

REVISTA

GAME

SÊNIOR

Diversão do passado sempre presente!

16-BIT

SÊNIOR CLASSIC

O horror ao estilo Kenji Eno



ESPECIAL

FIFA SOCCER

20 anos de muita história

OPINIÃO

SEXO E GAMES

Eroticamente polêmico



O LANÇAMENTO
DO MEGA DRIVE
NO BRASIL

VAMOS RECORDAR COMO
FOI ESSE MOMENTO GRANDIOSO
DO CONSOLE MAIS AMADO DA
SEGA PELAS MÃOS DA TEC TOY

ANO V
GS
#20
ABRIL

E cá estou eu, com uma difícil missão: substituir o Mano Beto. Nosso Sênior Master agora é encarregado de outros setores do Grupo Game Sênior, mas isso não quer dizer que ele nos abandonará. Os jogos retrô fazem parte da sua vida, assim como dos outros membros da nossa equipe. Mas o clima aqui na Game Sênior continua como uma mesa de bar e uma boa conversa entre amigos, falando de jogos retrô com os leitores de sempre como é o foco da revista. Tem coisa melhor que reunir o pessoal e falar sobre o que mais gostamos?

E como nosso assunto é falar do passado aqui na revista, a edição 20 está super comemorativa, pois o Mega Drive ilustra a capa desta edição, com um histórico sobre o “nosso” Mega Drive feito pela Tec Toy escrito por Rafael Malaman (*Comunidade Mega Drive*). Além disso, uma das maiores obras de Kenji Eno está na nossa lista, com o horror de D. E como toda mesa de bar, sempre rola um papo sobre futebol, resolvemos recordar os 20 anos da série FIFA Soccer. Sei que futebol é sempre papo de homem, mas também tem espaço para as mulheres em nosso Sênior Icon que dedicamos a essa grande profissional do ramo de games, a famosa Amy Hennig. Para finalizar e deixar as coisas mais picantes, falamos sobre Games e Sexo, isso mesmo, sempre um assunto polêmico que gera muito pano pra manga.

Primeira edição do ano (um pouco atrasada), mas temos muita coisa pra conversar. Mas isso não é problema. Pegue uma cadeira e sente-se. A próxima rodada de nostalgia é por nossa conta.

Garçom, mais um jogo retrô, por favor!

Um grande abraço e boa leitura!

ANDRÉ NESMAN

andrenesman@gamesenior.com.br



EXPEDIENTE

OS NOSTÁLGICOS DE PLANTÃO *(como sempre... tudo em perfeita harmonia em nossa redação)*



EDITOR CHEFE: *Mano Beto e André Nesman*

EDITOR WEB: *Mano Beto e Tiago Almeida*

DIRETOR DE ARTE: *Ney Lima*

CAPA e DIAGRAMAÇÃO: *Ney Lima*

REPORTAGEM: *Mano Beto e Tiago Almeida*

DISTRIBUIÇÃO e MARKETING: *Mano Beto*

REDAÇÃO: *André Nesman, Alexandre Woloski, Rafael Marques, Fabiano Porto, Denis Gasco, Julian Camargo, Vinicius Manzano, Vitor Quartenazi, Lucas Oliveira e Guilherme Bruno*

CONVIDADO ESPECIAL: *Rafael Malaman*

REVISÃO: *Jorge Henriques e José Augusto*

**GAME SÊNIOR
É UMA PUBLICAÇÃO
GRATUITA VIA DOWNLOAD**

CONTATO e PUBLICIDADE
contato@gamesenior.com.br



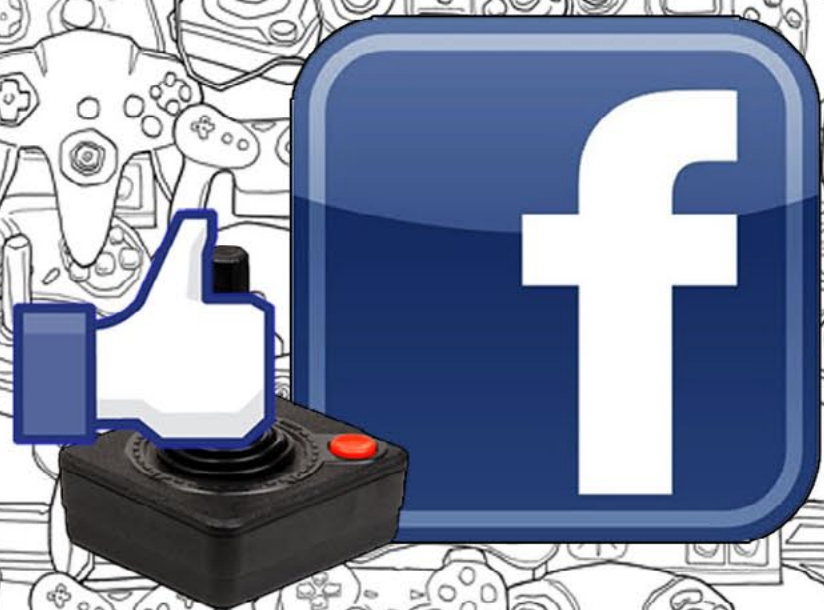
SUMÁRIO



GAME

SÊNIOR

CLICK, ACESSE E PARTICIPE !



alvanista

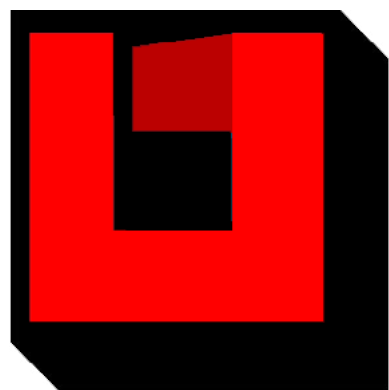


texto Rafael Malaman

O LANÇAMENTO DO MEGA DRIVE NO BRASIL

vamos recordar
como foi esse
momento
grandioso
do console
mais amado
da Sega pelas
mãos da Tectoy

CAPA MEGADRIVE



ano de 1989 foi do renascimento do mercado brasileiro de videogames. Depois de 6 anos, finalmente os velhos Ataris passavam o bastão para os consoles da nova geração. A Tec Toy, representante da SEGA no Brasil, tinha uma árdua missão pela frente: derrotar várias empresas diferentes, incluindo gigantes como a CCE e a Gradiente, com seu Phantom System.

MASTER SYSTEM

Após 2 longos anos de negociação, finalmente a parceria da SEGA com a Tec Toy se concretizava no mundo dos videogames. Em 4 de setembro de 1989, o **Master System** chegava às lojas de todo o país. Sua data de lançamento foi providencial, pois antecedia tanto o Dia das Crianças (12 de outubro) quanto o Natal. Será que o console emplacaria no Brasil e derrotaria os milhares de clones de NES que inundavam o mercado?

A introdução da plataforma de 8 bits da SEGA foi muito estudada. A equipe de marketing da Tec Toy analisou profundamente todos os elementos que fizeram a Nintendo vencer a desconfiança dos americanos e transformar seu console em um fenômeno de vendas por lá 4 anos antes.

Nunca a divulgação de um videogame no Brasil havia sido tão ostensiva. Comerciais de altíssima qualidade do console invadiam todos os canais de TV. Em pouco tempo, o Master System já se tornara no principal objeto de desejo de toda a pirralhada espalhada pelo país.

Em 4 de setembro de 1989, o Master System chegava às lojas de todo o país pelas mãos da Tec Toy



A Tec Toy sempre fez um belo trabalho na divulgação do Master System pelo Brasil



CAPA MEGADRIVE



O Phantom System da Gradiante, mesmo sendo vendido a um valor abaixo do Master System, sofreu com a pirataria descontrolada dos cartuchos e também pelos outros “clones” do NES original da Nintendo aqui no país



O controle do Phantom System da Gradiante, tinha um design muito similar ao do Mega Drive

O primeiro desafio da Tec Toy era enfrentar uma concorrente de peso: a Gradiante. O seu clone de NES, o **Phantom System**, chegou às lojas no mesmo mês que o aparelho da Tec Toy. E a empresa, famosa por seus aparelhos de som, contra-atacaria com a mesma intensidade.

Por não ter de arcar com os royalties e outros custos relacionados a uma parceria oficial, o videogame da Gradiante era significativamente mais barato. No entanto, o processo de venda se encerrava no momento em que o console era vendido. Afinal, cartuchos de NES tinham vários fabricantes e formatos diferentes. Não era fácil encontrar os melhores

jogos nas lojas oficiais e problemas envolvendo a incompatibilidade entre os padrões de 60 e 72 pinos eram comuns. Era um mercado cinza e, em sua maior parte, não-oficial.



Click e veja o Comercial do Phantom System. A Gradiante não estava de brincadeira...

A Tec Toy tinha um grande trunfo na mão: o contrato de distribuição de todos os jogos SEGA no país. Quem comprasse o Master System não ficaria na mão. Na mesma loja, era possível adquirir, também, todos os controles, acessórios e, claro, jogos oficiais. E, ao contrário das concorrentes, que enfiavam títulos de qualidade duvidosa como Ghostbusters II e Tiger Heli goela abaixo da criança, o catálogo dela estava recheado de clássicos de primeira grandeza.


CAPA MEGADRIVE

Não era pra menos: quem ajudou os executivos da Tec Toy a conceber a linha de cartuchos que seria lançada em conjunto com o Master System no Brasil foi ninguém mais, ninguém menos que o fundador da SEGA, **David Rosen**. Em meio a uma rápida estadia no país, ele foi convidado para um almoço, informal, com o alto escalão da distribuidora nacional. E colocou-se à disposição dos brasileiros por 30 minutos, que se transformariam em 3 horas, discutindo o que lançar ou não por aqui.

E várias outras técnicas que a Nintendo of America utilizou nos EUA foram emuladas, com maestria, pela Tec Toy para fidelizar seus clientes. O atendimento telefônico foi uma delas. Numa época em que uma linha telefônica chegava a US\$ 5 mil e que todo o sistema nacional de telecomunicações era analógico, a empresa revolucionou a sua relação com o público com a Hot Line. Ao custo de uma simples ligação, o jogador podia tirar dúvidas a respeito de jogos, acessórios ou resolver problemas com o console.

O Nintendo Fun Club também ganharia uma versão brazuca com o selo SEGA. O Master Clube dava direito a uma carteirinha, ao recebimento de uma newsletter mensal com dicas e notícias sobre os lançamentos e a descontos na aquisição de novos jogos e produtos. Era a única fonte de informação da galera até o lançamento das primeiras revistas de games nacionais, no início de 1991.

Mas a Tec Toy não parava por aí. Seu time de marketing fez uma extensiva pesquisa de comportamento com seu público-alvo para saber como as crianças se comportavam em relação ao videogame, quem decidia as compras, etc. Chegou-se a conclusão de que os meninos que exerciam ascendência sobre os outros (o “scholoyard gossip”) normalmente eram aqueles que sabiam mais a respeito dos jogos, descobriam dicas e terminavam-nos antes que seus colegas. E era necessário alimentá-los com essas informações vitais.

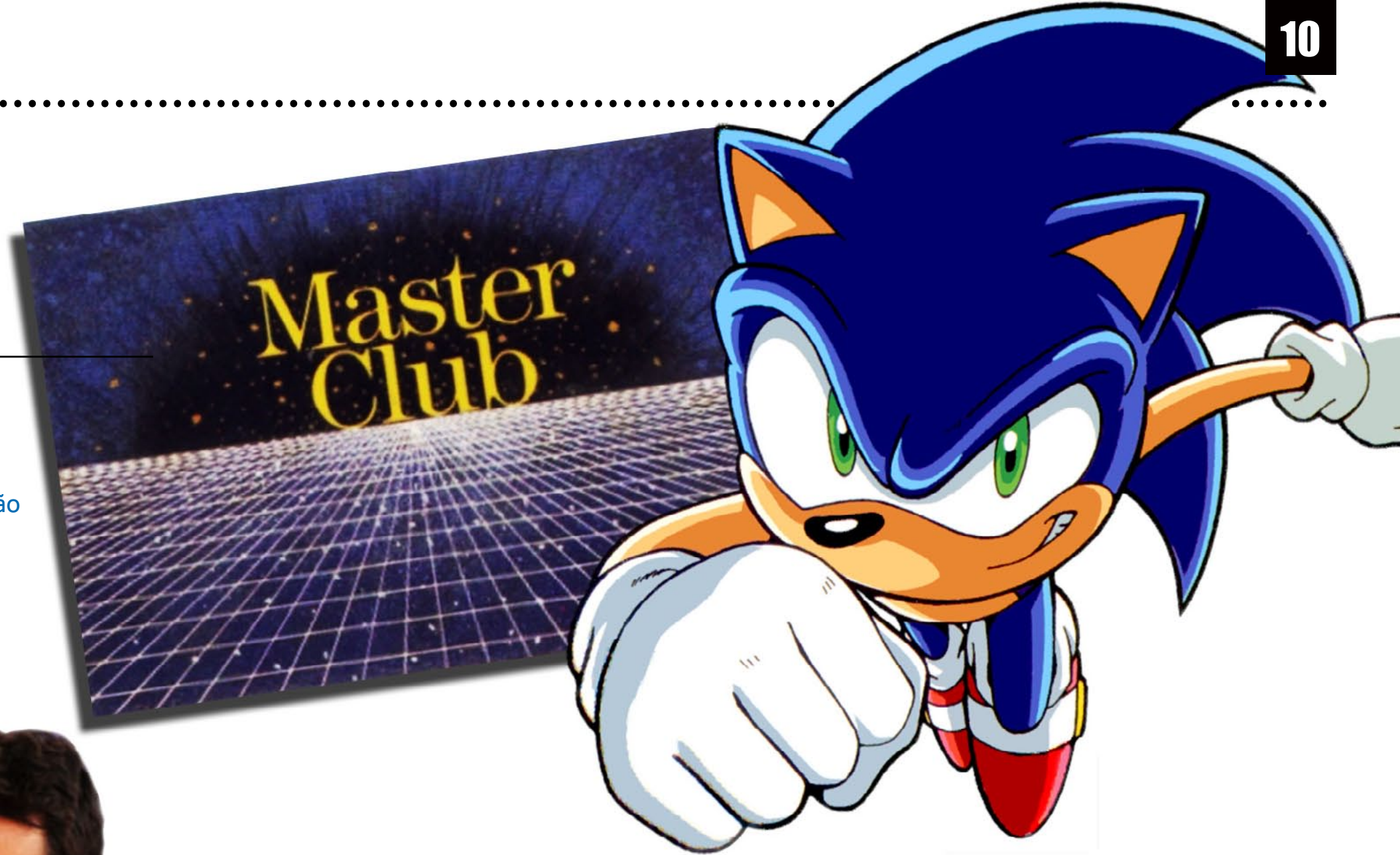


David Rosen, fundador da SEGA esteve aqui no Brasil e colaborou com a Tec Toy no lançamento do Master System

CAPA MEGADRIVE

Por conta disso, eles não se limitavam ao Master Clube e ao Hot Line. Fizeram outro acordo com a poderosa Rede Globo: programetes de 1 minuto que passavam logo após a Sessão Aventura (atual Sessão da Tarde). O Master Dicas, além de divulgar o console e os jogos no canal de maior audiência do país, mostrava soluções para os jogos, truques e passwords. Algumas pessoas chegavam até a gravá-los, diariamente, em fitas VHS para consultar depois.

Carteirinha Master Club, essa muito fã queria ter só pra deixar de recordação



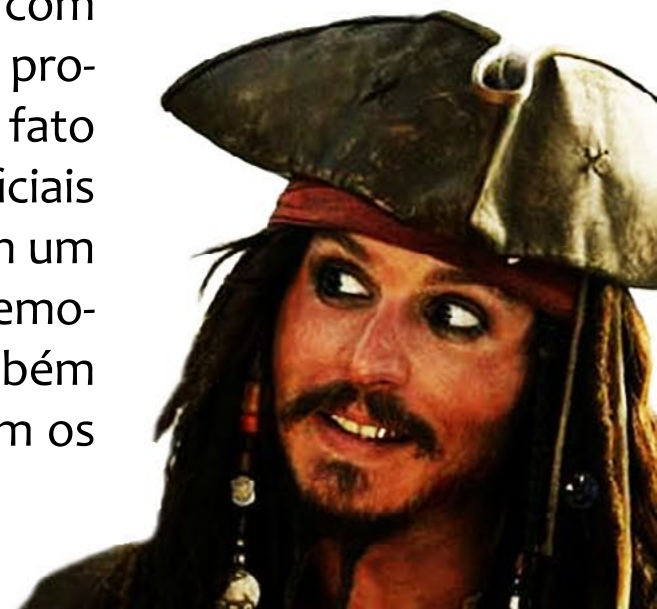
Ahhh!!! Isso eu lembro...



Master Dicas sendo apresentado por uma versão adolescente do Rodrigo Faro



Em 1990, o Master System já era o líder absoluto do mercado nacional, com uma fatia de mais de 70%. Enquanto seus rivais lutavam com adaptadores, cartuchos piratas, problemas de compatibilidade e o fato de não serem representantes oficiais da Nintendo, a Tec Toy voava em um céu de brigadeiro. Porém, não demoraria muito para que eles também comesçassem a ter problema com os discípulos de *Jack Sparrow*.



CAPA MEGA DRIVE



O MEGA DRIVE CHEGA AO BRASIL

A Tec Toy, por meio de sua competente equipe de marketing, conseguiu fustigar uma mania por videogames no Brasil em 1989. No entanto, o caráter não-oficial de suas concorrentes acabou incentivando um vasto mercado ilegal, que logo viria a atingi-la.

Nessa época, dois fenômenos colaborariam com a entrada dos “Mega Drives japoneses” no território brasileiro: os dekasegis e os sacoleiros de Ciudad del Este.

Em meados dos anos 80, o Japão vivia seu momento de maior prosperidade. O aumento no nível de escolaridade e o alto nível de empregabilidade da população fez com que as indústrias não conseguissem mais ninguém para ocupar as vagas de trabalhadores braçais. Era necessário encontrar alguma solução para solucionar o problema das funções 3K: kitsui (difícil), kitanai (sujo) e kiken (perigoso).

CAPA MEGADRIVE

Logo, o Ministro do Interior veio com a ideia: importar descendentes de japoneses que emigraram para o Brasil e o Peru no começo do século XX para fazer esses trabalhos. Como a América Latina passava pela sua maior crise econômica em mais de 50 anos, mesmo um trabalho ruim, para os padrões japoneses, pagava melhor que empregos de nível superior no Terceiro Mundo.

Com isso, milhares de nipo-brasileiros imigraram para o Japão. Como boa parte deles eram casados e tinham que deixar seus filhos pequenos no Brasil, acabavam por enviar presentes como brinquedos e videogames japoneses para cá além do dinheiro que ajudava no sustento de seus familiares que ficavam por aqui.

Por outro lado, a usina hidrelétrica de Itaipu, localizada na fronteira entre Brasil e Paraguai, aumentou consideravelmente o fluxo de pessoas para essa região. Aproveitando-se do problema gerado pelo excessivo protecionismo do nosso governo com

relação a produtos eletrônicos, os paraguaios, com suas leis bem mais brandas, começaram a vender os produtos que os brasileiros queriam comprar por preços bem mais baixos. Ciudad del Este acabou se tornando em um grande pólo de atração dos “sacoleiros”: pessoas que iam mensalmente até lá comprar brinquedos, eletrônicos e outras quinquilharias para revender no comércio ambulantes das grandes cidades como São Paulo e Rio de Janeiro.

Como o comércio, nessa cidade paraguaia, é dominado pelos chineses, a maior parte dos produtos ali vendidos vem de lá. Além dos cartuchos piratas de Famicom (NES 60 pinos), vários Mega Drives asiáticos, vindos diretamente de Hong Kong, passaram a inundar o Brasil.

Por conta desse fenômeno, o console de 16 bits da SEGA já era bastante popular por aqui mesmo antes de a Tec Toy lançá-lo oficialmente, no final de novembro de 1990.

Ciudad del Este...
Imaginem uma
25 de Março
maior, mais feia e
cheia de gente...



