square, Game Place, GameTech, Game Store, Itech Games, L3tec, Magic Games, Master Games, MD Games, Megalogame, Megamamute, Megamidia, Miranda, Mundo dos Games, Neo Games, On the Box Games, Only Games, O.R Games, Ovni Games, Quarup Games e Modelismo, Revolution Store Games, Rocklaser Games, Speed Tech, Super Games, UZ Games, Virtua Games, World Games (BH), World Games (Sorocaba)

Retailers- Wal-mart, Ponto Frio, Livrarias Curitiba, Livraria Saraiva

Industry- Leadership, Positivo

Distributors- NC Games, Giga Norte, Incomp

Pre Paid Cards Operators- InComm

Digital Transfer Companies- Nuuvem

Institutions- Canal 3, Equipe Bem Estar, Games For Change Latin America, Jogos pela Educação, Sebrae

Institutions and International Partners- Adese (Espanha), AIOMI (Itália), Gamer Inside (Espanha), Local Transit (Itália), Kotra (Coréia), RaLight Solutions (Espanha), RetroMadrid (Espanha), Spel-Maker (Holanda), Tapjoy (EUA)

Tecnical Schools- Escola Saga, Faculdade Feevale, Faculdade Fatec Carapicuíba, Faculdade Fatec São Caetano, Grupo Impacta, Senac

Travel Agency- GSA Tours

MMOs Publishers- Gamemaxx

Games Developer- 8D Games, Aiyra, Aquiris, Behold Studios, Blackdog Studio, GameBlox Interactive, Give me Five, Hive Digital, Hoplon, Ilinx Entretenimento, Interama, Mother Gaia Studio, Napalm Studio, Riachuelo Games, Royal Digital Entertainment, Stairs, Woot Tech

Location and Audio Dubbing Studio- Maximal Studio

Composer of soundtracks for games- Pxl DJ

PR and Communication Consultancy for Games- Insidecomm

Companies of Games Championships- WP Games

Technical Assistance- ITECH

Digital Magazines and Publishers- Editora Europa, Revista Digital Arkade

Social networks of Games- Playernet

Search Sites- Bondfaro, Buscapé





Associação Comercial, Industrial e Cultural de Games
COMMERCIAL, MANUFACTURING AND CULTURAL ASSOCIATION

The ACIGAMES is an association created with the purpose of represent and regulate the industry and trade in video games and encourage culturally the area of games in Brazil.

***JOIN NOW**

WWW.ACIGAMES.COM.BR

SECRETARIA@ACIGAMES.COM.BR

*** TEMPORARILY ALLOWED ONLY FOR LEGAL ENTITIES**