

FUTURO DIGITAL

Os títulos disponíveis por download são os salvadores da criatividade ou apenas um meio de produzir jogos mais baratos?



Diálogos afiados são o forte de Costume Quest



Você pode baixar Fable II inteiro ou em episódios



O mercado de jogos por download está crescendo assustadoramente rápido, e algumas empresas, como a Remedy, de *Alan Wake*; a Double Fine, de *Brütal Legend*; e a Lionhead, de *Fable*, estão começando a se questionar se jogos com caixa são mesmo necessários. Especialmente agora, em uma época em que espaço para armazenar tudo isso não é problema, em que a internet está ficando mais rápida e barata a cada dia, e em que, pelo menos na LIVE, a segurança não é preocupação.

Ainda vai demorar uns bons anos até que os discos de jogos deixem de existir, mas não dá para negar que é cada vez mais difícil arrumar argumentos a favor deles. Nós também gostamos de ter a tal estante cheia de jogos e também não gostamos da ideia de substituir isso por... bem, por nada. Os jogos por download

não representam só o fim da mídia física, mas toda uma filosofia diferente que pode beneficiar, e muito, a todos nós.

Por isso, arrumamos as malas e fomos descobrir com os próprios desenvolvedores o que está alimentando essa revolução digital e porque está acontecendo justo agora.

Razão e emoção

Para a maioria dos estúdios, o melhor motivo é a praticidade de estar em contato direto com os consumidores. Para outros, a distribuição digital é um jeito de garantir que projetos mais modestos vejam a luz do dia, além de abrir mais espaço para a criatividade e apostas em um mercado que arrisca cada vez menos por conta do prejuízo que um jogo malsucedido representa para uma empresa. Mas, qualquer que seja o motivo, todos concordam em um ponto: a distribuição digital vai mudar a indústria de um jeito ou de outro.

Adel Chaveleh, presidente do estúdio TimeGate, comentou as vantagens que a companhia experimentou quando abandonou a mídia física e lançou *Section 8: Prejudice* digitalmente: "Você consegue monitorar as vendas do seu jogo mais de perto e com uma frequência muito maior", explica. Fora que, tecnicamente, um jogo desses é eterno: "Eles sempre vão estar disponíveis para download, enquanto o modo que nós usamos agora possui limitações óbvias de espaço. Mídias físicas competem por um lugar nas prateleiras das lojas, e fica difícil encontrar determinados jogos alguns meses após seu lançamento".

Para Marco van Haren, gerente de

BRINQUEDO DE BRINDE

Talvez o exemplo mais inusitado de distribuição digital seja os ursinhos de pelúcia que vieram com o *Kinectimals*. Cada um deles vinha com um código de realidade aumentada que podia ser escaneado com o Kinect para destravar conteúdo para o jogo. Nós perguntamos à David Braben, fundador e presidente da Frontier, que produziu o jogo, de onde eles tiraram essa ideia.

"A gente fez muita coisa diferente com *Kinectimals* porque o público era muito amplo", diz Braben. "Entre elas, estão os bichinhos de pelúcia. Dar um objeto físico para os jogadores, como se fosse um presente, é um jeito diferente e muito bom de apresentar o seu DLC à eles".

Os jogadores nem precisam se conectar à rede para baixar conteúdo desbloqueado usando os bichinhos de pelúcia, e Braben acredita que isso é uma grande vantagem.

"Nós pensamos em tudo isso antes de decidir ir em frente com a coisa," explica ele. "Até mesmo se seria confuso incluir isso em um bichinho de pelúcia".

Braben e sua equipe acreditam que essa jogada foi um dos elementos cruciais para garantir a popularidade do jogo. "*Kinectimals* é um grande sucesso com seu público-alvo. Acho que é o título infantil de Xbox 360 mais vendido atualmente, ultrapassando até *LEGO Star Wars*".



Não deixe a carinha inocente te enganar. Este bicho é um assassino



Sabres de luz também funcionam como lanternas



Jogos por download estão cada vez maiores



"Jogos por download ainda vão estar disponíveis para compra meses após o lançamento" Adel Chaveleh





Algo tão fofo assim deveria ser proibido



também se beneficiam muito. "Com um jogo menor, feito para ser distribuído digitalmente, as pessoas têm que trabalhar em várias áreas ao mesmo tempo", afirma Petty. "E, por mais que isso seja um saco e megafrustrante, também é muito gratificante saber que você fez um pouco de tudo e que teve que espremer até a última gota da sua criatividade."