CAPA MEGADRIVE

A empresa tomou todas as medidas legais possíveis para combater o contrabando e a pirataria, mas nunca obteve o mesmo sucesso, nesse campo, que tinha com o Master System. A adoção do padrão americano (Sega Genesis) para o console nacional foi uma delas.

O Mega Drive nacional era caro, praticamente um produto de luxo. No entanto, isso não impediu que ele se tornasse um fenômeno de vendas. A Tec Toy manteve todas as suas estratégias de marketing que deram certo com o Master System.



Tec Toy e seu marketing criativo em suas propagandas para o querido Mega Drive nacional

Chegou Mega Drive, o videogame mais poderoso do Universo.

Se você pensa que já viu tudo em videogame, mostre a sua habilidade contra os 16 bits, os jogos até 8 Mega, a alta resolução gráfica com efeito tridimensional, os 10 canais de áudio e as 512 combinações de cores do Mega Drive. O videogame mais poderoso e sofisticado do mundo está esperando por este desafio.



OI.

CHEGOU SONIC, O PORCO-ESPINHO SUPERSÔNICO QUE NINGUÉM CONSEGUE DETER.

Superveloz, supercolérico, super... Sonic! O jogo de maior sucesso para Mega Drive no mundo inteiro está chegando com tudo no Brasil. Per sua voz não esperava um porco-espinho supersônico, que viaja com supervelocidade num cenário em terceira dimensão, tentando salvar seus amigos que foram transformados em robôs por um cientista malvado. E você vai acompanhá-lo com movimentos que você nunca viu em outro videogame: pulando, correndo, fazendo loops malucos, com muitos inimigos pelo caminho. Tudo isso acompanhado por uma música incrível para

TCHAU.

dar ainda mais emoção. Tem até computadores onde Sonic ganha antes que dão pontos, estados protetores, velocidade extra e até vidas. Sonic é demais. Nem você nem seu Mega Drive jamais viram nada tão rápido e alucinante. E nem vão ver, se você continuar aí parado.

É SUPER. É DA TEC TOY.

JOÃO BAFO DE ONÇA: É MELHOR VOCÊ LER ESTE ANÚNCIO.

O Pato Donald acaba de descobrir um fantástico tesouro perdido e sabe que João Bafo de Onça está de tocaia com seu bando de malfetores tentando encontrar a chave da arca do tesouro antes dele. É melhor o João se preparar, porque para ficar mais rico que o Tio Patinhas, Donald vai enfrentar todos os perigos com ataques de desentupidores de pia. Quack!



MEGA DRIVE



Zezinho e Luizinho vão ajudar. O que? Você também quer ajudar? Então venha: esta vai ser a mais perigosa e atrapalhada expedição de todos os tempos.



Os nomes de seus produtos precisaram ser mudados, é verdade. O Master Dicas virou SEGA Dicas. Enquanto isso, o Mega ganhou seu próprio clube, que funcionava de maneira bem similar ao do Master System: o Mega Club. Assim como acontecia com seu irmão mais velho, os sócios, após enviar um formulário que acompanhava cada console vendido para a Tec Toy via Correios, passavam a receber um jornalzinho bimestral com todos os lançamentos e dicas para o console.



Carteirinha do Mega Club, serviço da Tec Toy para os fãs do Mega Drive, bem similar ao do Master System

CAPA MEGADRIVE

AS REVISTAS DE VIDEOGAME

Os fãs do Mega Drive não ficavam restritos a ele: agora, eles tinham outra alternativa para buscar informações – as revistas nacionais de videogame. Ainda em dezembro de 1990, a revista A Semana em Ação (era uma publicação semanal que falava sobre filmes, música, TV e outros assuntos de interesse do público jovem) criou um suplemento voltado para os videogames chamado Ação Games. Esse especial fez tanto sucesso que, em março de 1991, ganhou uma segunda edição.

Naquele mesmo mês, eles já ganhavam uma concorrente: a Videogame. A Sigla Editora, responsável por uma das principais revistas de filmes do país, a Video News, resolveu entrar também nesse filão. E nem começou com um especial e, sim, como uma publicação mensal. Sua proposta editorial mais profissional, sem o uso de cartoons ou de uma linguagem extremamente adolescente, como faziam

as concorrentes, fez com que ela ganhasse um público bastante fiel.

Em maio de 1991, o suplemento Ação Games também se tornaria uma revista mensal. Assim como a Videogame, ambas abordavam todos os consoles existentes na época e até falavam de alguns jogos de Arcade ou computadores. No entanto, era possível se especializar ainda mais.

A *SuperGame*, revista voltada apenas aos videogames da SEGA, foi lançada em julho de 1991. Tendo como editor-chefe Matthew Shirts, americano naturalizado e um dos principais nomes do mercado editorial brasileiro (atualmente, comanda a nossa versão da National Geographic), ela foi sucesso desde o primeiro dia. Em vez das 6 ou 8 páginas que um proprietário do Master System ou do Mega Drive encontraria sobre seus consoles nas concorrentes, nessa, ele tinha metade da revista falando somente de jogos para o seu videogame.



A primeira edição da revista SuperGame



Lembra desse carinha com cabelo espetado, óculos e sorriso, conhecido como “O Chefe” nas revistas SuperGame e SuperGamePower? Pois bem, este é o cara por trás do famigerado ícone gamer das revistas da época. O grande Matthew Shirts



E não parava por aí: havia também uma história em quadrinhos (Billy Joy e seus Sticks) e reportagens especiais sobre as manias da época (na nº1, falava-se sobre meninos que usavam brincos e a desconfiança de seus pais a respeito disso).

A Editora Nova Cultural, responsável pela publicação, criaria uma revista especializada em consoles da Nintendo (a GamePower) no ano seguinte. E, em 1994, ambas se uniriam e formariam a SuperGamePower, com 82 páginas e repleta de anunciantes. Era o informativo de games mais vendido do país na década de 90, com tiragens mensais que batiam as 50 mil cópias.

E a Tec Toy não parou de investir em novidades: em 1992, realizou uma parceria com Gugu Liberato e o SBT para a realização de um gameshow baseado em seus produtos. O PlayGame não era muito diferente das gincanas de um Show da Xuxa ou do Passa ou Repassa. No entanto, elas eram todas baseadas em videogames (“pegue 50 argolas no Sonic the Hedgehog

em 1 minuto”). Na prova final, o participante literalmente entrava dentro do jogo. Os prêmios? Mega Drives, Master Systems, cartuchos e acessórios. Cá entre nós, bem melhor que os Playstations do Bom Dia & Cia, né?



Programa PlayGame. E aí, você lembra disso?

Além disso, eles começaram a pesquisar possibilidades de adaptar os jogos ao mercado brasileiro. A Tec Toy traduziu, adaptou e chegou até a criar jogos com personagens bem nacionais (ou quase, pois o Chapolim é mexicano). Porém, só para mostrar como as relações com a SEGA estavam boas, a ideia original de Ayrton Senna’s Super Monaco GP II partiu dos escritórios da empresa.

AYRTON SENNA

O piloto brasileiro, que dispensa apresentações, era unanimidade nacional em 1991. Na época, todo mundo acordava cedo para assistir às corridas da Fórmula 1. Não era incomum que as transmissões do evento, feitas pela Rede Globo, beirassem os 40 pontos de audiência (hoje em dia, raramente chega a 10). Em tempos de crise, com a inflação rondando os 40% mensais, moeda desvalorizada e o futebol brasileiro vivendo uma seca de títulos que remontava o tricampeonato de 1970, **Ayrton Senna** era o único motivo que muitos tinham para ser patriotas e continuarem acreditando no país.

A Tec Toy conversou com a SEGA e com o piloto e ambos ficaram bastante entusiasmados com a ideia. O jogo prometia muito. Em março de 1991, em uma de suas visitas ao Japão (ele era garoto-propaganda da Honda naqueles tempos), Senna “deu uma passadinha” na sede da empresa de games. Seu status de ídolo era tão grande que seu deslocamento até o

prédio já foi tumultuado. Fãs nipônicas corriam para ver o mito. Quando ele chegou lá, todos os funcionários da SEGA estavam de pé na empresa para recepcioná-lo.

Foram-lhe apresentadas as instalações e as versões, tanto para Arcade como para Mega Drive, de Super Monaco GP. Em um cockpit de Fórmula 3 adaptado, Senna foi colocado para

competir contra um garoto japonês que era especialista no jogo. Muito respeitosamente, o menino esperou pelo piloto brasileiro, que tinha tido problemas para “pegar o jeito” do jogo e se complicado na largada. Pra quê? A partir daquele momento, Ayrton deu uma de G.Ceará e sumiu da vista. Mesmo no videogame, ele mostrava que não era campeão mundial de Fórmula 1 à toa (e naquela época, era bem mais difícil do que hoje: seus rivais eram lendas como Alain Prost, Nigel Mansell e Nelson Piquet).

Senna não gostou de algumas coisas no jogo. Ele “ficou em cima” dos programadores da SEGA por horas até que acertassem o problema das zebras. Em Super Monaco GP, quando o carro saísse para cima delas, ele perdia velocidade. Segundo o piloto brasileiro, isso era irreal. Elas serviam mais como “apoios” para fazer as curvas. Apenas se passassem dos limites que acabavam penalizados com a perda do desempenho. Isso tudo foi implantado na sequência.



Ayrton Senna “tentando”
pilotar em Super Monaco GP



Senna "cornetando" a SEGA

Porém, o jogo ficou aquém do esperado. Inicialmente, estava previsto que Ayrton Senna desse dicas específicas para cada circuito, em voz falada, para o jogador. Tecnologia existia para isso, pois a própria SEGA estava preparando um jogo de futebol americano, em cartucho, totalmente narrado (Joe Montana Sports Talk Football II). O próprio pi-

loto gravou as mensagens em seus estúdios. Inclusive, ele se recusou a falar sobre o autódromo de Barcelona, que entraria no circuito mundial somente em 1991, porque nunca havia corrido nele. Só após a corrida, que aconteceria algumas semanas depois, que ele mandou uma fita – no mesmo dia da vitória – para os desenvolvedores.

Ayrton Senna's Super Monaco GP II acabou não sendo lançado na data inicialmente prevista: abril de 1992, durante o GP do Brasil. O jogo só chegou às lojas em agosto. Apesar das melhorias da jogabilidade e da inclusão de fotos digitalizadas do piloto em alta qualidade para os padrões da época, a continuação do clássico acabou não representando um salto de qualidade tão grande quanto o esperado. Ainda assim, foi o cartucho de corrida mais divertido do sistema. E sucesso absoluto por aqui, onde figurou, pelos dois anos seguintes, no Top 10 de jogos mais vendidos.



Momento épico...



A FEBRE DOS VIDEOGAMES

Em 1991, a mania dos videogames chegou a um nível tão alto que foi capa da revista Veja e matéria do Globo Repórter, por exemplo. E, claro, nada era mais desejado, naqueles tempos, que o novo console de 16 bits da SEGA.



O famoso programa que afirmou que o Sonic era um gato!

No final desse ano, atingia a respeitável marca de 1 milhão de consoles vendidos no Brasil. Embora ridículo para os padrões atuais, era um número que nenhuma outra empresa havia atingido até aquele data no mercado de videogames nacional. A própria SEGA levou mais tempo para vender 1 milhão de aparelhos no Japão, por exemplo.



Jogos de Verão
Na ensolarada Califórnia, o centro mundial dos esportes de verão, faz-se de tudo. Os radicais surfistas a onda, os sbailistas caméfitam no half pipe e as garfistas patinam no calceado da praia. O negócio é ficar o maior tempo possível na crista da onda, surfando, patinando e destruindo no século.



R-Type
As criaturas do Império Bydo estão prostas a invadir a Terra. Somente a R-9, uma nave espacial supersecreta, poderá vencer os inimigos. Os vilões do Império Bydo, porém, são invulnérveis. Como aliado com Krell e seus raios, não se deve aparar pela serpente que protege o monstruoso Comando. Esteja alerta!



Super Sprint
Velocidade e emoção nas pistas. No comando de um superbólido, você corre contra pilotos experientes. No caminho, apunha as ferramentas, compra um motor turbo e se livre de inimigos. Fogos d'água e curvas fechadas são os inimigos no caminho. Sua habilidade no comando é testada em sete circuitos.



Ghostbusters
Baseado no filme campeão de bilheteria em todo o mundo. São milhões de fantasmas pegajosos que pretendem confundir a vida na Terra — e eliminar os caçadores de fantasmas. Você é um deles. Evite o homem manhmallow e liquida o poderoso Geger. Só assim a humanidade estará a salvo.



Super Mario II
O minúsculo Mario, que se alimenta de cogumelos, enfrenta-se em mundos perigosos para salvar a princesa que foi rapta pelo terrível Koopa, o maléfico Rei das Tartarugas. Passagens subterrâneas e cogumelos mágicos ajudam Mario a chegar à donzela. A medida que como, Mario engorda e fica poderoso.



Double Dribble
Emocionantes partidas de basquete. Enquanto a fúrcida vai chegando ao ginásio, os dois times se colocam na quadra. Passos rápidos, dribles precisos e costas de três pontos animam a partida. Ao sofrer uma falta, você tem o direito de cobrar lances livres. As regras são as mesmas do basquete profissional.



Os poderes na tela
Com a chegada dos jogos eletrônicos de terceira geração, as crianças trocam as brincadeiras de rua e aderem à videogamemania

As negociações de paz fracassaram e a contagem regressiva para a guerra termonuclear começou. Cinco, quatro, três, dois, um, zero!! As nações do Leste e do Oeste, adversárias, atiram seus mísseis intercontinentais, os ICBM. O fim da humanidade está próximo. Eis que surge, do nada, o genético Domian Kapelins, de 13 anos, a bordo de uma Estação Espacial Fugitiva, a Litysses, e se apodera do Eliminator — o único instrumento capaz de destruir as armas nucleares e pôr fim ao perigo. É o super Domian. Todos os dias, no final da tarde, quando volta da escola, Domian — admirador de Arnold Schwarzenegger e Sylvester Stallone — joga seus livros e cadernos na cama do quarto e vai à luta. Coloca um pedaço de cristal líquido, que proporciona visão tridimensional da tela de sua televisão, emponha uma pistola a laser e

O garoto Domian atira com seu revolver a laser a bordo da Estação Espacial Fugitiva

de dólares em 1988. No Brasil, a videogamemania também cresce exponencialmente. A indústria Tec Toy, fabricante do Master System, vende desde setembro passado 40 000 consoles e 150 000 cartuchos. Para o próximo ano, a previsão é de 370 000 consoles vendidos e quase 1 milhão de cartuchos. "Os vídeo games de terceira geração tiraram as crianças da rua", diz Stefano Aniboldi, diretor de marketing da Tec Toy. O console, que vem acompanhado de dois joysticks — os comandos do brinquedo — e de dois cartuchos, custa cerca de 2 300 cruzados novos. Cada um dos três cartuchos compatíveis com o Master System, licenciados pela empresa japonesa Sega, líder mundial do ramo de videogames, sai em torno de 500 cruzados novos. A pistola a laser, usada para os jogos de terceira dimensão, custa 290 cruzados novos.

INTERCAMBIO — A Gradiente, empresa especializada em equipamentos de som, lançou no mês passado o Phantem System. Seu console aceita os cartuchos do Nintendo, do Japão, a grande responsável pelo movimento infantil que ficou sendo conhecido como nintendomania. O Phantem System custa 2 700 cruzados novos. O preço do seu cartucho varia de 500 a 600 cruzados novos. Também a empresa Dynacom, de São Paulo, colocou nas prateleiras seu vídeo game Dynavision II. Ele custa 2 000 cruzados novos e trabalha com cartuchos do Nintendo. A viagem do aparelho da Dynacom é que ele vem com um adaptador que permite rodar os cartuchos da Gradiente. Mas há uma enorme desvantagem: sua qualidade é precária. Os óculos tridimensionais são feitos de cartão e a capacidade de memória do cartucho é de apenas 256 K — ou quatro vezes menos do que o máximo dos jogos da Gradiente e da Tec Toy.

E verdade que perto de alguns personagens do universo dos vídeo games, como o minúsculo Mario, que se alimenta de cogumelos para enfrentar o maléfico Rei das Tartarugas, o serri-vel Koopa, e salvar a princesa, o velho e conhecido He-Man da televisão é uma figura de complexidade shakespeariana. Mas é justamente essa simplicidade de caráter de Mario, aliada ao desejo das aventuras, que tem atraído a petizada. Nos Estados Unidos e no Japão, os cartuchos em que desfilam Mario e seu irmão Luigi, criados em 1981, venderam 70 milhões de unidades. As crianças não estão brincando. No caso brasileiro, até mesmo que os industriais de plástico e gravata começaram a produzir os vídeos de terceira geração, a garotada já os exibiu em casa. Uma espécie de mercado paralelo de cartuchos importados se espalhou por todo o país. Não havia país, rico ou rico que, ao retornar de uma viagem, não voltasse com um cartucho na mala. "Pouco faltava falta de oferta no praça, as crianças

A empresária Consuelo conta sobre o Power Pad, aeróbica registrada no título

Matéria da revista Veja sobre a febre dos videogames. Os jogos definitivamente chegaram e ganharam espaço no entretenimento das famílias brasileiras

ta (1997) e a indústria nacional a praticamente desaparecer. Somente agora, em 2011, que a Microsoft e a Sony passaram a produzir seus consoles no país e começam, timidamente, a promover seus produtos no mercado nacional.

No entanto, a seção de games das Lojas Americanas ainda não tem o mesmo brilho que tinha em 1992.



Seus personagens de games,
filmes e animes...

Todos reunidos em um
só site especializado.

Criado especialmente
para você.

www.plgcoleccionaveis.com.br



coleccionáveis



ESPECIAL

20

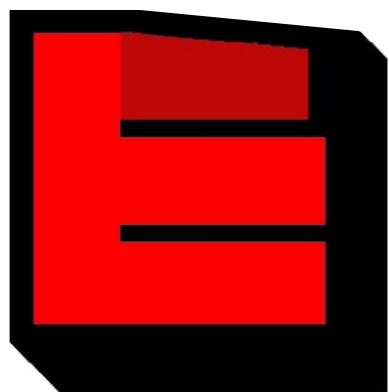
texto Vitor Quartenazi

arte Ivo Ornelas

GAME
SÊNIOR
FIFA 20 ANOS

Tudo sobre os 20 anos dessa franquia nos videogames.

ESPECIAL **FIFA** SOCCER.....



Em 1993 chegava ao mercado um game que revolucionaria e mudaria a indústria do videogame, FIFA Soccer, um jogo inovador e que trouxe tudo aquilo que os jogadores queriam em um jogo de futebol. Realismo.

Com mais de 100 milhões de unidades vendidas, a franquia FIFA é algo obrigatório para os amantes dos jogos de esportes e mais ainda para sua produtora, EA Games, que vê no jogo de futebol uma das suas maiores rentabilidades. Para se ter uma ideia, até o momento FIFA vendeu mais de 100 milhões de cópias, o que a torna a franquia de esporte mais vendida e o 6º em número de vendas entre todos os jogos já produzidos.

