

N. 4 V. 1 - SET 2022

GLYP



TODON

M A G A Z I N E

RESENHAS

- Street art
- Cultive

PROMOS

Uma nova e desafiadora
masmorra para Paper Dungeons

ESCOLHENDO O NOME

Saiba como são escolhidos
os nomes dos jogos que você ama

ELETRIKA

Entrevista com o autor

SUMÁRIO

4



Entrevista
Lucas M. Rodrigues

Escolhendo
o Nome



10

15



Promo - Paper
Dungeons

Faça parte da
Revolução Verde



17

20



Seja o Rei das Ruas

No que estamos trabalhando



24

Redator e Editor: Márcio Botelho
Diagramadora: Andreza Farias
Revisor: Thiago Leite
Gerente-geral: Diego Bianchini

ENERGIA PARA FECHAR O ANO

O ano de 2022 ainda não acabou, mas com toda a certeza ele entrará para a história como um dos momentos mais intensos e complicados do século XXI. Isso está ligado a uma série de fatores: crise climática que vem causando uma série de problemas como secas intensas, tempestades muito acima do esperado e desertificação; desestruturação das cadeias de valor global e dificuldades para manter os fluxos comerciais; guerra no continente europeu e todos os horrores ligados a isso; inflação em diversos países e a perspectiva de que a economia mundial entrará em um momento de desaceleração acentuada.

Existem vários elementos que ajudam a explicar esses problemas, porém chama a atenção a importância que a energia vem desempenhando em todas essas crises. A perspectiva da falta de energia vem trazendo dificuldades para diversos setores da economia, estimulando empresas e governos a buscarem alternativas que possam suprir suas necessidades de maneira limpa e ecologicamente correta.

A indústria dos jogos de tabuleiro não está em uma bolha fora da realidade, e por conta disso foi duramente afetada por esse cenário internacional de instabilidade: aumento nos custos de produção, consumidores mais exigentes e maior competitividade desafiam autores, editoras e fabricantes de jogos no mundo todo.

Em um momento como esse, a criatividade se torna uma força ainda maior, pois diante de novos desafios as velhas soluções já não são suficientes.

Novas abordagens temáticas conectadas a uma realidade mais complexa e plural, como visto em *Street Art* e *Cultive*, assim como jogos que utilizam regras que se baseiam na tradição, mas que expandem suas possibilidades, como *Marajoara*, são produtos capazes de se destacar em meio a um cenário em franca transformação.

E para um mundo no qual a energia se torna cada vez mais importante, *Elektrika* possui o potencial de nos mostrar como o mercado de energia pode ser desafiador e ao mesmo tempo fascinante.

O futuro é incerto, mas com toda certeza ele será eletrizante.



Entrevista

Lucas M. Rodrigues

Por Márcio Botelho

O desenvolvimento de jogos é um processo longo e bastante trabalhoso. São meses, muitas vezes anos, de pesquisas, testes e avaliações. Se tudo der certo, ao final do processo, teremos um jogo de qualidade e que pode divertir pessoas no mundo todo.

Lucas Machado Rodrigues conhece bem as dificuldades desse processo. Fundador do Goori DesignStudio e criador de *Eletrika*,

próximo lançamento a fazer parte do Glyptodon Game Studio, Lucas é um designer talentoso e que conseguiu elaborar um jogo de tabuleiro que mistura construção de rotas, colocação de peças e um bocado de especulação imobiliária.

Nessa entrevista falamos da trajetória do autor, do desenvolvimento do jogo e das expectativas em relação ao seu lançamento.



Quando se iniciou a sua relação com os jogos de tabuleiro modernos?