Mikko Rautalahti, roteirista de *Alan Wake*, concorda. "Com os DLCs de *Aw*, por exemplo, nós tivemos que sair da nossa zona de conforto." A ideia deles era criar algo que fosse divertido e com o qual pudessem experimentar coisas novas, enquanto trabalhavam em outros projetos maiores. "Por mais estranho que seja", relembra, "parecia que espaço não era o problema e que, apesar de o prazo ser mais curto do que o normal, ninguém se sentia pressionado porque o nome da empresa não estava em risco".

Petty também sugere que isso ainda está longe de funcionar como deveria já



Pulei de paraquedas. Paraquedas não abriu. Mandeí o fabricante pra...



"Sabemos o que nosso público deseja" David Braben



Uma pose para o calendário de roupas espaciais



"A ideia era criar um projeto em que pudéssemos experimentar" Mikko Rautalahti

que o mercado é novo. "Tanto *Costume Quest* quanto *Stacking* levaram menos de um ano para serem desenvolvidos e publicados em várias plataformas. E depois que a distribuidora anuncia o seu jogo, você tem mais ou menos seis meses e um orçamento bem limitado para apresentá-lo e levá-lo até as pessoas. Obviamente, isso ainda não é o ideal."

Negócio arriscado

E essa é, provavelmente, a maior vantagem da distribuição digital: ela dá liberdade e espaço para que ideias novas surjam, e não tem a obrigatoriedade de punir uma ideia que não tenha dado muito certo - coisa raríssima em uma indústria que evita correr riscos sempre



Apenas mais um típico dia na fazenda

que possível. Jogos por download são uma desculpa excelente para os desenvolvedores correrem riscos e soltarem a criatividade.

O dinheiro nem sempre é suficiente em projetos como esses, mas isso também não é necessariamente ruim. Quando o orçamento é pequeno, um jogo depende só da própria qualidade para ter sucesso, e não de uma campanha de marketing, de gráficos mirabolantes ou de qualquer outra perfumaria. Algo que Petty acha muito bom.

"Quando o orçamento é menor, eu acredito que sobra mais espaço para a imaginação. A pressão é menor e as pessoas tendem a ter mais ideias malucas e originais quando se preocupam menos. Talvez uma dessas ideias acabe se tornando uma megassucesso e é isso que nós queremos."

Oportunidade de ouro

Mas por mais que a distribuição digital pareça ser a salvação, a indústria de videogames ainda depende dos tradicionais jogos com caixinha. É só parar para pensar que os jogos distribuídos digitalmente que mais fizeram sucesso nos últimos meses, como *Limbo*, *Braid* e *Trials HD*, saíram de estúdios pequenos, que nem chegam a competir por uma fatia do mercado perto



Trens a vapor não estão mais na moda

OS REIS DA XBLA JOGOS POR DOWNLOAD PODEM SER TÃO DIVERTIDOS E CRIATIVOS COMO OS DE CAIXINHA



Shadow Complex é um exemplo a ser seguido. Apesar de suas óbvias limitações, uso tudo o que pode da engine Unreal 3.

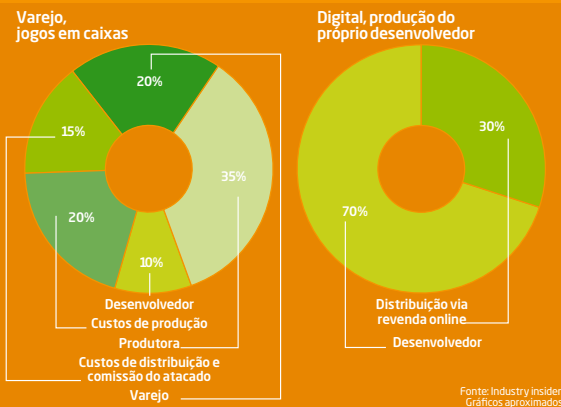


Braid é interessante porque é diferente daquilo que estamos acostumados a ver. Tudo foi criado com o objetivo de surpreender do começo ao fim.



Castle Crashers conseguiu ser melhor do que muito "jogo rico". *Golden Axe: Beast Rider*, por exemplo. É simples, mas frenético o bastante para viciar.