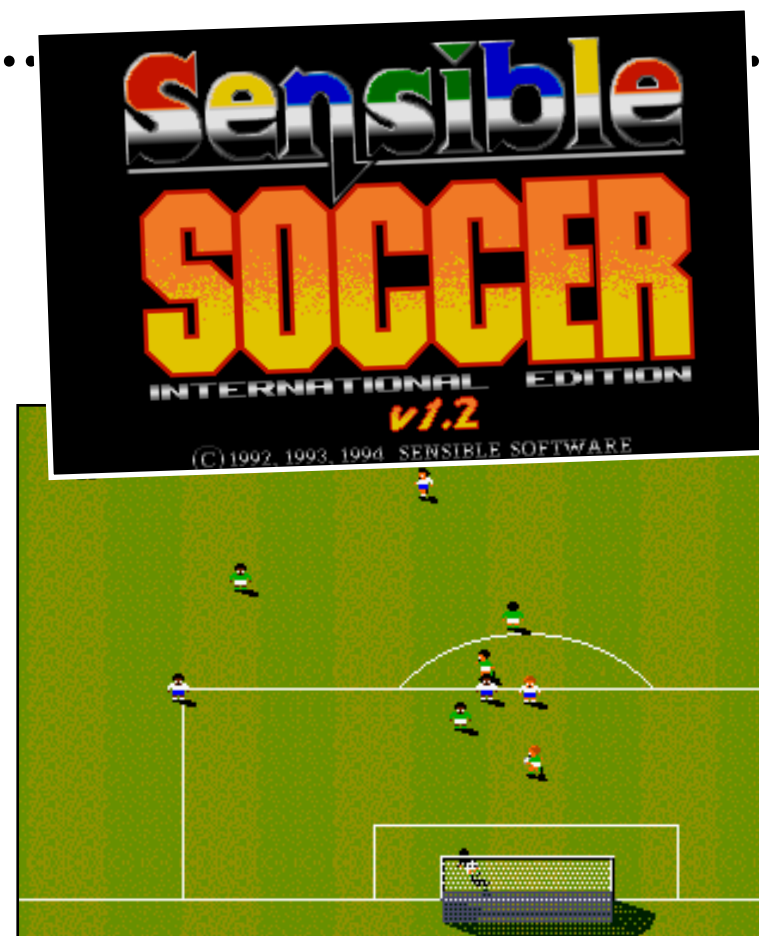
O DIFÍCIL COMEÇO

Quem vê esse sucesso mal pode imaginar que por muito pouco o game não chegou ao mercado. É isso mesmo, e um dos principais empecilhos era justamente a sua produtora a Eletronic Arts

(EA), por conta do pouco apreço que os jogos de futebol tinham nos Estados Unidos (na época ainda era mais praticado por mulheres em território norte-americano). Nem mesmo a proximidade da abertura da Copa do Mundo 94, que foi nos Estados Unidos, fazia com que os executivos voltassem seus olhos ao esporte mais praticado no mundo.

Fora do mercado norte-americano o clamor por um novo jogo de futebol era grande. Jogos como “**Sensible Soccer**” e “**Kick Off**” (imagens ao lado) já estavam ultrapassados e na Europa isso já era muito observado, principalmente pelos executivos da pequena distribuidora da EA Europa na Inglaterra, como afirma o chefe de marketing da EA Sports na Europa, Neil Thewarapperuma (Neil T). “A EA não deu a mínima para o projeto de FIFA Soccer”.

O ceticismo inicial perturbava os dirigentes europeus, que precisavam de algo mais concreto para convencer os americanos que um jogo de futebol poderia ser rentável. Mas os problemas eram maiores do que eles esperavam como



afirma o chefe de desenvolvimento do game, Bruce McMillan, que trabalhava na EA do Canadá e era torcedor fanático do Chelsea. “**Em uma reunião com demais dirigentes nos Estados Unidos, disse que deveríamos ter um jogo voltado ao futebol. Foi quando um dos integrantes da mesa pediu a palavra e disse que a empresa já tinha um jogo de futebol no mercado, o Madden. Questionei e disse que não queria futebol americano e sim um jogo de futebol de verdade**”.

A Eletronic Arts tinha a intenção de movimentar mais o mercado europeu, pois seus games de esportes NHL e Madden, com excelentes vendas nos Estados Unidos, tinham pouca participação entre os jogadores, principalmente na Inglaterra, país onde a EA queria instalar uma produtora e distribuir seus jogos. “**Nós fizemos uma pesquisa entre os leitores da principal revista da época, a C&VG, que apontou que 90% dos entrevistados amavam futebol e queriam um novo jogo do mercado**”. Isso foi o ponto que a EA precisava para dar aval ao game.

EA SOCCER. SUPOSTO ROUBO. ENFIM, UM INÍCIO CONFUSO, MAS PROMISSOR!

Depois da aprovação do projeto, os executivos começaram a correr para buscar locais que poderiam ser os estúdios de desenvolvimento do game. E foi nesse período que dois desenvolvedores de jogos independentes começaram a dar forma e construir o EA Soccer. Isso mesmo, o nome inicial do projeto levava a sigla da empresa e o nome do esporte para incentivar o público norte-americano a adquirir o game, mais pela força da marca do que pelo esporte propriamente dito.

Os desenvolvedores Jules Birt e Jon Law foram os primeiros a trabalhar no projeto do FIFA, pois sem explicação nenhuma, possuíam um kit oficial de desenvolvimento de jogos voltado para o Mega Drive como afirma o produtor Matt Webster, um dos poucos membros da equipe original que ainda trabalha na franquia. **“Esses caras**

tinham um kit de desenvolvimento de jogos para o Mega Drive que a EA mesmo não podia fornecer para os novos estúdios. Eu não sei onde eles arrumaram isso e não queria mesmo saber, pois naquele momento nem mesmo a EA poderia conseguir um”.

Buscando um diferencial em relação aos seus concorrentes, o FIFA buscava alternativas para trazer maior realidade aos jogadores. E uma das inspirações era um jogo de vôlei de praia que a EA produziu para os PC's e que fez um relativo sucesso nos Estados Unidos, **“Kings of the Beach”**, que trazia como protagonistas principais a maior dupla do esporte no momento, Sinjin Smith e Randy Stoklos. Toda essa inspiração vinha da visão lateral que o jogo apresentava e que dava a sensação de maior profundidade, proporcionando aos jogadores maior interação com o cenário.

“A EA tinha criado o Kings of the Beach e queria que trouxéssemos essa experiência para um jogo de futebol”, afirma Burt, que já havia feito um pro-

tótipo também de um jogo de vôlei para o Mega Drive, comprado pela Sega, mas que nunca chegou ao mercado. Depois de análises em seus concorrentes, a única chance de FIFA vingar nos consoles seria com uma experiência melhor no que diz respeito a movimentação de câmera e dos jogadores. Para isso, três estilos foram feitos, um com uma visão totalmente lateral, de forma contínua; outro com direção para frente, em aproximação com a tela; o terceiro e menos cotado possuía a visão isométrica.



E o que eles menos esperavam é o que foi escolhido para ser a base do game. **“Quando vi a visão isométrica achei interessante e pedi para que os desenvolvedores fizessem o jogo de uma maneira lateral e em camadas para que desse a impressão de profundidade, semelhante à visão de uma câmera de TV em um estádio”**, ressalta Burt.

Com o crescimento e a forma com que o desenvolvimento ia se desenhando, a EA começou a prestar mais a atenção e logo tratou de arrumar um estúdio próprio para finalização do jogo, em Vancouver, Canadá. Para isso, todo o pessoal da Inglaterra foi transferido para o país o que causou alterações e saídas de membros iniciais. O próprio Jon Law afirma que se isso não tivesse acontecido, o game jamais teria saído do papel. **“Era triste ver o que estava acontecendo, mas a verdade é que se a EA não realizasse essa mudança, nós jamais seríamos capazes de entregar o jogo com a qualidade**

esperada”. Com isso, dez programadores trabalharam em tempo integral para que FIFA chegasse aos consoles no tempo planejado inicialmente, até final do primeiro semestre de 1993.

NEM MESMO A FIFA ACREDITAVA NO GAME

Com a definição do modo de jogo, restou aos produtores da EA trabalhar em detalhes para tornar o jogo mais atraente aos gamers. E um detalhe chama a atenção nessa história. Com toda a dificuldade de construção que FIFA sofreu durante o seu desenvolvimento, os executivos da EA se esqueceram de buscar as licenças para os nomes das seleções e jogadores reais, conforme explica o ex- chefe da EA Studios, David Gardner. **“Foi só mais tarde que descobrimos que não havia os nomes dos jogadores, semelhanças físicas ou logotipos da equipe. E isso inclui a licença da própria FIFA”**.

Foi aí que começou uma verdadeira caçada para se adquirir os direitos de usar o nome da entidade máxima do futebol, já que isso nunca tinha acontecido, exceto os jogos oficiais em ano de Copa do Mundo. Só que a situação era complicada, pois o futebol no mundo é feito de ligas independentes, filiados a FIFA, modelo diferente que dificultava a negociação com as confederações. **“Quando descobrimos que não tínhamos as licenças dos jogadores e os emblemas das seleções, nos reunimos com a FIFA para discutir, e vimos que o modelo de marketing comercial aplicado no futebol era diferente do que acontecia nos esportes americanos”**, afirmou Gardner.

Em meio a tantos problemas, o jogo se desenvolvia com muita qualidade, mas a descrença ainda fazia parte do imaginário dos executivos da EA Sports e da própria FIFA. De acordo com declarações do ex-presidente da EA Sports Europa, Tom Stone, os royalties para o uso apenas do nome da entidade foram negociados a

preços insignificantes em termos de mercado, pois se acreditava que a franquia morreria ali, apenas naquele jogo. Tanto é que não houve tempo para que fossem negociadas as licenças para os nomes dos jogadores. E é aí que começam a aparecer histórias engraçadas sobre o processo de criação dos jogadores.

Três desenvolvedores acabaram tendo seus nomes colocados no game como parte do elenco de seleções. São eles, Matt Webster, Joey Della Savia e Marc Aubanel que estavam no elenco da Inglaterra, Itália e França, respectivamente. O jogo foi tão marcante para uma geração, que Aubanel conta um fato curioso que aconteceu com ele já no ano de 2007, 14 anos depois do lançamento oficial de FIFA Soccer. **“Uma vez estava hospedado em um hotel na Itália, quando uma pessoa ao ouvir o meu nome, me abordou e perguntou se eu não era o atacante da seleção francesa no FIFA Soccer. Eu não podia acreditar que alguém poderia lembrar isso ainda”**.

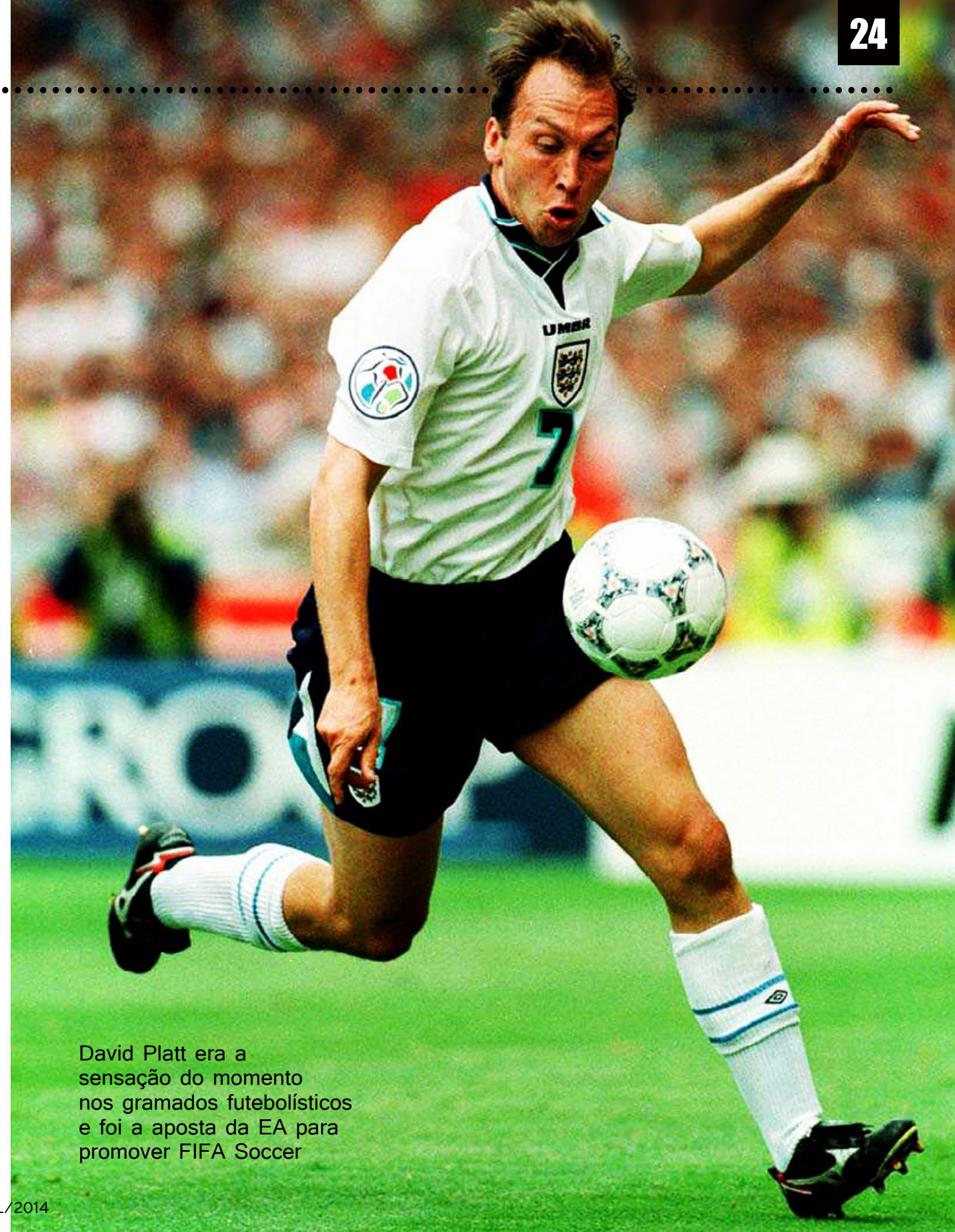
ESPECIAL **FIFA** SOCCER.....

UM DURO GOLPE, MAS A REDENÇÃO VEIO DEPOIS DO LANÇAMENTO

Para que o jogo não corresse o risco de ser descontinuado a qualquer momento, os produtores da EA Europa apostavam que liga de futebol nos Estados Unidos poderia ser o ponto de apoio no qual eles poderiam se amparar, para tocar o projeto em diante. Contudo, no começo do ano de 1993 a liga de futebol profissional foi excluída, fato que fez com que todos os times fechassem suas portas e deixassem os atletas desempregados. Marc Aubanel lembra bem do dia e afirma que chegaram a ser enviadas ordens para que o jogo fosse adiado, pois os executivos da EA Sports, que já duvidavam do sucesso do jogo, achavam que por conta do encerramento da liga, nenhuma unidade do game seria comercializada nos Estados Unidos, o que inviabilizaria sua produção. **“Nós lutamos muito para manter a marca FIFA e pensávamos que con-**

seguiríamos sustentar um mercado sólido fora dos Estados Unidos, tanto é que nosso orçamento de trabalho era de apenas US\$100 mil, o que comparado com outros games do gênero esportivo da época, era irrisório perto de uma franquia Madden por exemplo. Por outro lado isso foi bom, pois se tivéssemos milhões na mão, diante desse panorama todo negativo, FIFA Soccer jamais seria lançado”.

Passada a turbulência era chegada a hora de trabalhar o lançamento do game no mercado. E a equipe da EA na Europa achava que seria importante para o seu lançamento que um destaque nos campos pudesse promover o jogo. Para os ingleses o jogador do momento era **David Platt (imagem ao lado)**, meia que despontou no Aston Villa e que brilhava na Itália com a camisa da Sampdoria, time sensação da comunidade europeia. Tanto que os executivos convocaram uma reunião com o jogador para saber da possibilidade de ele estampar a capa do jogo.



David Platt era a sensação do momento nos gramados futebolísticos e foi a aposta da EA para promover FIFA Soccer

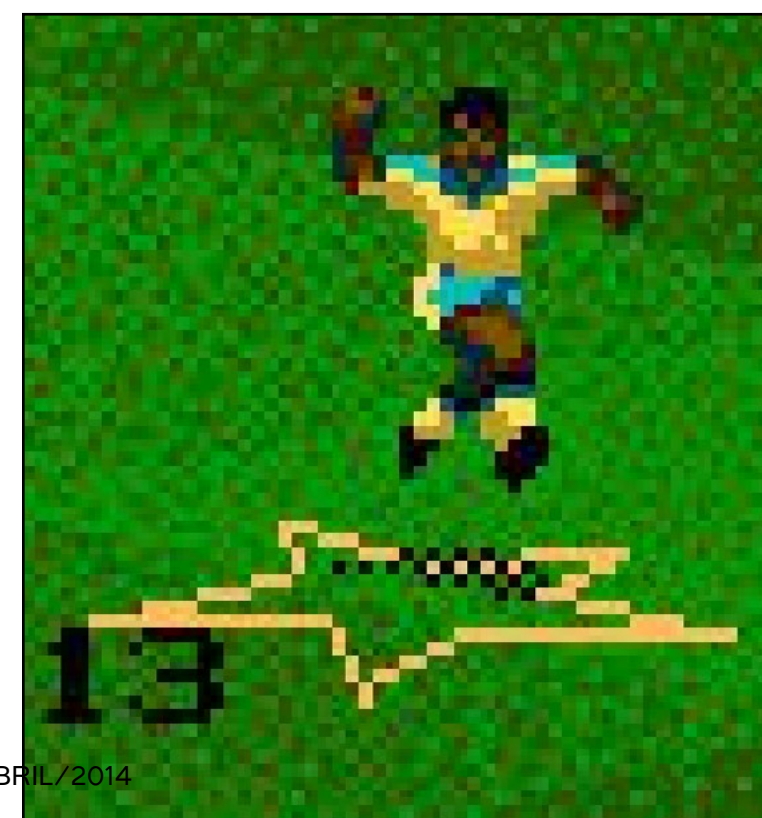


FIFA Soccer foi o game de futebol da EA com todo o charme de sua visão isométrica que encantou inúmeros jogadores pelo mundo

A reunião não poderia ser mais inusitada como lembra **Matt Webster**. *“Estávamos nós dois nos recuperando de cirurgia. Ele (Platt) com um problema no tornozelo e eu me recuperando de uma intervenção nos ligamentos cruzados do joelho. Então, estávamos nós dois, engessados, assinando um contrato tão importante”*.....

Outra situação interessante dessa reunião é que a tão famosa “estrela” (*imagem abaixo*) que marcava os jogadores que estavam com a bola, é uma referência a assinatura do contrato com Platt, considerado a “estrela” do jogo.

Matt Webster
da EA



Em paralelo a isso, a equipe de marketing começa a trabalhar fortemente na divulgação do game e como não havia a disponibilidade de mostrar jogos beta ou demos, a equipe começou a mandar previews de imagens que começaram a causar expectativa na mídia especializada e nos leitores.

ESPECIAL **FIFA** SOCCER.....

8 DE SETEMBRO. O DIA MAIS IMPORTANTE DE FIFA SOCCER

Depois de ver a repercussão que as imagens do game estavam causando nas pessoas, a equipe de FIFA resolveu inovar e mostrar o jogo finalizado pela primeira vez de uma maneira inédita até então, em um dos maiores templos do futebol mundial, o estádio de Wembley. Tudo isso aconteceu no dia 08 de setembro durante o jogo Inglaterra e Polônia válido pelas eliminatórias para a Copa do Mundo de 1994, em um camarote com a presença de 150 convidados.

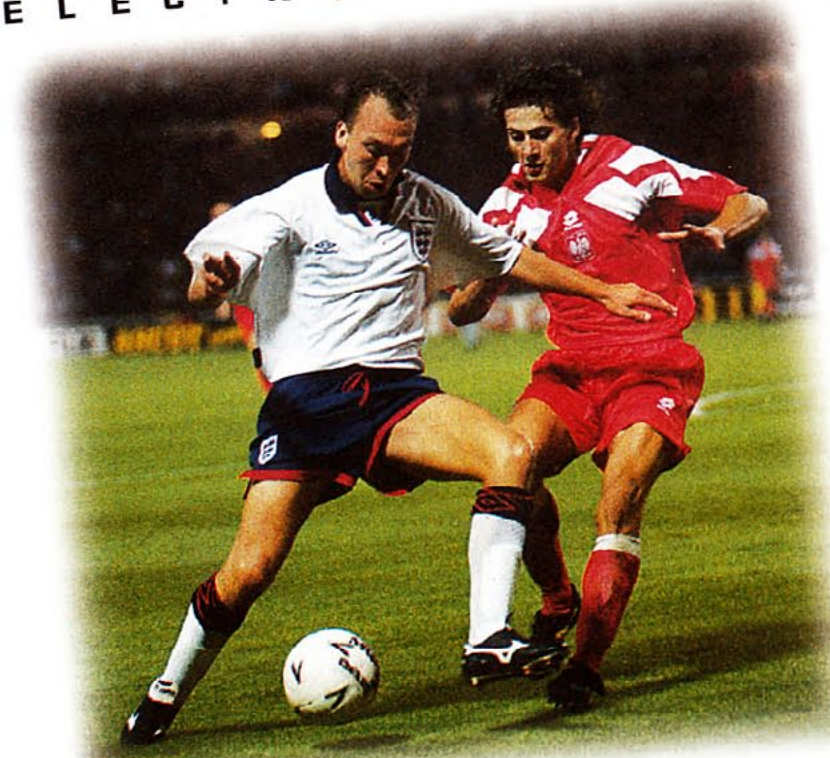
E para mostrar a realidade do game com relação ao jogo real, os responsáveis pediram para que fossem separados assentos que trouxessem a visão semelhante ao que FIFA levaria aos gamers. **“Nós reservamos alguns assentos onde as pessoas poderiam acompanhar o jogo do mesmo ângulo que ela teria em FIFA Soccer. Apresentamos o game antes do início do jogo da Inglaterra e imediatamente as pessoas se voltavam**

para o gramado e constatavam que tudo que ela viu no game era visto no campo. Foi sensacional”, disse o chefe de marketing da EA Sports, Neil T.

Não existe uma data precisa que indique quando FIFA Soccer chegou às lojas do mundo todo. Uma delas mostra que isso aconteceu no dia 15 de julho, que provavelmente diz respeito ao mercado americano. Mas a mais correta deve ser a data da versão europeia, que foi lançada no mercado em dezembro de 1993, pois como toda a iniciativa e base do jogo foi na Europa, a que devemos levar em consideração é essa. Tanto que, apenas no mês de dezembro foram vendidas mais de 500 mil unidades, número que superou toda a expectativa que a EA tinha para vendas no continente, que era de 300 mil cópias.

O sucesso de **FIFA International Soccer** foi o suficiente para que a EA voltasse seus olhos para o esporte, antes ignorado pelos norte-americanos, e investisse cada vez mais em tecnologia tornando o game o fenômeno de vendas que é hoje.

EA SPORTS™
ELECTRONIC ARTS



FIFA
INTERNATIONAL
SOCCER



BY ELECTRONIC ARTS
Licensed by Sega Enterprises Ltd. for play on the Sega™ Mega Drive™ System

ESPECIAL **FIFA** SOCCER.....

FRANQUIA FIFA SOCCER EM DADOS

- Até hoje a franquia FIFA é a única da história dos consoles que teve seus jogos lançados no mesmo console até o seu final. Foi no Playstation 1 desde o lançamento de FIFA 96 até o FIFA 2005, superando a franquia Madden, que teve nove aparições em sequência.

- FIFA 95 foi o primeiro game da franquia que teve as ligas nacionais licenciadas. Já em FIFA 96 teve o nome de jogadores reais em sua história. Já na edição 2001, os uniformes também foram licenciados.

- Um erro, digamos “meio que intencional”, foram as famosas corridas dos jogadores na hora que o juiz iria mostrar um cartão, amarelo ou vermelho em FIFA 94. Na versão seguinte, isso já não era mais possível.

- FIFA International Soccer tinha a opção de desabilitar as marcações de falta.

- Ricardo Santana; Enrico Moeser, Luis Silva, Marcos Pitzos, Julios Barreto, Tomas Gabriel, Manoel Fernando, Tito Mancuso, Peter Mueller, Janco Tianno e Rico Salamar, essa é a escalação da Seleção Brasileira em FIFA 94.

- FIFA sempre se destacou pelas inovações. E assim foi também no primeiro jogo da franquia, que possibilitou ao jogador depois que era feito um gol, fazer barulhos para comemorar. Bastava apertar os botões dos controles que a festa é garantida.

- Mesmo com toda a rivalidade entre os jogadores, FIFA supera e muito o número de vendas de seu principal concorrente, Pro Evolution Soccer, que até hoje vendeu um pouco mais de 55 milhões de cópias.

- Desde a edição de 2010 a franquia recebeu 250 premiações em todos os segmentos.

- Até hoje FIFA International Soccer foi o game de futebol mais vendido da história, com mais de 63 milhões de unidades.

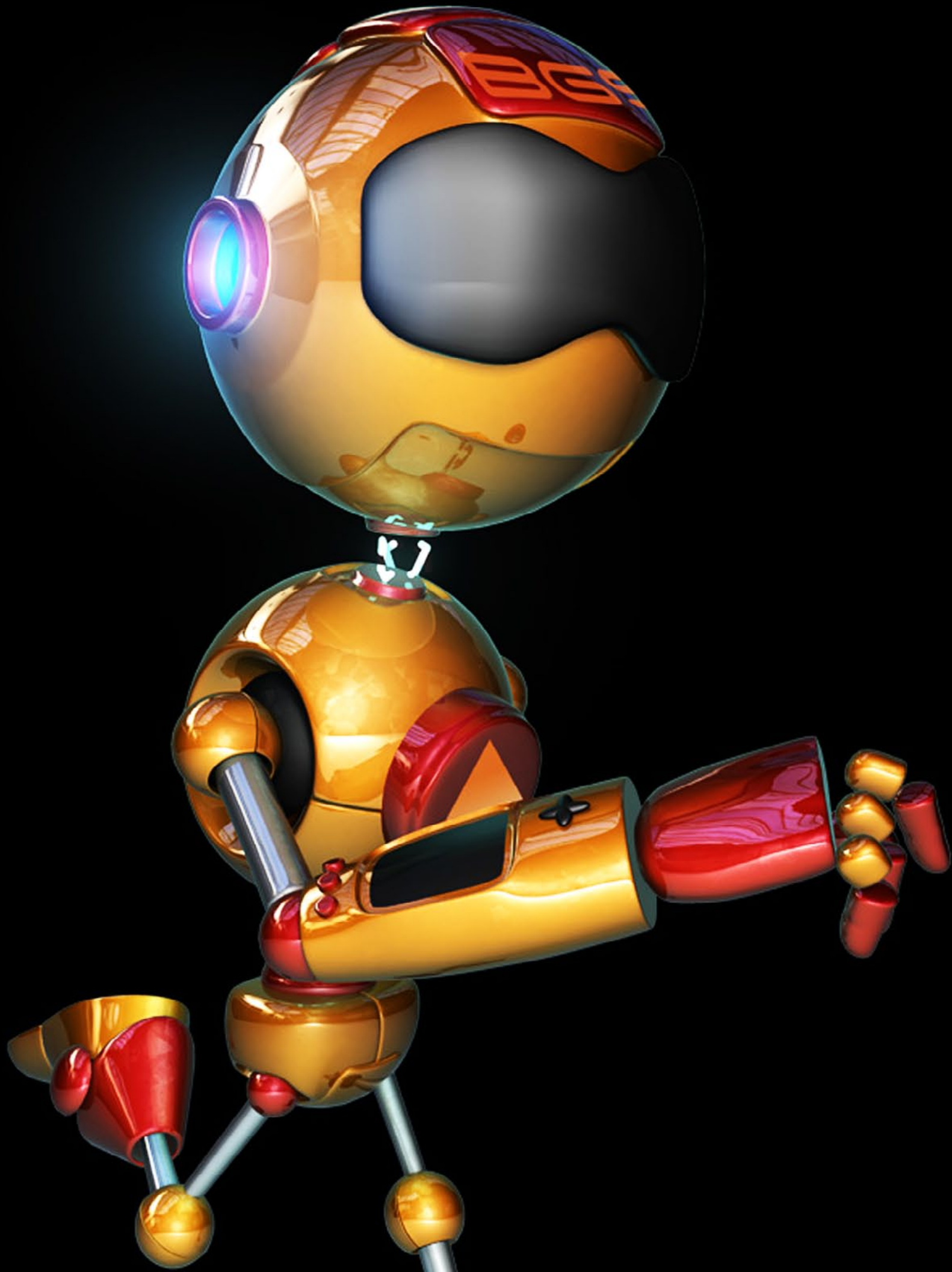
- Convidado para fazer parte da trilha sonora de FIFA Soccer 2000, o cantor Robbie Williams exigiu que seu clube de coração, o Port Vale da terceira divisão, fizesse parte do game. E o cantor teve seu pedido atendido.

- Narrações brasileiras também marcam a história de game. Com o lançamento de FIFA Soccer 99, a EA chamou o narrador Milton Leite para narrar os lances do game. O sucesso foi grande e o narrador permaneceu até FIFA 06. Outros narradores brasileiros foram Éder Luís e Neto (World Cup 2006), Nivaldo Prieto e Paulo Vinícius Coelho (FIFA 07, 08, 09 e 10) e Tiago Leifert e Caio Ribeiro (desde 2013).

- O atacante Janco Tianno comemorava o seu gol imitando o famoso soco no ar de Pelé.

FIFA Soccer provando que é uma franquia que sempre bate um bolão!





 **BGS**
BRASIL GAME SHOW



SÊNIOR

CON

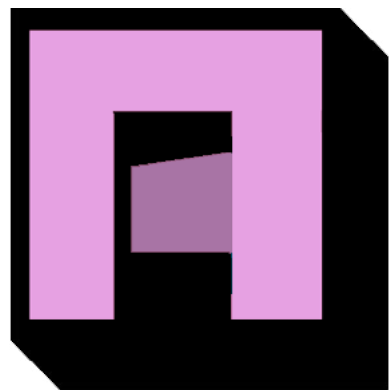
AMY

HENNIG

A MENTE BRILHANTE DE UNCHARTED

POR JULIAN CAMARGO

SÊNIOR ICON AMY HENNIG



my Hennig. Esse nome é desconhecido para a grande maioria dos jogadores de videogame

hoje em dia. Mas se você algum dia jogou Legacy of Kain, Jak and Daxter ou Uncharted, você teve contato com o trabalho desta que é considerada uma das grandes mentes da indústria do videogame. Recentemente foi anunciado pela Naughty Dog que um novo Uncharted está em desenvolvimento para o PS4, então nada mais justo do que um Game Sênior Icon com esse grande nome da indústria.

Devo confessar que quando descobri que Uncharted foi escrito por uma mulher, fiquei abismado. Nossa, uma mulher escreveu esse puta jogo? O mundo dos videogames deixou de ser “clube do bolinha “ a bastante tempo. Mulheres estão cada dia mais se envolvendo na criação e desenvolvimento de grandes títulos. Você sabia que o eterno River Raid foi programa-



Amy Hennig é uma entre as muitas mulheres que trabalham na indústria de games e merecem nosso respeito e credibilidade

do por uma mulher? O nome dela é Carol Shaw. E que a história do reboot de Tomb Raider também foi escrito por outra mulher? E falando em Tomb Raider, uma curiosidade: A Amy ficou

desapontada por não dirigir o reboot. Quando começaram as conversas para um novo jogo da série, Amy estava ainda pensando no convite que havia recebido da Naughty Dog, mas

o cargo foi dado para outra pessoa e ela foi para a produtora do grande Uncharted, que não seria nada do que é sem o toque genial de Amy. Com vocês, o Sênior Icon Amy Hennig!

SÊNIOR ICON AMY HENNIG

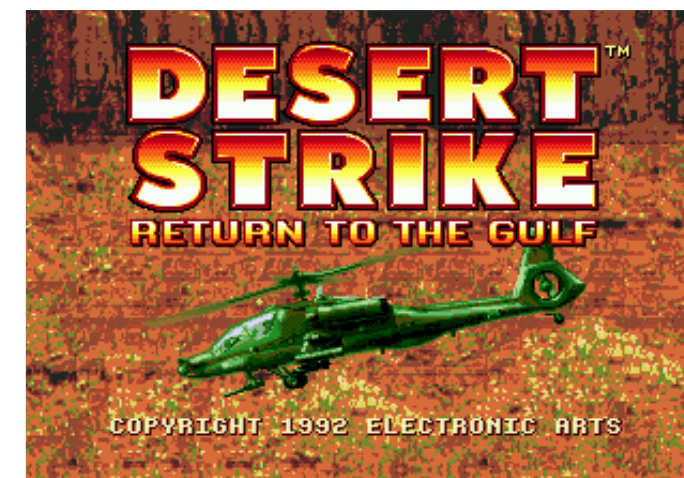
O INÍCIO

Amy Hennig graduou-se em literatura inglesa na universidade de Berkley nos Estados Unidos e depois foi para a escola de cinema de São Francisco. Tudo indicava que seguiria carreira no cinema, mas então foi contratada pela Atari para trabalhar em um jogo chamado **ElectroCop**. Foi então que percebeu que a indústria de videogames lhe interessava mais que fazer filmes e saiu da escola de cinema. ElectroCop foi lançado em 1989 para o Atari Linx e foi seu primeiro trabalho na indústria de games.



Seus trabalhos posteriores incluíram alguns jogos para o NES, onde ela trabalhou como artista e animadora. Também passou pela Electronic Arts, onde trabalhou em jogos como **Michael Jordan: Chaos in the Windy City** e **Desert Strike**. Durante a produção do jogo do Michael Jordan, ela desempenhou o papel de Lead Designer após a saída da pessoa que acupava o posto anteriormente.

Amy acredita que o foco nos gráficos pode afetar muito um jogo e que, no momento que os escritores focarem em se expressar criativamente sem uma preocupação extrema com gráficos, os jogos em geral podem melhorar muito. Uma das características de sua escrita é utilizar personagens secundários para mostrar outros traços da personalidade de seus protagonistas. Um exemplo disso é a personagem **Chloe** (imagem ao lado), que aparece em Uncharted 2 e 3. Ela serve para trazer à tona o lado mais sombrio de Nathan Drake.



SÊNIOR ICON AMY HENNIG

O TRABALHO NA CRYSTAL DYNAMICS

Amy começou a trabalhar na Crystal Dynamics no final dos anos 90. A produtora ficou conhecida por séries de sucesso como *Gex*, *Tomb Raider* e *Legacy of Kain*, a qual nossa estrela está diretamente envolvida. Hoje em dia, a produtora faz parte da Square-Enix.



Seu primeiro trabalho foi como diretora, produtora e escritora no game *Legacy of Kain: Soul Reaver*, lançado em 1999 para o Playstation. Ela e Seth Carus criaram a história inspirados pela mitologia bíblica, mas que, por ordem dos executivos da Crystal Dynamics, foi incorporada ao universo do primeiro jogo. A história gira em torno de um dos finais de *Legacy of Kain: Blood Omen*, o enredo se passa em uma Nosgoth sob o reino de Kain, que executa Raziel, um de seus generais, que é trazido de volta à vida para que consiga sua vingança. Falando sobre o jogo, ela compara a evolução do primeiro jogo da série para este com a evolução da série *The Legend of Zelda* quando esta passou do Super Nintendo para o Nintendo 64. *Soul Reaver* foi considerado um grande avanço tecnológico devido principalmente à engine, que eliminou os load times entre telas, o que era comum nos jogos de Playstation.

O game foi um sucesso de crítica e vendas, com mais ou menos 1,5 milhões de unidades vendidas.



Soul Reaver foi um grande sucesso para a carreira de Amy na Crystal Dynamics e com isso o game conseguiu uma legião de fãs

SÊNIOR ICON AMY HENNIG

Em 2001 após algumas mudanças de planos (o game estava previsto para ser lançado no Ps1), **Soul Reaver 2** é lançado para Playstation 2 e PC. Amy assina a direção e o script do jogo, Aqui, podemos ver características que ela mais tarde levaria à Uncharted: Um jogo focado na história e com aquele feeling de filme que todos que jogaram Uncharted conhecem. O jogo não teve o mesmo sucesso que seu predecessor mas também não foi um fracasso.

No ano de 2003 foi lançado **Legacy of Kain: Defiance**, quinto jogo da série para Ps2 e PC, novamente com direção e script de Amy Hennig. A novidade aqui é que podemos jogar tanto com Raziel quanto com Kain. Veículos especializados elogiaram muito a história na época dizendo que a forma como foi escrita e executada resolveu e esclareceu muitos aspectos da mitologia que ficaram em aberto nos games anteriores e também pela possibilidade de se jogar tanto com Raziel quanto com Kain.

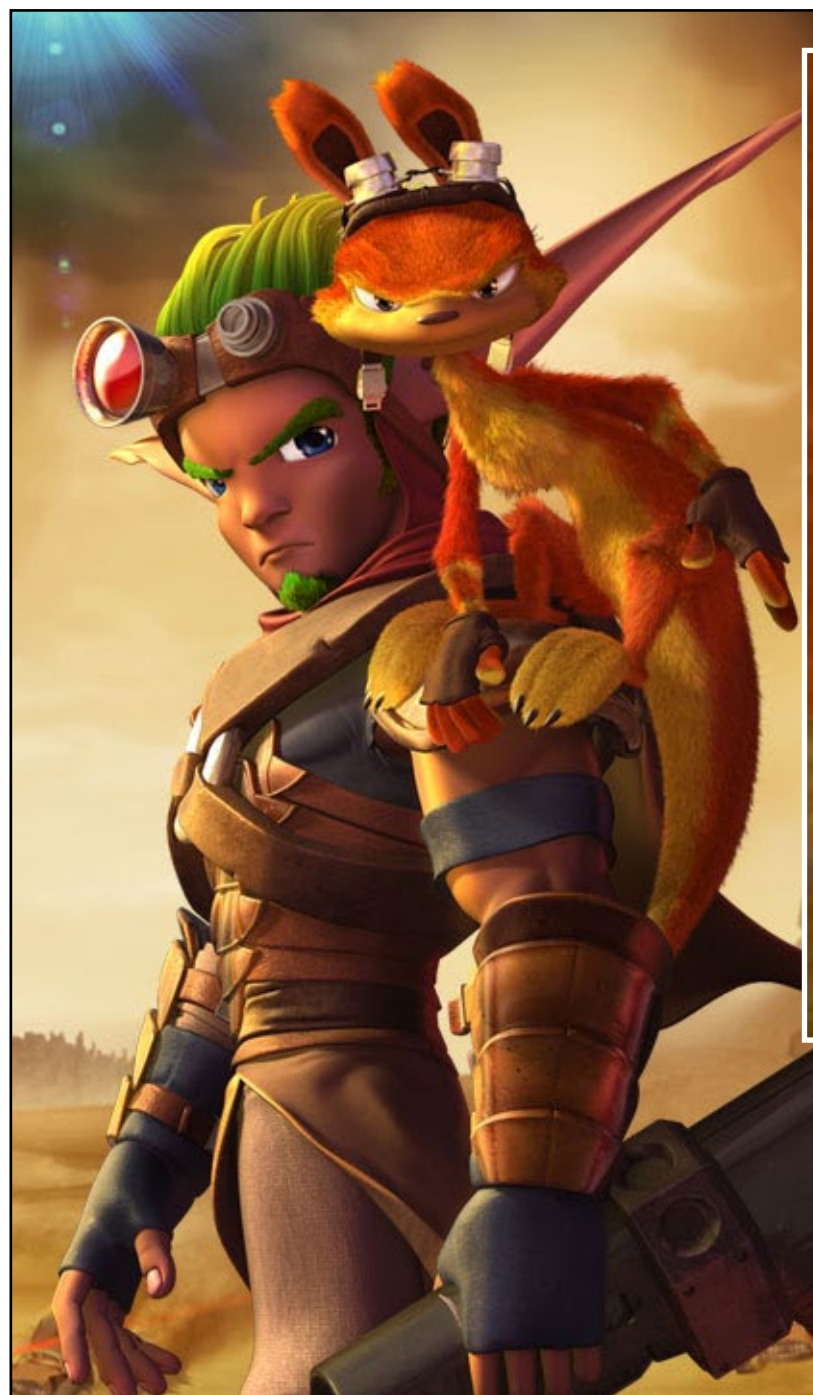


SÊNIORICONAMYHENNIG

A NAUGHTY DOG

Crash Bandicoot, Jak and Daxter, Uncharted, The Last of Us. Jogos de peso, não? Todas foram produzidas pela Naughty Dog, empresa fundada por Andy Gavin e Jason Rubin em 1985 como Jam Software e depois comprada pela Sony em 1986 já com o nome Naughty Dog.