CAIXAS VS. DOWNLOADS: ONDE ESTÁ O DINHEIRO



“As equipes têm duas semanas para fazer algo incrível” | Jeremie Texier



Stacking é fácil de terminar, mas difícil de completar

dos gigantes como Electronic Arts ou Capcom. Ainda.

Como manda a regra, sempre que um sistema é substituído por outro, o poder muda de mãos. Quando isso acontecer com os videogames, a tendência é que as empresas que demorarem demais para aceitar a novidade fiquem para trás, assim os estúdios que forem mais receptivos assumem o comando.

Foi mais ou menos o que aconteceu na indústria musical, quando as grandes gravadoras não souberam lidar com a queda nas vendas de CDs e a Apple apareceu com o iTunes.

Mas é claro que há esperança para as produtoras e distribuidoras que nós passamos a amar. A Double Fine, por exemplo, está indo muito bem com o *Amnesia Fortnight*: “Um evento de duas semanas que a nossa empresa realiza periodicamente para gerar ideias novas”, explica Petty. “O Tim Schafer escolhe de três a cinco projetos para desenvolver, e qualquer funcionário da empresa pode opinar. Depois que as melhores ideias são selecionadas, a companhia inteira é dividida em times e cada uma dessas equipes tem duas semanas para fazer alguma coisa usando as ferramentas internas da Double Fine.”

“Não dá para explicar como eu gosto de *Amnesia*”, confessa Petty. “É um

desafio estressante e divertido ao mesmo tempo e que dá uma chance para as nossas ideias novas. Depois que você trabalha em jogos top de linha por muito tempo, acaba esquecendo como é trabalhar fazendo de tudo.”

Nem lá, nem cá

E a maneira como as empresas lidarem com esse problema também vai definir como serão os jogos do futuro. Para algumas, como a Vanguard Games, isso talvez não seja tão doloroso assim, como o próprio van Haren diz. “Acho que a transição vai ser natural”, diz ele. “As pessoas só precisam se livrar de todo o estresse resultante de trabalhar em um projeto gigantesco que consome milhões de dólares.”

Rautalahti já é um pouco mais conservador. “Não tem essa, vai ser um



Os prazos são curtos, mas a munição é farta

desafio para qualquer estúdio mudar de um sistema para o outro. Para os DLCs de *Alan Wake*, por exemplo, nós tivemos de mudar muita coisa até encontrar o ritmo certo para planejar e executar um trabalho menor e mais rápido. Parece simples, mas você tem que acertar muita coisa de primeira e ninguém faz isso hoje em dia.”

Talvez uma solução seja ficar no meio-termo, como o pessoal da Lionhead fez com *Fable II*, que apareceu primeiro como um jogo normal e depois foi lançado em capítulos na XBLA. Na verdade, qualquer jogo com uma história boa e bem cadenciada poderia (em tese) ser lançado dessa forma. Especialmente os RPGs e os jogos de ação e aventura, já que são naturalmente divididos em capítulos. Jogos assim têm que ser planejados para que cada episódio termine com um clímax, e isso não é impossível de ser feito.

Chaveleh comenta que a distribuição digital também vai redividir os lucros do mercado (veja o gráfico acima), pois a maneira de vender jogos também deverá ser repensada. “Os videogames vão continuar sendo o que sempre foram”, diz



Limbo quase não dá instruções e, visualmente, lembra mais um filme europeu de baixo orçamento do que um jogo. Mas a gente diz isso com carinho.



Stacking As matrioscas resolvem enigmas com mecânicas simples. Prova de que não é preciso um enredo quilométrico para criar envolvimento,



Costume Quest é um bom exemplo de como usar as limitações para fazer um jogo menor ser distribuído digitalmente a seu favor.



Trials HD provou que simplicidade e repetição não são necessariamente ruins. O jogo funciona pois os cenários são criativos e as físicas são precisas.



Se fosse um jogo convencional, Costume Quest não seria tão legal



ele. "A distribuição, a produção, o marketing, a assessoria e todo o resto do processo é que vai ter de ser diferente."

Limbo é um exemplo disso. Comparado com outros jogos, dá para dizer que ele praticamente não tem uma história convencional com introdução, meio, clímax e final. Esse foi um dos grandes desafios da equipe de publicidade do jogo, que tinha de vender um enredo para fígar os jogadores e... bem, esse enredo não existe. Então, o que eles fizeram foi revelar 90% da história logo de cara para que as pessoas soubessem o que estavam comprando. Isso ajudou a explicar o jogo, sem dúvida, mas também estragou a surpresa.