A história de Amy Hennig começou em 2003, quando convidada por Evan Wells (vice presidente), fez parte do desenvolvimento de *Jak 3* para o Playstation 2 como diretora do jogo, onde ela era responsável pelo time de desenvolvimento e tentava organizar toda a produção do título. O jogo foi lançado em Novembro de 2004 e foi bem recebido pela crítica, com um metascore de 84.



Amy assumiu a direção do game Jak 3 para PlayStation 2 se tornando mais um sucesso em suas mãos

Em seguida começaram rumores de que a Sony estaria desenvolvendo o Playstation 3 e o time da Naughty Dog juntamente com Amy começaram a pensar qual seria o próximo passo. De acordo com uma entrevista cedida à revista eletrônica Qore, Amy e seu time começaram pensando na que estava faltando em relação a jogos na então atual geração e o que eles poderiam fazer de diferente. Pensando no assunto, perceberam que havia muitos jogos com monstros cenários pós-apocalípticos e coisa do tipo. Amy quis prestar homenagem aos filmes de aventura e percebeu que a tecnologia nova permitiria criar uma história com personagens mais realistas que poderiam transmitir emoções mais realistas para os jogadores também.

NAUGHTY DOG

SÊNIORICONAMYHENNIG

Assim, em 19 de Novembro de 2007, o mundo recebe *Uncharted: Drake's Fortune*, com Amy Hennig como diretora e escritora iniciando a saga de Nathan Drake e Elena Fischer, dois dos personagens mais carismáticos dos videogames. Amy escreveu a história realmente pensando em uma ação mais cinematográfica, como se estivéssemos dentro de um filme acompanhando a aventura e nos conectando aos personagens.

Em 2009 foi lançado *Uncharted 2: Among Thieves*. Em minha opinião, esse é o ponto alto da biblioteca do Playstation 3, juntamente com *The Last of Us*. Amy novamente participa como diretora e escritora do jogo, dando continuação à saga de Nathan Drake e Elena Fisher. Sem dúvida, este é o ponto alto da carreira de Amy Hennig. *Uncharted 2* ganhou mais de 200 prêmios, entre eles de jogo do ano, melhor história, melhor gráfico melhor jogo de Playstation 3, com um metaspore de 96. Foi então que o nome de Amy Hennig passou a ser mais conhecido e celebrado, até.



Será que a personagem Elena Fisher foi uma homenagem a Amy Hennig mais jovem? Nós queremos acreditar que sim!



SÊNIORICON AMY HENNIG

Será que Amy e a Naughty Dog conseguiriam superar Uncharted 2? Essa pergunta passou pela cabeça de muitas pessoas assim que um novo jogo da agora franquia foi anunciado: **Uncharted 3: Drake's Deception**. O que esperar? Nada menos que a maestria de nossa heroína em contar histórias. Dessa vez, Amy e seu time entrariam mais fundo no passado de Nathan Drake e de como ele se tornou o aventureiro que todos amamos. O jogo foi lançado em Novembro de 2011 em clima de muita expectativa. Uncharted 3 nos leva às raízes de que é Nathan Drake e mais uma vez Amy Hennig mostra seu

trabalho desenvolvendo uma história mais intimista, mas com muita aventura, emoção e momentos engraçados. Acompanhar Drake enquanto criança é um dos momentos altos do jogo e mostra como um personagem pode ser desenvolvido, com uma história de fundo profunda e tocante. Ponto novamente para Amy Hennig e a Naughty Dog, que desenvolveram este jogo como se realmente fosse um filme de Hollywood. O jogo foi muito bem recebido, recebendo inúmeros prêmios, vários **"Game of the Year"** e muito festejado.



Pobre Nathan Drake...
Deve estar cansado
dessa "vida louca"!



SÊNIOR ICON AMY HENNIG



Agora voltando à pergunta: Será que Amy conseguirá se superar depois de Uncharted 3? Acreditamos que sim, mas infelizmente não será na Naughty Dog porque foi anunciado em março a saída de Amy. A situação, inclusive, parece que não foi amigável. Ela foi forçada a sair pois Neil Druckmann e Bruce Straley (*The Last of Us*), potencialmente assumiriam o projeto do novo Uncharted.

O último dia de Amy Hennig na Naughty Dog foi na segunda, 3 de março (**fonte: site IGN**). Antes de sua saída, ela estava escrevendo e liderando o desenvolvimento de Uncharted para o PS4. Eu sinceramente comprei meu Playstation 3 após ter visto Uncharted 2, então esse jogo tem um lugar especial em meu coração.

Neste Sênior Icon tentei mostrar um pouco dessa profissional, que sem dúvidas faz parte da vida de todos nós gamers, quero que esse texto sirva como uma singela homenagem de todos nós do Grupo Game Sênior para esse ícone da indústria do videogame.

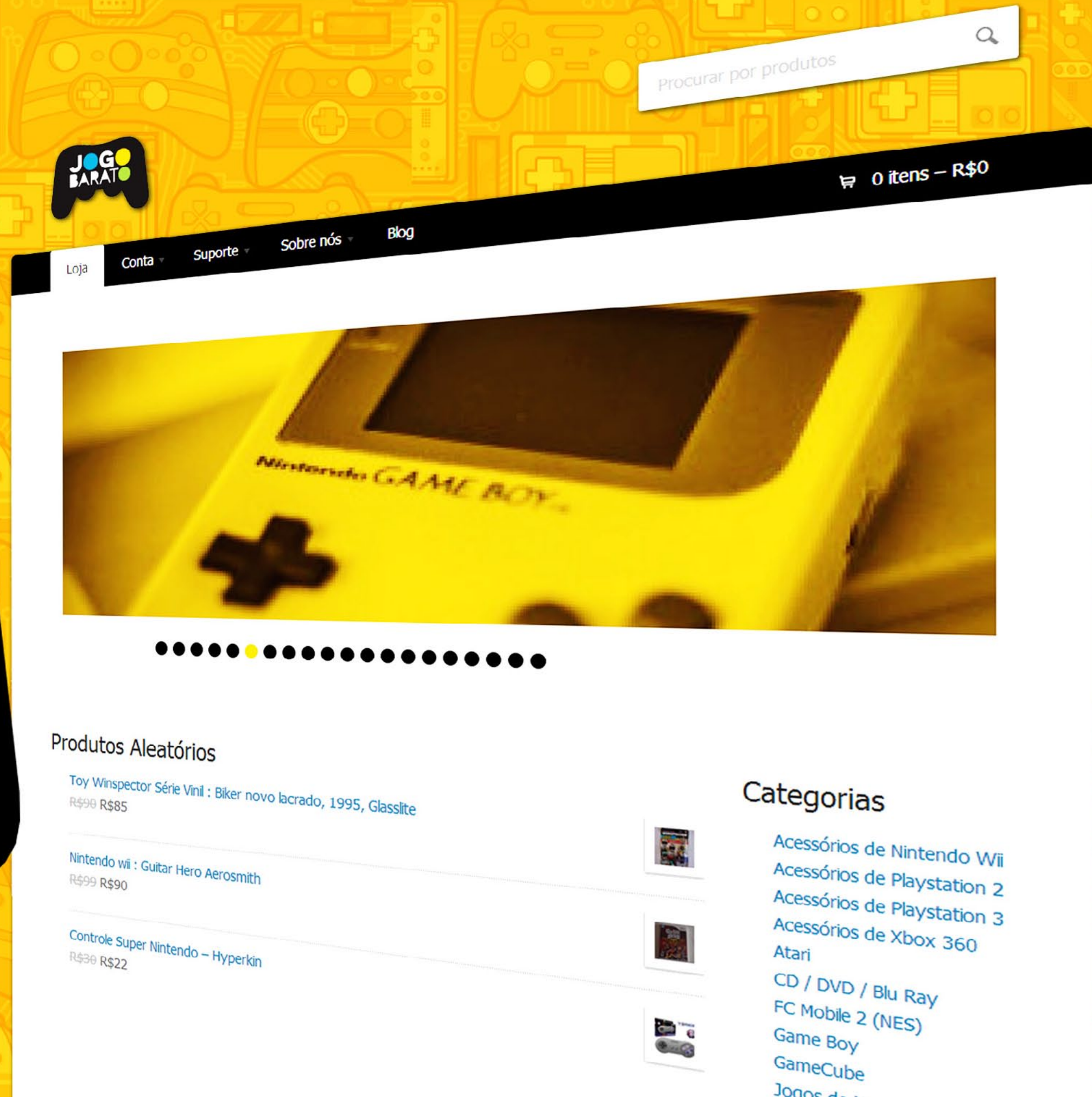
Finalizo esta matéria desejando muita sorte para Amy em sua nova jornada, sendo com os games ou em qualquer outra mídia.



Quer jogos
com preços
compatíveis
e justos?



Acesse!





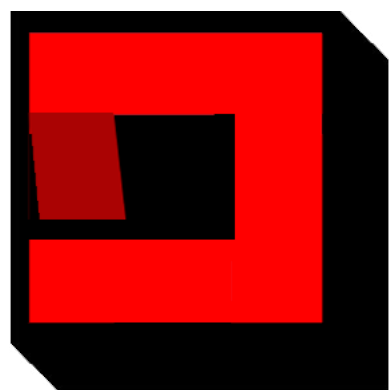
Caros leitores!

Nesta edição nos dedicamos a realizar um tributo à vida e ao trabalho fantástico de um empresário conhecido por ter a ousadia de inovar os aspectos narrativos e de jogabilidade na indústria do videogame. Uma salva de cliques ao criador da série de horror D, Kenji Eno!

Entretanto, para que possamos entender realmente o impacto deste jogo, é preciso conhecer um pouco mais sobre conceitos que envolvem a produção deste material.. Sigam em frente!

- por Denis Gasco -

A IDEIA DE UM FILME INTERATIVO



e acordo com o site especializado Archived Resourcer for interactive full-motion-video Entertainment,

um filme interativo pode ser entendido na maioria dos casos como um vídeo game com cenas filmadas e pode combinar imagens e fotografias para construir uma narrativa. Neste sentido, uma história interativa depende de uma audiência que fará escolhas sobre qual videoclipe deve ser apresentado, sendo que as decisões erradas resultarão em um final ruim para a história, enquanto as escolhas corretas irão efetivamente completar a narrativa. Este conceito foi colocado pela primeira vez durante a International and 1967 Universal Exposition (Expo 67), ocorrida na cidade de Montreal (Canadá), com a apresentação do filme **Kinoautomat**. É uma comédia de humor negro que trabalha com uma narrativa flash-forward e foi entendido como uma sátira a ideia

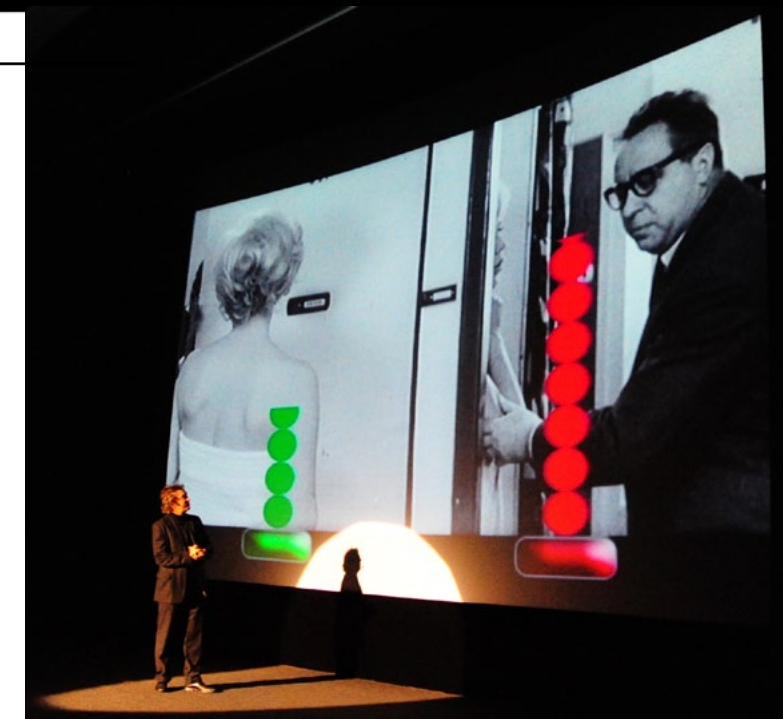
de democracia e à própria tentativa do homem em controlar o próprio destino na qual, independente das escolhas do público, o final do filme sempre resulta o mesmo. Esta ideia faz parte de um importante contexto histórico chamado Guerra Fria, onde o mundo se encontrava dividido por duas ideologias políticas que polarizavam o cenário mundial - a proposta capitalista, liderada pelos EUA e a proposta de governo socialista, liderada pela antiga URSS. Durante este período, podemos notar no fim dos anos 1960 a organização de diversos movimentos populares direcionados contra governos autoritários por toda Europa, assim como Estados Unidos e América Latina. Estas manifestações questionavam a estrutura social e autoridades de seus períodos e ficaram conhecidas como o movimento da contra cultura e eram expressas também por meio do cinema, teatro, literatura, artes plásticas, etc.

Por este motivo, podemos entender o sucesso da Expo 67, que chegou a reunir 569.500 pessoas no seu terceiro dia. Desta forma, Kinoautomat deu espa-



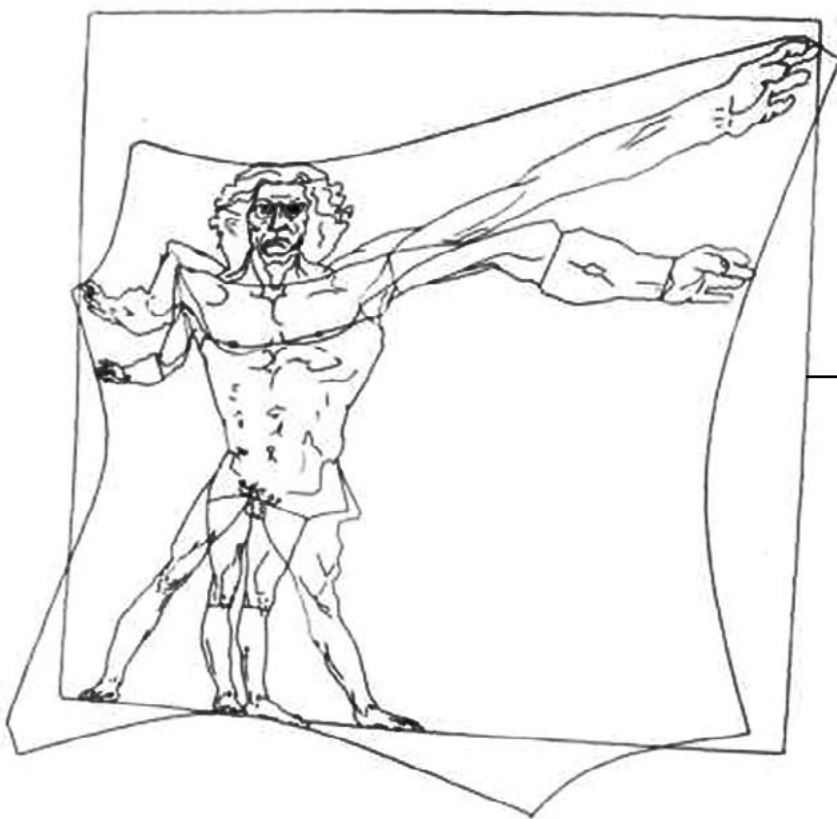
O filme Kinoautomat e sua interatividade

ço para estudos e tentativas de obter maior interatividade ao público. Algo que viria a ganhar proporções impressionantes com o desenvolvimento da computação gráfica, que possibilitou novas formas de relações entre o ser humano e as tecnologias, assim como explorações nas maneiras de entretenimento audiovisual.



DESENVOLVIMENTO DA CGI

A grande corrida espacial entre estas duas grandes potências econômicas e políticas tornou possível o desenvolvimento de tecnologias inovadoras como os computadores e, posteriormente, dispositivos gráficos para estas enormes máquinas de calcular. Fato que pavimentou o caminho para o surgimento de nossos tão amados videogames, à medida que permitia a criação de instrumentos para uma interação mais próxima com estes aparelhos.



Um exemplo disso é o aperfeiçoamento da CGI, que resulta uma abreviação para o conceito de Imagens geradas por computador - computer generated imagery. O desenvolvimento da CGI inclui a participação de artistas (como Chuck Csuri e John Whitney) e pesquisadores (como Ivan Sutherland e Ken Knowlton) que desde a década de 1950 se dedicam a estudos para desenvolver e interagir com imagens através da tecnologia computacional. Com isto, motivaram outros intelectuais a realizarem o potencial por meio de trabalhos de pesquisa realizados em universidades e laboratórios de pesquisa, dentre as quais podemos citar Bell Labs, Ohio State, University of Utah, New York Institute of Technology, Evans & Sutherland, MIT, além de diversas companhias automotivas e aeroespaciais.

Vitruvius man, de Chuck Csuri (1968).
Esta imagem é um modelo das experiências que artistas vinham realizando desde fins dos anos 1960, em gerar imagens por computador.
Fonte: Compart - center of excellence digital art



Ivan Sutherland em uma fotografia tirada durante a demonstração de seu sistema Sketchpad, desenvolvido para o computador TX-2 do Massachusetts Institute of Technology (MIT), em 1963. Posteriormente este sistema foi aplicado em associação com a tecnologia dos radares com finalidades bélicas. Fotografia retirada do site: A critical History of Computer Graphics and Animation

É importante lembrar que todo este desenvolvimento não dependeu apenas da iniciativa estatal, mas principalmente de empresas privadas que percebiam o potencial de aplicação desta tecnologia no meio de entretenimento. Neste sentido empresas como PDI, Cranston/Csuri Productions, Digital Productions, Omnibus, LucasFilms e outros impulsionaram estudos práticos com animações. O resultado destes trabalhos foi muito bem recebido por toda a indústria do cinema e consolidou o uso da CGI.

Durante a década de 1990 possibilitou a ascensão das empresas responsáveis por estes projetos, como a Pixar, Lucas Arts, Walt Disney, além de iniciativas independentes em diversas partes do mundo. Fato que permitiu o desenvolvimento de projetos pautados em movimentos suaves e gráficos que ganhavam cada vez maior ilusão de realidade, assim como propostas que fundiam animação e película em um amálgama cada vez mais perfeito; é o caso de obras como Jurassic Park, Toy Story e outros.



Kenji Eno

KENJI ENO

Parte de uma das primeiras gerações do Japão a crescer rodeada pela revolucionária tecnologia dos videogames, Kenji Eno cresceu em meio ao processo de revitalização da indústria gamer, iniciado pelo mercado japonês a partir de 1983, e teve a oportunidade de experimentar em primeira mão um ambiente que valorizava a iniciativa criativa destes jovens desenvolvedores de games. Durante o fim década de 1980, o jovem Kenji conseguiu uma vaga no departamento de som do estúdio Interlink, onde participou da criação de títulos para o console Famicom - conhecido por nós como Nintendo ou NES.

Já em 1989, havia formado um estúdio independente denominado EIM Ltd., com o qual criou SD Hero Soukessen: Taose! Aku no Gundam (1990) e participou como diretor de som para a versão de Altered Beast (1990), feita para o Famicom. Em seguida, trabalhou em parceria com algumas grandes produtoras e lançou Time Zone (1991), Panic Restaurant (1992) e atuou como pro-

gramador de som e compositor de música para Cassino Kid II (1993).

Cada vez mais forçado a criar jogos para séries de personagens licenciados, Kenji decide dar uma reviravolta em sua vida e fecha seu estúdio para trabalhar como consultor de outras empresas. Em meados desta década, reúne investimentos para criar uma nova empresa pautada na inovadora proposta de fazer uso da tecnologia CGI para elaborar “filmes interativos”. Nascia então a WARP Inc.

Tido pelo jornalista do The Gamelological Society Antoni John Agnello como Frank Zappa dos videogames, Eno abandonou a indústria dos games em 2000, mas deixou como herança as influências da narrativa surreal de horror da série D, presentes em jogos como Deadly Premonition, Mass Effect e Dishonored. Contudo, a capacidade criativa deste empresário multifacetado vai além da inovação narrativa e se apresenta em inusitadas campanhas de marketing como Short WARP'S – uma coletânea de nove minigames para 3DO – que contou com apenas 10.000 cópias que

foram impressas, numeradas e seladas manualmente pelo próprio Kenji. Assim como o lançamento de uma edição especial de *Enemy Zero*, com tiragem de 20 cópias, as quais foram vendidas por \$ 2.000 cada uma e entregues em mãos por ele mesmo, que dirigia um caminhão alugado.

Outro ponto interessante é encontrado no fato de Eno ter desenvolvido uma jogabilidade que fosse capaz de satisfazer pessoas com deficiências físicas com os jogos *Real Sound* e *Real Sound: The Winds Of Regret*, que se baseava em uma interatividade guiada por música, efeitos sonoros e diálogo - ideia que veio após passar um tempo com um grupo de cegos que eram apaixonados por jogos de aventura.

Com o sucesso de *D* e *Enemy Zero*, a Sega decidiu firmar um contrato de exclusividade para a publicação deste jogo, o qual só foi firmado após terem aceitado a exigência de Eno de que seriam doados 1.000 consoles Saturn com cópias do jogo para jovens cegos. Por fim, no ápice de sua carreira, Kenji Eno

O game de horror *Transylvania* foi fonte de inspiração de Kenji Eno para a criação de *D*, segundo o próprio Eno.

decidiu abdicar da carreira ligada aos games e só retornou a este cenário em 2008, quando finalmente aceitou dar entrevistas e conversar a respeito de seus trabalhos.

Em uma entrevista feita pelo site ligado ao fórum *core-gamers.com*, pudemos encontrar *Space Invaders*, *Pac-Man* e *Transylvania* como os três jogos que mais o influenciaram. O primeiro pelo seu impacto como parte de uma nova cultura que surgia, o segundo por lhe propiciar uma interpretação artística e o terceiro o fez sentir-se parte da aventura. Eno chega a afirmar que não teria sido possível criar *D* sem a experiência de ter jogado *Transylvania*.



Tal fato pode ser averiguado pelas semelhanças nos ambientes pelos quais Laura vaga e que apresentam direta relação com este jogo de aventura textual, desenvolvido por Antonio Antochia para computadores pessoais da década de 1980. Com isso, fica muito claro que Kenji Eno apresenta um entendimento da produção gamer muito mais como um trabalho artístico, ao qual procurou sempre dedicar sua atenção integral.

Kenji foi um músico e designer de games que construiu sua reputação ao criar games incomuns e aplicar inovadoras técnicas de marketing para a venda e distribuição de seus produtos. No mundo ocidental, Eno ficou conhecido como grande criador de jogos de estilo survival horror, pela série D e Enemy Zero. Com um olhar empreendedor, Kenjo criou empresas como EIM Ltd., WARP e From Yellow to Orange além de ter realizado trabalhos para a indústria automotiva, de telefonia, tabaco e hoteleira.

Sim, caros leitores sêniores! Nos últimos dez anos de sua vida, apesar de



não estar envolvido na realização de novos games, este fantástico empresário se dedicou aos mais variados tipos de projetos. Criou o design de um hotel e um restaurante, além de se envolver na elaboração de um aplicativo para smartphones que permite ao usuário comprar um refrigerante de uma máquina sem precisar tocá-la.

Kenji Eno, músico e designer que mostrou ao mundo um jeito diferente de criar games misteriosos

Em março do ano passado (2013), aos 42 anos de idade, Kenji faleceu devido problemas de hipertensão e deixou, atrás de si, um rico legado e a imagem controversa de um empresário criativo e imprevisível. Criticado por uns e exaltado por um séquito de fãs, Eno sempre será lembrado como o designer que abriu espaço ao estilo de jogos que misturam horror e aventura, em narrativas complexas e envolventes.

A WARP



Fundada pelo músico japonês Kenji Eno durante o ano de 1994, esta empresa era composta por 5 membros iniciais e tinha, como objetivo, desenvolver cinema interativo. Ali Kenji atuou como produtor, diretor e programador de diversos jogos, mas era efetivamente responsável por desenvolver as trilhas sonoras. Dois anos depois, a WARP lançou D no Shokutaku, que é muitas vezes referenciado de maneira errada como D's Diner devido a infeliz tradução realizada em um artigo para a Gamefan Magazi-

ne, pois o correto seria "D's Dinner Table". Contudo, D não teve a esperada aceitação no mundo ocidental, fato que deixou este título isolado como um fenômeno típico do mercado asiático.

Com a malfadada empreitada do console 3DO, a WARP selou uma frutífera parceria com a Sega, quando lançaram Real Sound (1997) e receberam desvelados elogios das críticas, apesar da pequena quantidade de vendas - além disso, o jogo ficou restrito ao mercado japonês por não ter recebido uma tradução para inglês. No ano de 1999 uma versão melhorada deste jogo foi lançada para Dreamcast e recebeu o nome de Real Sound: Kaze no Regret. Ainda para o Saturn, a WARP lançou Enemy Zero, no qual a protagonista de D, Laura, é lançada ao espaço dentro de uma câmara criogênica. Ao acordar dentro de uma nave espacial, a jovem se vê no desafio de caçar e derrotar um ser alienígena que havia assassinado toda a tripulação. Uma vez mais notamos a capacidade criativa e o resultado da forte relação com a música desenvolvida por Kenji Eno, que apresenta os inimigos

como seres invisíveis que só podem ser detectados pelo som.

Neste sentido, diferentes notas e intervalos entre elas ajudam o jogador a estabelecer a direção e distância dos inimigos para ajudá-lo a decidir o momento certo de puxar o gatilho de sua arma. Todavia, o gameplay não convencional de Enemy Zero deixou os críticos confusos, que o atacaram com duras críticas, as quais refletiram em uma baixa tiragem deste título. Mas este fato não iria abalar esta jovem equipe cheia de potencial, que contava com nomes como Fumito Ueda que, posteriormente, ficou conhecido por criações como ICO. Em 1998, com o lançamento do console Sega Dreamcast, a WARP se comprometeu a produzir um novo game e em 2000, publicou D2 que ficou conhecido por apresentar um enorme ambiente tridimensional e completamente interativo. Esta sequência de D já havia sido preparada para o M2 (que seria o novo console da 3DO), mas foi engavetada junto com outros dez títulos, quando a empresa foi comprada pela atual Panasonic. Por este motivo, a versão feita para o Dreamcast é completamente di-

ferente da anterior - que ficou conhecida pelo nome de M2D2 - e foi transformada em um dos grandes mistérios das fanpages sobre o jogo.

Com os pífios resultados de vendas de D2, a WARP abandonou o ramo dos videogames e tratou de diversificar seu mercado, passando a oferecer serviços no ramo de músicas on line, soluções para networking e outros mais, com o nome de Superwarp. Em 2005, a empresa declarou falência e Eno se dedicou a abrir uma nova desenvolvedora de jogos e comunicação digital chamada From Yellow to Orange (fyto) na qual trabalhou como CEO até sua morte. Com esta empresa, Kenji Eno trabalhou em parceria com Kenichi Nishi - antigo designer da Squaresoft e conhecido por participar em projetos como Chrono Trigger e Super Mario RPG - para desenvolverem um jogo exclusivamente desenvolvido para iPhone e iPod touch, chamado Newtonica. Neste jogo, que terminou por se tornar uma febre entre os hipsters, Eno contribuiu com conceitos visuais abstratos e tema de background.

A CONSTRUÇÃO DO JOGO

Foi este jogo o primeiro tido como “interactive fiction”, cujo estilo terminou por render à empresa WARP sua fama. O jogo foi desenvolvido em apenas três computadores Amiga e seus gráficos tridimensionais foram considerados um feito impressionante, devido à pequena quantidade de desenvolvedores envolvidos neste projeto. Com isso, o jogo impulsionou games de sobrevivência e horror, FMV, movimentos pré-renderizados e puzzles inseridos na atmosfera de violência e canibalismo. Baseado em uma perspectiva de primeira pessoa, o jogo é baseado na técnica de full mo-

tion vídeo, ou seja, captura de imagens de movimentos reais que são transplantedos para o computador por meio de CGI (computer generated imagery) de aspectos tridimensionais. Esta técnica foi desenvolvida inicialmente na área da medicina, mas, uma vez que a indústria midiática notou as possibilidades desta técnica, procurou utilizá-la para propiciar melhores imagens de movimentos anatômicos. Tida como a técnica que dá sequência à clássica animação de desenhos, a CGI permite que sejam construídos perfeitos mundos virtuais que simulam um ambiente interativo por meio de personagens que são chamados avatar; algo que viria a ser muito explorado por Kenji e sua equipe.



GAMEPLAY

Em resumo o jogo consiste em controlar a protagonista Laura Harris na busca por libertar reféns feitos por seu pai ensandecido em um hospital. Com isso, o jogador tem duas horas para resolver o motivo pelo qual o pai de Laura cometeu este sangrento massacre e, para isso, o jogador alternará sua interação em perspectiva de primeira e terceira pessoa. Desta maneira, o jogo lança esta heroína por cenários perturbadores e é permeado por puzzles imaginários com características psicóticas e um roteiro intrincado. Tudo encadeado por uma trilha sonora e efeitos que reforçam uma imersão do jogador, sem fazer uso dos efeitos explosivos e quilos de munição, no estilo hollywoodiano.

O game apresenta diversos finais, dentre os quais um por finalização do tempo, o final bom, o final mal e, por fim, o final com 100% do game completo. Este último é marcado pelo som de um recém-nascido chorando e levou alguns jogadores a concluir que a protagonista do jogo (que não apresentava sinais de

gravidez) teria dado à luz um filho no fim do jogo, o que levaria a uma sequência.

D foi em um primeiro momento lançado para 3DO e posteriormente adaptado para Playstation, Sega Saturn e computadores pela empresa Acclaim. O jogo teve enorme porcentagem de vendas no Japão, todavia, teve pouco sucesso para Playstation. Existem rumores que falam sobre a incapacidade da Sony em atender a demanda de cópias “pre-orders” para este console. Em entrevista para o site de notícias especializado em games 1UP.com, durante o ano de 2008, Eno afirmou ter ficado muito decepcionado com o fato de a Sony não ter atendido aos 100.000 pedidos dos varejistas, devido a enorme importância desta negociação para a jovem e pequena empresa WARP:

”So the sales people had gotten 100,000 pre-orders from retailers, but Sony wasn’t able to manufacture all of them. I was very pissed about that, because one title like that for a small company is very important. If that game doesn’t sell well, then that’s very bad for the company.”

SÊNIORCLASSICO

Até mesmo nos créditos do jogo podemos notar uma iniciativa diferenciada, já que os nomes da equipe colaboradora são apresentados com uma trilha sonora e acompanhados por slides de imagens. Segundo o próprio criador, esta foi uma saída que encontraram para o problema de pouca verba para o marketing e, com isso, deixar os jogadores a par destas mentes que habitam por trás de um bom jogo.

O gameplay de D é absolutamente inovador e força o jogador a enfrentar toda a aventura em desvendar este jogo do início ao fim em apenas “uma sentada”. Neste interim você deve guiar Laura para fora de Los Angeles e se engendrar pelas loucuras de um castelo, que é palco de um pesadelo bizarro; caso contrário, o jogo leva o jogador uma vez mais pelo início da empreitada. Por este motivo, este jogo demanda a mais completa atenção do seu jogador, ao mesmo tempo em que é uma importante representação do processo de atualização na intera-

ção do homem e seus meios de entretenimentos audiovisuais, já que este passa da mera condição de espectador/utilizador à posição de um protagonista que tem o poder de controlar a sequência de cenas e, com isto, interferir nos possíveis desfechos desta história.

Imagens do game D e de sua tela inicial



ANÁLISE DO JOGO

Este jogo dialoga diretamente com a linguagem cinematográfica e faz largo uso de tomadas em close up com objetivo de aumentar a intensidade emocional das sequências sobre o jogador. Além disso, a predominância de cores escuras e espaços fechados vêm por reforçar um sentimento de ansiedade e insegurança no jogador que, nunca sabe o que esperar no próximo corredor, no qual você não encontra lugares para fugir.

Ainda falando sobre esta linguagem cinematográfica, é interessante perceber que as animações trabalham com vários planos sequenciais dotados de câmeras em movimento e estáticas. Um exemplo disso é o momento em que Laura adentra pelo hospital (logo nos primeiros instantes do jogo) onde uma câmera posicionada próximo aos pés do avatar se distancia por trás da personagem e se desloca para a direita até um plano aberto, que passa sobre o



Sequência da entrada de Laura no Hospital



Grua de filmagem

hospital e termina na contraposição entre a cúpula da construção e a Lua cheia, no background. Esse movimento é uma clara imitação do movimento que é realizado com auxílio de um mecanismo chamado grua e neste momento ajuda a construir a tensão da narrativa, onde a protagonista se dirige para um futuro incerto. Vale a pena prestar atenção no foco dado ao som dos passos de Laura, que ecoam em meio ao mórbido silêncio da entrada do hospital.

SÊNIORCLASSICO

Contudo, este é só o início de uma aventura que ganha aspectos surreais à medida que Laura entra pela mente deturpada de seu progenitor, passando a vagar pelo antigo castelo, enquanto se vê rodeada por lembranças que, assim como sugere o título, levam por uma sala de jantar. Contudo, para uma boa apreensão do jogo, é fundamental ter em mente que os gráficos poligonais e a movimentação lenta eram a tecnologia de ponta do período e, por isso, o mais perto que se poderia chegar a um jogo que imita a realidade.

O momento em que Laura se vê perseguida por uma bola de pedra numa corrida pela escadaria espiralada, revela a criatividade do trabalho de Eno que alterna a visão em primeira pessoa da personagem, com cenas que simulam uma câmera que encerra o plano americano e outra à frente da protagonista, onde a esfera parece se aproximar cada vez mais de nossa heroína. Esta sequência ganha ainda maior intensidade com a música que ganha maior velocidade e potência, à medida que este perigo se aproxima de Laura.



Cena de Laura correndo da gigante esfera pela escada espiralada. O plano americano consiste em enquadrar o personagem dos joelhos para cima.



Cena de uma bola de pedra que persegue a protagonista contribui para o clima de tensão do jogo



O encontro de Laura com o quadro da jovem garota (*imagens ao lado*) é uma sequência que marcou este jogo, por ter assustado os jogadores desavisados que esperavam encontrar algum objeto ali. Na tentativa de imitar as pinceladas pesadas de uma obra impressionista, o quadro apresenta o retrato de uma jovem garota.

A seguir se dá a sequência do som de uma risada acompanhada pela expressão do sorriso do assunto da tela e a subsequente interpolação gradual de imagens, até que o quadro se transforma em uma tela que no centro apresenta a forma que sugere uma fogueira cercada por quatro animais: a galinha, o coelho, o cervo e o cavalo.

Aí encontramos mais uma clara referência que retoma o título do jogo, pois é possível interpretar a sugestão de quatro animais (cuja carne serve de alimento para o homem) a cercar o fogo, que representa o processo de assar a carne.



A forma etérea da consciência do pai de Laura é uma presença constante, com seus avisos para que a protagonista abandone sua empreitada, estão sempre acompanhados de uma tentativa de simular a ansiedade da personagem, que parece ofegar



Um dos fatos que trás o sentimento de nostalgia aos jogadores são pequenos detalhes como este. A mídia de CD da época, com seus 700Mb não era capaz de guardar o jogo completo e, por isso, era necessário inserir a sequência para dar continuidade à história

Conforme nos aproximamos do fim, as características psicodélicas do jogo ficam ainda mais evidentes com surtos de memória que apresenta a protagonista em cenas de violência. Além do mais, o jogo dá espaço a breves momentos de ação que depreendem a reação do jogador, como é o caso da cena em que Laura é atacada pela armadura medieval.

Contudo, uma sacada genial deste criador foi inserir os sons que lembram a batida acelerada de um coração, como maneira de tornar mais intensa toda esta situação de batalha, enquanto a protagonista é representada ofegante diante de todo este perigo.

Todo este sistema de batalha é uma das influências diretas para o sistema de jogabilidade de jogos posteriores, como God of War, onde o jogador precisa realizar uma sequência correta em um devido tempo para poder avançar na história.



A cena em que Laura é atacada e o jogador precisa apertar o direcional para a esquerda para poder esquivar. Esta não é uma inovação própria de Eno, pois já se encontrava em outros jogos da época

Os movimentos inseridos na região do tronco da personagem, aliados ao som das batidas do coração, reforçam a ideia do desespero e cansaço que toma a personagem





Neste ponto é preciso dar atenção à grande criatividade desta equipe. É a cena em que a protagonista empunha a espada (*imagem acima*), simulando um close up de Laura cuja face é parcialmente escondida pela espada, a qual forma uma divisão de grade pela tela. Neste plano longitudinal, que tem um ponto de fuga postado na região central da tela, podemos retirar duas interpretações básicas: por um lado, rompe com toda ideia da mulher como um ser indefeso e a coloca como alguém pronto para lutar contra os perigos. Por outro, a parte escondida do rosto da personagem pode ser entendida como uma alusão à seu dilema em lutar pela própria vida e tentar salvar o pai desta condição insana.

A partir de então, o longo puzzle que envolve o pequeno baú nos espetos levará o jogador a atingir o ponto mais alto da torre deste castelo, onde Laura encontra a expressão da consciência de seu pai com aspectos humanos e descobre a grande revelação sobre sua ligação consanguínea com Drácula. Neste momento encontramos o ápice da narrativa, onde os devaneios psicodélicos da protagonista finalmente ganham um encadeamento, o qual revela a enor-

me criatividade de Eno ao trabalhar com um dos maiores tabus para chocar seu público: o ato do canibalismo que a protagonista realiza, ao assassinar a própria mãe! A partir daí o jogador será levado por um dos finais de acordo com a exploração realizada por todo o jogo, podendo incorrer pelo final trágico e maligno ou por colocar fim à maldição que corre por seu sangue. Isso nos leva a concluir o ápice da ideia de um filme interativo apresentado por Eno e sua equipe.

Segundo tudo que falamos, percebemos que realmente o jogo D trouxe grandes inovações para o universo narrativo dos games e demonstrou a possibilidade de introduzir maior profundidade à temática dos videogames.

Um trabalho de proporções gigantescas realizado por uma pequena equipe, dotada de grande criatividade e iniciativa para proporcionar uma experiência única, que seria influência para todo um estilo de jogos; as aventuras de horror.



A cena do ato de canibalismo de Laura surpreendeu muita gente!

GAME

SÊNIOR

Diversão do passado sempre presente!





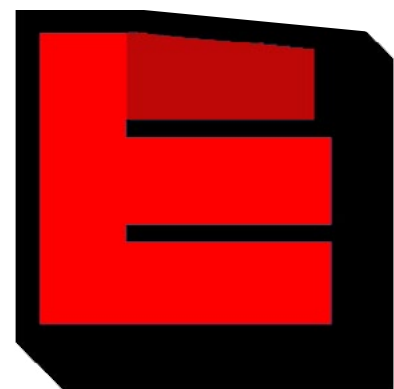
Sexo & Games

Videogames e sexo são prazeres completamente diferentes, às vezes se encontram mas ambos se bastam e não se completam, também um não substitui o outro. Desde o início dos videogames o sexo esteve presente de uma forma ou de outra e sempre gerando polêmica.

texto Tiago Almeida

OPINIÃO SEXO E GAMES

SENSUALIDADE NAS PROPAGANDAS



rotismo e sensualidade estão presentes em todas as formas de comunicação e o sexo está pre-

sente nos videogames desde o início da indústria, direta ou indiretamente. Nem sempre diretamente pelo apelo sexual, mas inserido como personagens sensuais, mulheres semi-nuas ou em materiais promocionais. Muitos jogos exploram o tema de uma forma ou outra e incluem atos sexuais e nudez como motivação, recompensa ou simplesmente como um elemento de gameplay. Durante um bom tempo a indústria dos games acreditou que o seu público era formado por homens, em sua grande maioria jovens adultos. E portanto as propagandas possuíam mulheres semi-nuas, muitas vezes totalmente fora do contexto do jogo, e insinuação sexual. Anúncios de games são mais ou menos como as Ilhas Galápagos da publicidade, onde as

espécies estranhas e únicas que não existem em nenhum outro lugar, vagueiam livremente.