Curva de aprendizado

Ainda vai demorar um bocadinho até que as empresas descubram como usar direito esse tipo de coisa. Se você analisar os últimos meses, vai ver que teve muita gente dando tiro no escuro e fazendo qualquer coisa, na esperança de acertar a mão. É desse tipo de falta de planejamento que saem coisas como Doritos Dash of Destruction e abominações como Crazy Taxi, Dig Dug ou New Rally-X.

Petty acredita que a baixa qualidade que assola o gênero se deve mais à falta de financiamento. "Infelizmente, ainda é difícil fazer uma campanha de publicidade decente a fim de arrecadar fundos para um jogo distribuído digitalmente", lamenta ele. "Não se sabe o porquê, mas ninguém quer pagar muito para fazer propaganda deles. Quase não



"Jogos por download são os nossos hambúrgueres" Marco van Haren



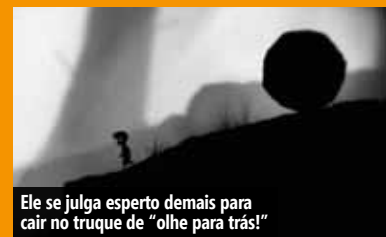
Shooters de duas alavancas: item importante da dieta de download

entra dinheiro direito".

Talvez quebrar um jogo em várias partes seja um problema mais difícil de contornar do que a falta de publicidade. Até mesmo pesos-pesados como a Valve e a Telltale sofreram para acertar a mão com isso. Segundo Rautalahti, "uma vez que você se compromete a entregar episódios de um jogo regularmente, é preciso fazer isso de qualquer jeito e convencer o público de que pode confiar em você. Isso é bem intimidador".

O panorama pode mudar quando os estúdios começarem a reparar nos benefícios tecnológicos e financeiros da distribuição digital. Segundo Texier, "há dois ou três anos, os únicos jogos disponíveis por download eram pequenos demais ou não passavam de demonstrações. Agora, os consumidores querem jogos maiores, melhores e não aceitam menos do que isso".

Provavelmente, ainda haverá uma geração de jogadores entre a nossa e uma indústria que só utilize distribuição digital. Quem cresceu indo toda semana a uma locadora e saindo de lá mais pobre vai sentir falta de gastar dinheiro em algo físico - van Haren acertou na mosca



Ele se julga esperto demais para cair no truque de "olhe para trás!"



Daqui a um ano, ele vai enjoar do carinho e vai comer suas mãos

quando disse que apertar um botão e ter um jogo nunca vai ser a mesma coisa que voltar para casa com uma caixinha nas mãos. "Às vezes, eu acho que os jogos por download são os hambúrgueres no nosso mundo: uma coisa que você pega, consome em cinco minutos e depois toca a sua vida."

Seja como for, não podemos mais ignorar a distribuição digital ou achar que ela vai ser sempre um mero complemento, apenas mais um jeito engraçadinho de comprar um jogo.

Se a mídia física vai deixar de existir, é uma coisa que ainda não há como prever. A televisão não acabou com o cinema, e o cinema também não acabou com o teatro. Mas é inegável que hoje a TV tem um papel muito maior do que os outros dois. Bom ou ruim, é por esse caminho que a indústria parece estar caminhando hoje. A passos de tartaruga, mas está.



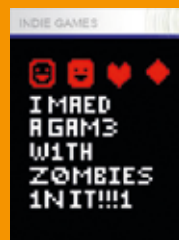
OS MELHORES JOGOS INDEPENDENTES CINCO PRECIOSIDADES DO GÊNERO



Platformance: Temple Death tem uma fase só. Mas olha... somos obrigados a dizer que essa única fase é uma senhora fase.



Avatar Golf é um jogo de golfe bem sofisticado e tem até um modo especial para você criar seu próprio campo.



I MAED A GAMB WITH ZOMBIES IN IT!!!!1 é simples, divertido e tem uma música-tema chiclete, além de um nome inesquecível.



Apple Jack's tem mecânicas muito bem trabalhadas e um visual estilo cartoon delicioso. Dá até vontade de comer...



Avatar Karting é... bem, é um jogo de kart. Mas, além de divertido, vem com modo online e multiplayer local com tela dividida.