Computer Space foi um dos primeiros arcades da história, baseado no Spacewar! e criado por Nolan Bushnell e Ted Dabney (fundadores da Atari). É um jogo espacial, mas nada impediu que colocassem uma mulher sensual nas propagandas de divulgação. Por que não há naves ou um piloto espacial na propaganda? O que essa mulher está fazendo ali? Com certeza a intenção não era mostrar que mulheres jogavam ou atrair o público feminino, a função dela era simples: atrair homens.

Para atrair a atenção do público alvo, nada mais chamativo do que colocar uma modelo com um vestido transparente. Pelo menos valeu dar uma "olhadinha" em Computer Space naquela época!



IRRESISTIBLE FORCE

CONTRA™

• TWO PERSON INTERACTIVE PLAY

• CONTINUATION FEATURE

• BUY IN FEATURE

KONAMI

KONAMI INC. - 815 Mittel Drive - Wood Dale, IL 60191
Phone: (312) 595-1443 Fax: (312) 595-2973 Telex: 6871385 KONAM UW

KONAMI® is a trademark of Konami Industry Co. Ltd. Contra™ is a trademark of Konami Inc.
© 1987 Konami Inc. All rights reserved.

O mesmo acontece com **Contra**, jogo de tiro e guerra, na propaganda outra mulher sensual, com “roupa de guerra” e o sugestivo texto “Irresistible Force” (força irresistível). São tantos casos que daria até um livro. A indústria dos games tem todo o interesse em atrair e deixar os homens ligados em seus produtos, porém nada adianta uma mulher sensual na capa de um jogo, se o mesmo for ruim. Basicamente o propósito do conteúdo utilizado nessas propagandas é atrair atenção e aumentar as vendas, pois sexo vende.

JOGOS ERÓTICOS

Apesar das propagandas picantes, um dos primeiros jogos (senão o primeiro) à incluir realmente sexo como tema foi **Softporn Adventure**. Um jogo texto criado por Chuck Benton para o Apple II e lançado pela On-Line Systems, que mais tarde passou a chamar Sierra On-Line, em 1981. O objetivo é coletar diversos itens que permitirá ganhar afeição de uma série de lindas mulheres

(outras nem tanto). Na capa do jogo três mulheres nuas e um garçom em uma banheira de hidromassagem, o suficiente para causar escândalo na época. Apesar da pirataria o jogo ainda vendeu 25000 cópias, mais ou menos equivalente à 25% do total de Apple II vendidos na época.

ON-LINE systems

529.95
DISK 48K
Apple II Plus
or Applesoft in Rom
DOS 3.2 or 3.3

presents

SOFTPORNO ADVENTURE

FOR ADULTS ONLY!

by Charles Benton

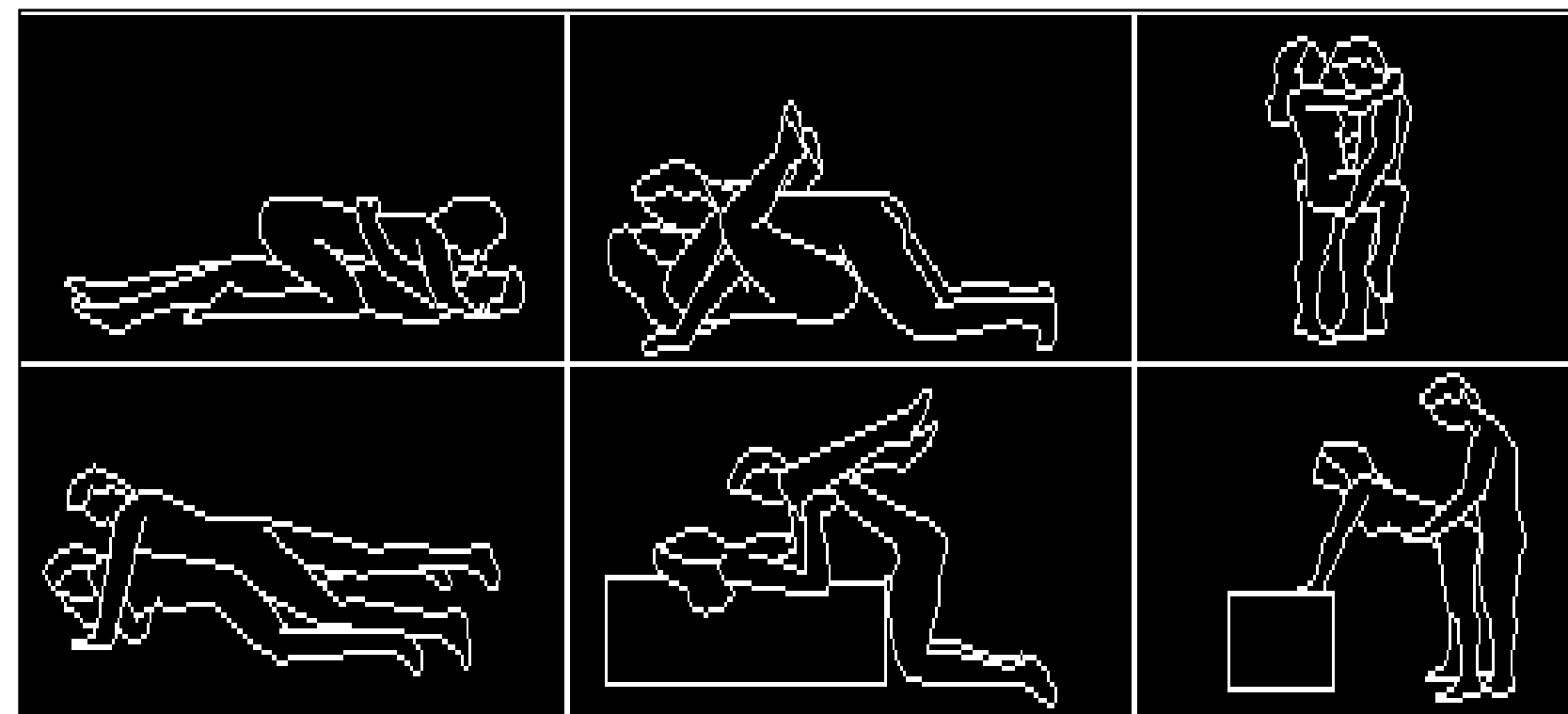
NOTE: This game is R-Rated. It is not suggested for Minors or persons easily offended. It is offered solely for entertainment value. No other purpose is intended or implied by the manufacturer.

Curiosidade: A banheira na foto é de Ken e Roberta Williams (a mulher à direita na foto), fundadores da On-Line, as outras duas mulheres são contadoras da empresa e o garçom era realmente um garçom de um restaurante local.

OPINIÃO SEXO E GAMES

Apesar de ser um jogo adulto de sexo como tema, Softporn Adventure não tinha gráficos, era somente texto. O primeiro título a realmente incluir imagens de sexo explícito foi **Night Life**, lançado pela Koei em 1982 para computadores NEC PC-8801.

O primeiro jogo erótico japonês comercial é uma simples simulação de relação sexual, comercializado como uma ferramenta para ajudar os casais a desfrutar mais de sua vida sexual. A interação do jogador é restrita apenas a algumas opções.



Graficamente era bem simples, mas concordamos que era “bem feito” e dá pra entender perfeitamente o que estava contendo... O bicho pegava em Night Life

Curiosidade: Em Night Life, há uma opção embutida para criar uma agenda com o período menstrual da parceira.

Ao responder a algumas perguntas, o jogador pode escolher um conjunto de posições sexuais que ele está disposto a usar para a relação sexual virtual (essas posições também estão disponíveis como uma “demonstração”, a partir do menu principal do jogo). Depois, o jogador escolhe a quantidade de tempo para cada posição. O que acontece a seguir não é interativo e consiste apenas de uma pequena imagem da posição escolhida no meio de uma tela, acompanhado por um temporizador.

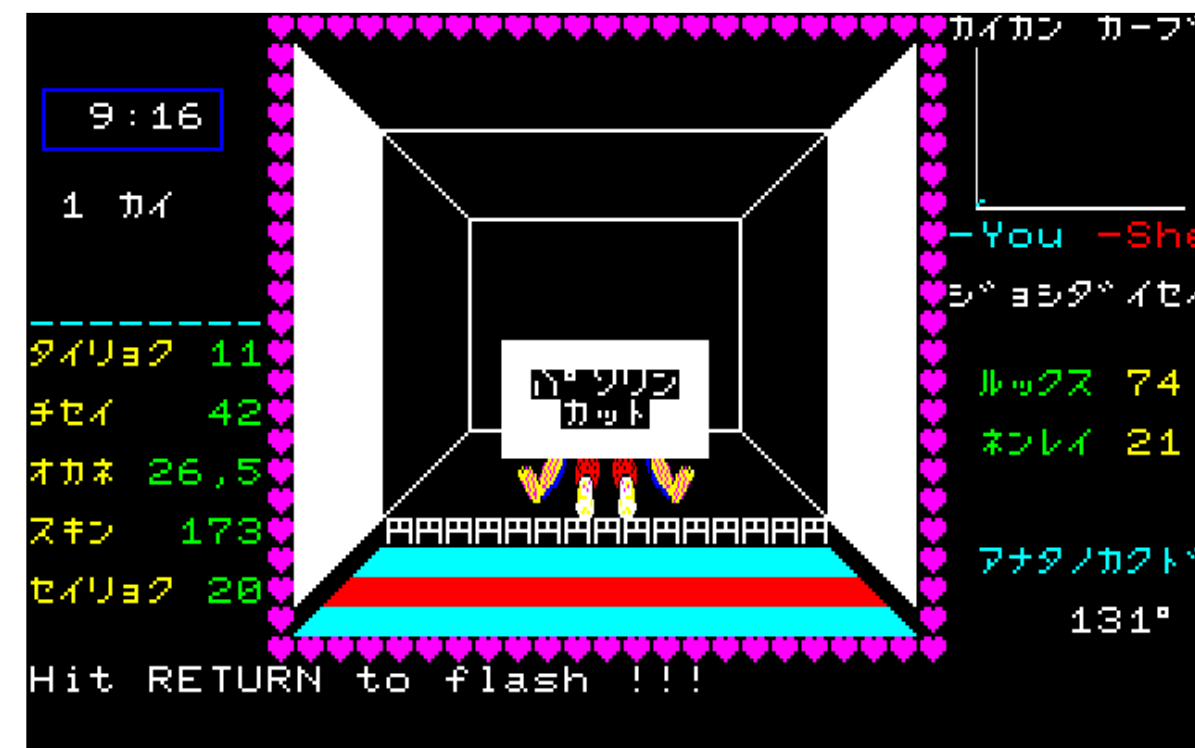
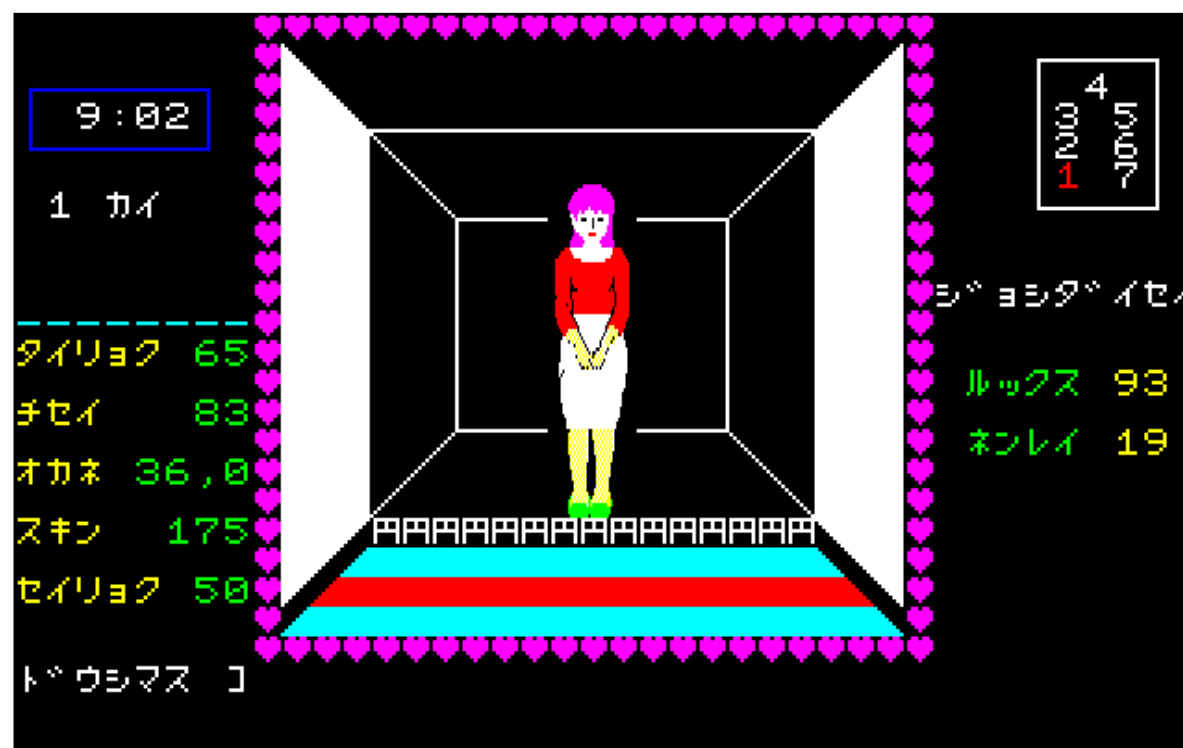
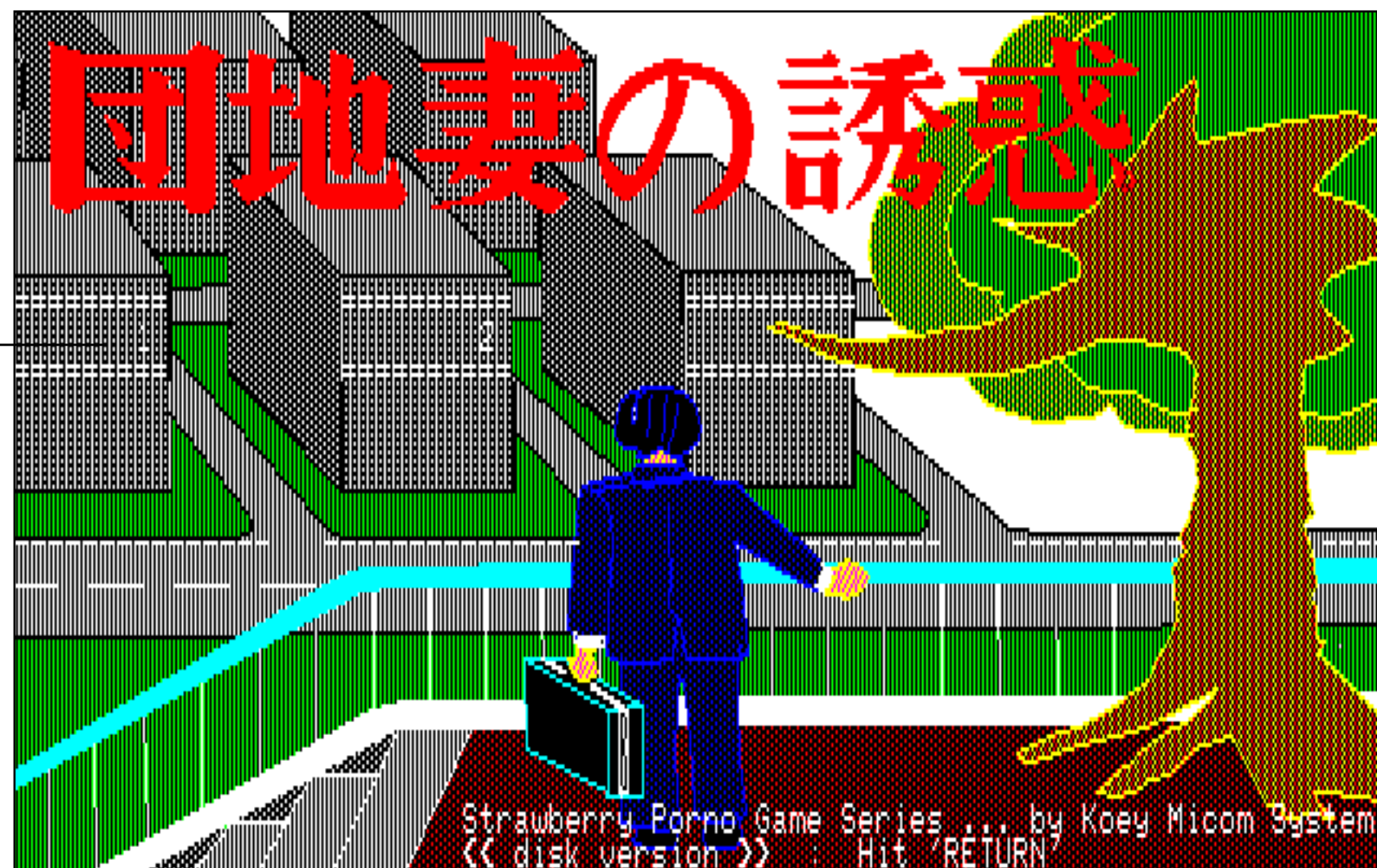
OPINIÃO SEXO E GAMES

No mesmo ano a Koei lançou *Danchi Tsuma no Yuwaku* (Seduction of the Wife Condominium), que era um jogo de aventura com gráficos coloridos, devido à paleta de oito cores do computador PC-8001 NEC. Tornou-se um sucesso, ajudando Koei se tornar uma grande empresa de software.

Outras empresas japonesas como a Square, Enix e Nihon Falcom também lançaram jogos eróticos para o NEC PC-8801 na década de 80. Geralmente tinham histórias simplistas e forte conteúdo sexual, como esturpo. Esses fatores levaram à condenação generalizada desses jogos por meios de comunicação japoneses.

Em alguns dos jogos eróticos, o conteúdo pornográfico tem sentido e é integrado em um enredo cheio de idéias e maturidade, porém em muitos outros jogos são usados simplesmente como uma desculpa para a pornografia.

Danchi Tsuma no Yuwaku foi um sucesso para sua época e levou o mundo dos jogos eróticos para um nível mais "colorido". Os japoneses sempre estiveram a frente, principalmente quando o assunto é sacanagem!

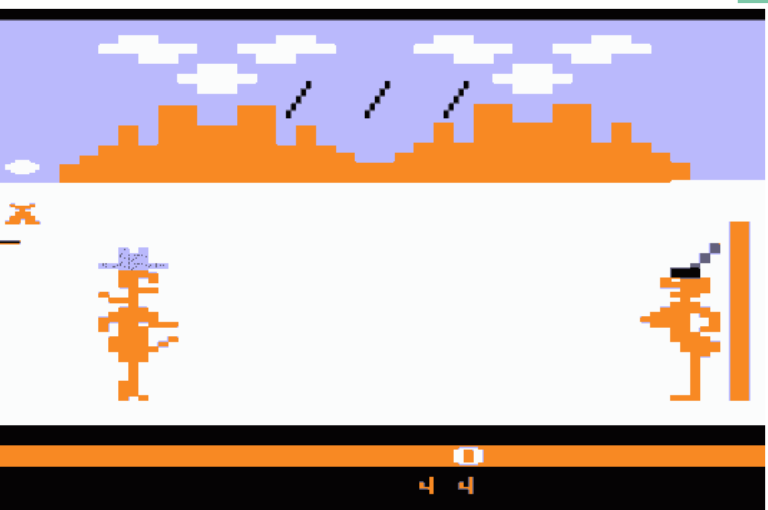
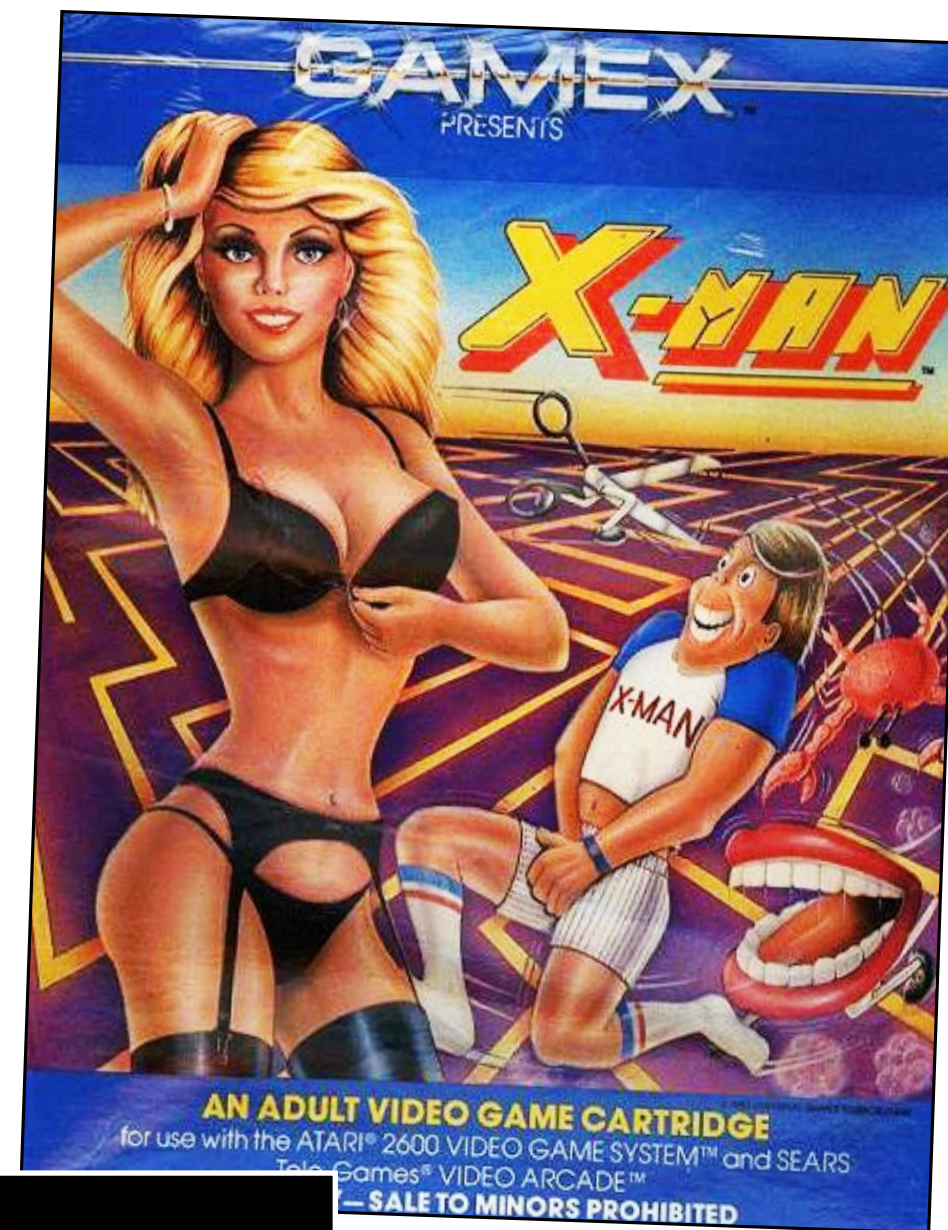


OPINIÃO SEXO E GAMES.....



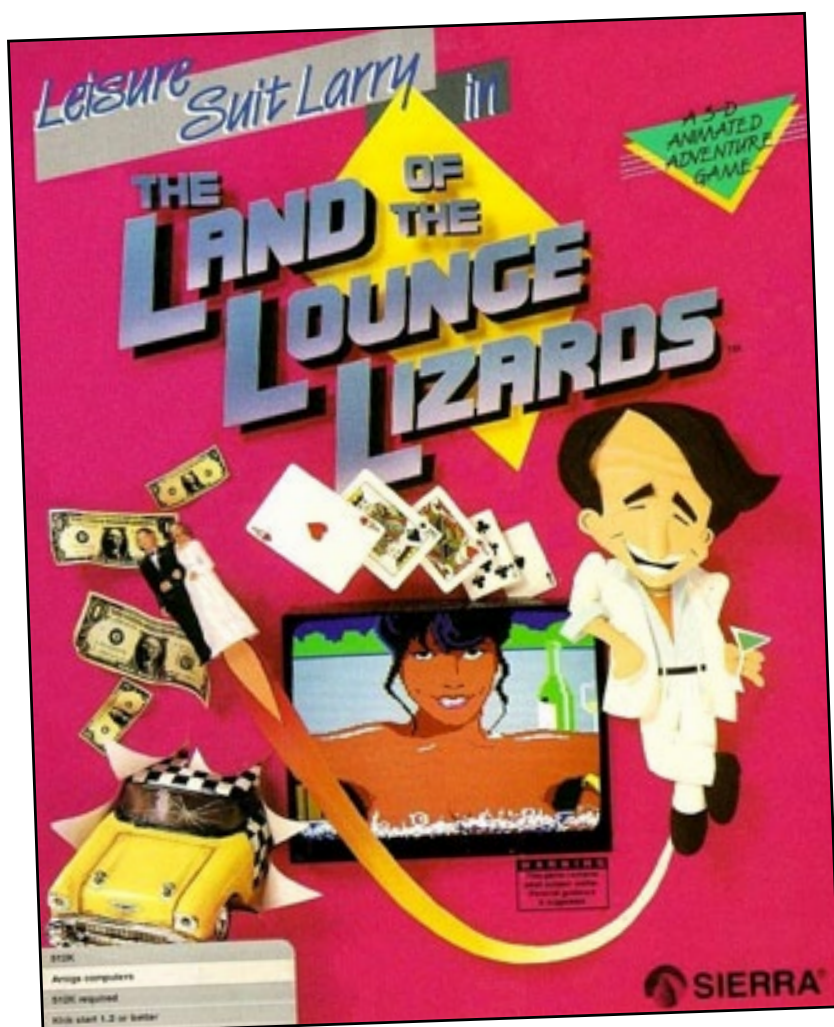
No início da década de 80 a desenvolvedora de jogos Mystique, que foi criada a partir de uma empresa que produzia filmes pornô, lançou diversos jogos pornô para o Atari 2600 aproveitando da falta de controle da Atari sobre publicações dos seus jogos para seu sistema.

Dentre os jogos lançados *Custer's Revenge* talvez seja o mais polêmico. O tema é fortemente inspirado no general Custer que morreu em uma batalha desastrosa contra nativos americanos. O objetivo do jogo é levar o general Custer até uma índia presa em um cacto e estuprá-la, desviando de flechas no caminho. A recepção foi bastante negativa, gerando protestos de vários grupos, nativos-americanos, mulheres, etc. Havia outros jogos pornô para o Atari 2600, como *X-Man*, *Burning Desire*, *Jungle Fever*, *Knight on the Town* e *Beat Em and Eat Em*. Esses jogos eram vendidos longe das vistas das crianças e até mesmo em sex-shops.

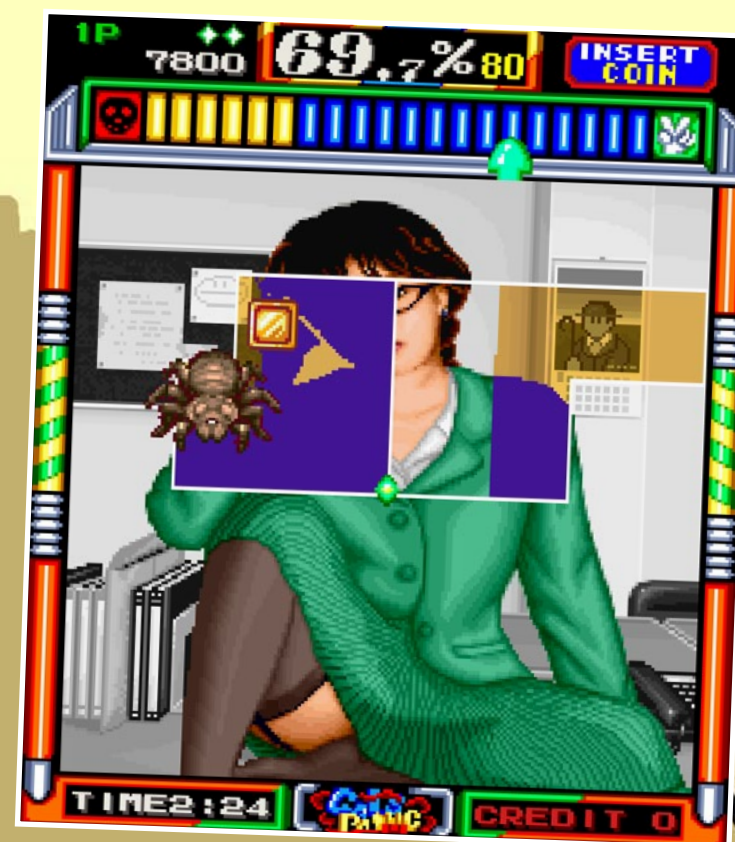


OPINIÃO SEXO E GAMES

Em 1987 Al Lowe criou um dos jogos mais bem sucedidos da Sierra e um dos mais memoráveis jogos adultos, o *Leisure Suit Larry*, tendo jogos lançados até 2013. Na aventura o personagem Larry Laffer, um semi-careca de 40 anos, tenta convencer belas mulheres a ter sexo com ele, normalmente falhando. A série teve origem e foi inspirada no adventure Softporn Adventure também da Sierra, citado anteriormente.



OPINIÃO SEXO E GAMES



Não foi só os computadores que receberam títulos eróticos, em 1990 a Kaneko lançou *Gals Panic* nos arcades (*imagens acima*), um jogo do gênero eroge e uma variante do puzzle Qix, onde o objetivo é descobrir a silueta da garota de plano de fundo, fazendo desenhos até que mais de 80% esteja descoberto, se for concluído com sucesso a foto da bela garota em pose sensual é descoberta totalmente. A série ainda contou com versões para consoles, *Gals Panic SS* (Staturon) e *Silhouete Stories* (Playstation).

Um caso que gerou bastante polêmica e é lembrado até hoje é o mod *Hot Coffee* para *GTA San Andreas*. O mod foi criado a partir de uma descoberta de arquivos inutilizados do jogo, nesses arquivos continham um mini-game de sexo. O mod gerou grandes dores de cabeça para a Rockstar, criadora do jogo, pois políticos e advogados fizeram pressão para que o *GTA: San Andreas* recebesse outra classificação. O jogo foi recolhido das prateleiras e a falha corrigida, mas nada impediu que os jogadores dessem um jeitinho e ativassem o mod novamente. A “falha” também foi descoberta nas versões para Playstation 2 e Xbox.



OPINIÃO SEXO E GAMES.....

São inúmeros jogos que possuem conteúdo erótico ou nudez e praticamente toda plataforma recebeu um título com este conteúdo. Por exemplo, *Hot Slots* (imagens abaixo), Bubble Bath Babes para NES, Dökyūsei 2 para Super Nintendo, Divine Sealing e Phelios para Mega Drive/Genesis só para citar alguns.

Jogos que já são lançados como erótico e com a devida classificação adulta nem sempre representa problema ou polêmica. No entanto, quando alguns jogos exploram o sexo ou mostram alguma nudez, a polêmica é grande. Para a maioria dos pais, ver o filho jogando Call of Duty ou Battlefield é absolutamente normal, porém se o mesmo garoto é pego jogando algum mini-game “picante” de *God of War*,

como é o caso dessa imagem, o mesmo terá problemas. É muito normal ver cenas de gente perdendo membros, mas sexo ainda é tabu. Então muitas vezes você vê cenas absurdamente fortes que envolve violência em alguns jogos, mas quando aparece uma cena de sexo o jogo recebe uma classificação alta e arrisca a nem sair das prateleiras.



REPRESENTAÇÃO DE GÊNEROS

A representação de gêneros nos videogames, assim como em qualquer outra mídia, é objeto de estudo e bastante controvérsia. Sem dúvida personagens masculinos são representados em grande maioria nos jogos, até mesmo aqueles cujo não há nenhum esteriótipo ou indicação de gênero são por padrão masculinos, como o grande e destemido “quadrado” guerreiro do Adventure (Atari 2600).

Apesar do Pac-Man não ser um personagem feminino Toru Iwatani, criador do jogo, revelou em diversas entrevistas que o jogo foi feito para ser interessante ao público feminino dizendo: *"quando pensamos em coisas que mulheres gostam, pensamos sobre moda, adivinhação, comida ou namorados. Então eu decidi que o tema do jogo seria comida, pois após as refeições as mulheres gostam de sobremesa"*. As noções culturais de Iwatani sobre mulheres não tiveram muita influência ou importância no

jogo final (ainda bem!) e Pac-Man se tornou um dos maiores ícones pop. Com certeza a razão do sucesso não foi pela pré disposição genética das mulheres *"gostarem de comer sobremesa"* mais que os homens. Quando existe um personagem feminino nos jogos são retratadas como objeto sexual ou dependente dos personagens masculinos, a típica donzela em perigo, como a princesa Zelda e a Peach de Mario.

O primeiro personagem feminino jogável foi *Ms. Pac Man*. O jogo foi criado a partir de um kit não oficial que posteriormente foi adquirido pela

Midway (distribuidora da Namco nos Estados Unidos). A Midway estava impaciente com a demora no lançamento do próximo jogo do Pac-Man, então decidiu-se partir para o desenvolvimento de Mrs. Pac Man. Stan Jarocki afirmou que o jogo foi concebido para agradar ao público feminino, pois Pac Man foi o primeiro jogo comercial a envolver um grande número de mulheres como jogadoras. Apesar de receber diversos prêmios e se tornar um dos jogos mais populares de todos os tempos, a senhora Pac Man não teve tanto apelo para as mulheres e inclusive recebeu críticas de grupos feministas. A caracterização é

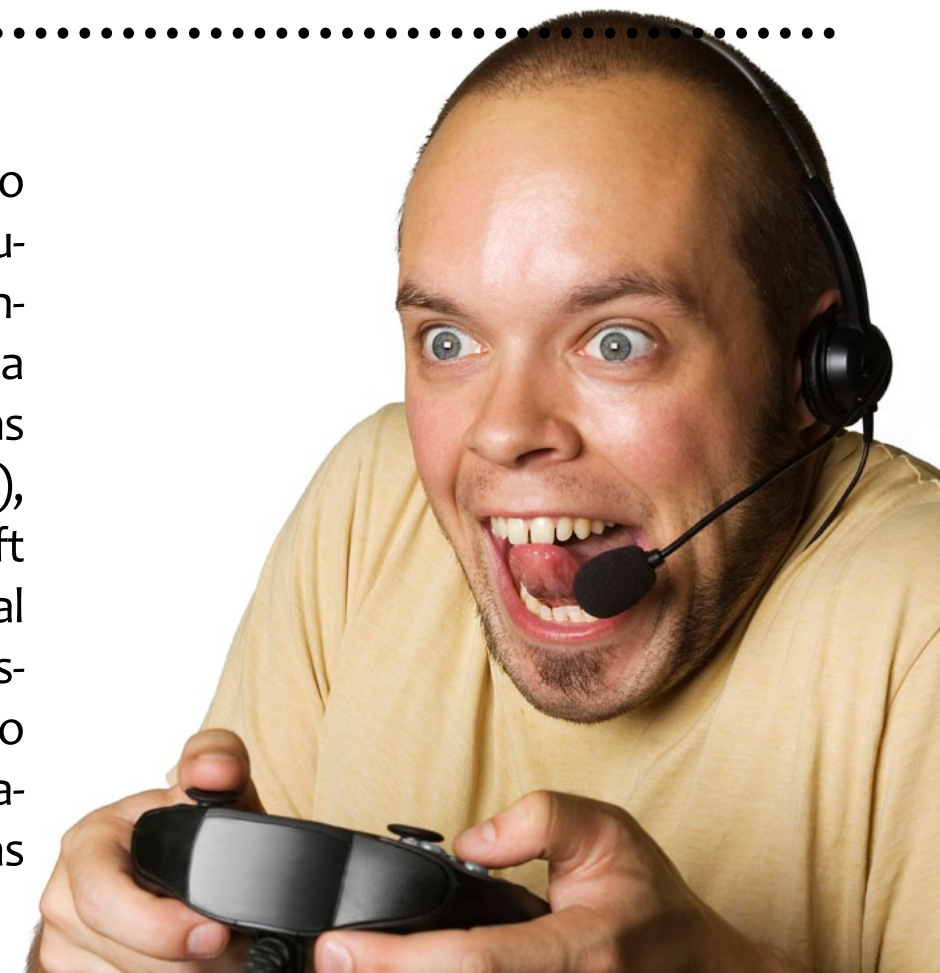
evidente, o laço no cabelo, a maquiagem, baton, o sapato, etc. Enquanto o Pac Man original não precisou de nenhum adereço para indicar um personagem masculino, a Mrs. Pac Man recebeu todos esses acessórios para que ficasse bem claro que se tratava de um personagem feminino. Basicamente os personagens femininos são contra-partes dos masculinos, porém com adereços e caracterizações, como laços, batons e etc. Enquanto vários personagens masculinos tem personalidades diferentes, os personagens femininos tendem apenas a representar um gênero.



OPINIÃO SEXO E GAMES



Em muitos jogos as personagens são sexy e possuem um grande apelo visual, no entanto, há uma grande diferença entre uma personagem feminina ser sexy ou sexualizada. Personagens como Morrigan Aesland (Darkstalkers), Helena (Dead or Alive 2) ou Lara Croft (Tomb Raider) deixam bem claro qual é a audiência alvo, os homens. A indústria assume que sexy é sexy para todo mundo, mas o que acontece é a sexualização, onde as maiores vítimas são as personagens femininas.



A mensagem é clara. Homens são os normais, as mulheres a variação. Homens são o centro e a mulher, periférica. Homens são indivíduos e as mulheres apenas tipos. Homens definem uma história e códigos de valores. As mulheres existem apenas na relação aos homens.

Porém existe alguns bons exemplos de personagens femininos que possuem personalidade bem definida e não são somente uma representante de gênero. Claire, por exemplo, personagem de Thomas Was Alone (PS3, PS

Vita e PC) um jogo indie de plataforma, é um cubo azul sem nenhuma caracterização ou esteriótipo sabemos que é uma personagem feminina pelo nome e a narrativa. Em Towerfall (2013, PC, Ouya e PS4) metade dos personagens jogáveis são femininos, além disso as personagens “The Last of Order” vestem azul enquanto os personagens Assassin’s Prince vestem rosa. Outra personagem que resiste ao esteriótipo de gênero é a Mi Sprocket de Knytt Underground. Nestes exemplos vimos que é possível retratar personagens femininos sem adereços ou esteriótipos.



CONCLUSÃO

O sexismo faz sentido em questão do gênero o homem é lógico e racional e a mulher é sentimental. O que atrai o público feminino aos jogos em sua grande maioria é a arte, seja por algum apelo visual ou musical.

A indústria dos games ainda não sabe lidar com o sexo, ainda é um tabu e os desenvolvedores às vezes possuem

um receio de incluir algum conteúdo deste tipo em seus jogos. Não só a mentalidade da indústria precisa ser repensada, mas também, a crítica e os próprios consumidores.

*Afinal
por que a
violência é
aceitável mas
o sexo não?*



GAME

SÊNIOR

Diversão do passado sempre presente!

RECOMENDA

CLICK, ACESSE E PARTICIPE!



WSD



COMUNIDADE
MEGA DRIVE



RETRO PLAYERS

RETROAVENTUREIROS DESBRAVANDO RETROMUNDOS



NINTENDO BLAST



Легко é
Брать SENIOR
КЛУБ