Acho que minha relação com os jogos de tabuleiro se iniciou de um jeito um pouco diferente das demais pessoas que entram no hobby. Em 2014 eu e uns amigos estávamos envolvidos em alguns projetos de design dentro de uma incubadora. Outra empresa que trabalhava com impressão 3D estava com tempo de produção ocioso e nos pediu, de modo meio aleatório, que desenvolvêssemos um jogo de tabuleiro com componentes voltados para a impressão 3D. Para quem entende um pouco de design e processos de produção sabe que isso não poderia dar mais errado. Nós mergulhamos em muita pesquisa de campo para desenvolver um jogo que naturalmente não poderia ser bom. E foi isso que aconteceu, fizemos um jogo ruim que nunca viu a luz do dia. Mas eu acabei me interessando pelo universo dos jogos, comecei a participar de eventos e jogar uma diversidade de jogos.

Minha esposa foi muito parceira. Íamos ao menos uma vez por semana na luderia da cidade para experimentar algum jogo novo.

Que tipo de jogo mais desperta sua atenção como jogador?

Em geral prefiro jogos onde a montagem do jogo faça parte da ação de jogar. Ver a cena de jogo se formando é algo muito divertido. Comparar a simplicidade do ponto de partida para um cenário complexo no fim de jogo é algo que me atrai. Em contrapartida eu fujo um pouco de jogos com setup muito burocrático e longo. Acho que sou o tipo de jogador preguiçoso (risos). Sei que existem jogadores que adoram um setup complexo, ficam horas montando o jogo antes da galera se sentar para jogar. Este definitivamente não sou eu. Acho que o Eletrika acabou saindo com essa característica pessoal minha. Você pode abrir a caixa e já começar a jogar, com poucas ações de setup, e o jogo é montado no processo. Isso não tem a ver com a complexidade do jogo em si. Já vi jogos super simples com um setup monstruoso e jogos extremamente complexos com poucos componentes, ou quase nenhum. Só para citar um exemplo do Glyptodon Game Studio, o Paper Dungeon é um jogo muito divertido com um setup muito simples e ao final é possível traçar o seu progresso ao longo do

jogo apenas observando seus rabiscos, a mecânica base favorece isso. Não precisa de um monte de componentes, nem de horas de setups intermináveis.

Em que momento você decidiu desenvolver seus próprios jogos?

Na verdade, a frustração da minha primeira experiência desenvolvendo jogos fez com que eu me colocasse um desafio: aprender, jogar e criar. Tomei muito gosto principalmente pelo “aprender”. Eu particularmente não sou um colecionador de jogos, o que pode deixar alguns mais ortodoxos chocados. Mas a teoria dos jogos em si é algo que tenho na minha estante. Aprender a teoria dos jogos é fabuloso e mais fabuloso é quando você vê toda essa teoria se materializar numa mesa de jogo.

Então posso dizer que decidi criar meus próprios jogos porque tinha o desejo de materializar esses conceitos teóricos.

Eletrika será seu primeiro jogo publicado? O que os jogadores podem esperar dele?

Sim, Eletrika será meu primeiro jogo publicado. É um jogo leve, de entrada. É um tipo de jogo que se monta rapidamente e o

tempo passa muito rápido até o fim do jogo. Deste modo acredito que seja um bom jogo de aquecimento, aquele que você põe na mesa enquanto espera alguns jogadores chegarem.

Que tipo de jogador vai se divertir com Eletrika?

Acredito que o jogo deve agradar um espectro bem amplo de jogadores. Desde os mais competitivos até os mais despretensiosos. Além disso o jogo tem uma alta rejogabilidade.

O mercado de jogos de tabuleiro é bastante competitivo. De que forma o Eletrika tenta inovar para chamar a atenção dos jogadores?

Bom, o tema por si só já é interessante. Temos jogos com esse mesmo tema no mercado, mas não com a mesma leveza. Em geral são jogos pesados, não são para todos. Eletrika é diferente, ele é mais acessível. Acho que isso fará com que seja um exemplar muito bom para ter na prateleira. Quem nunca quiz trazer um amigo ou amiga para o universo dos jogos de tabuleiro? Encontrar um jogo acessível e que ao mesmo tempo seja desafiador e justo para diferentes níveis de



jogador é muito difícil. Eletrika consegue se posicionar nesta faixa estreita e rara de jogos.

As mecânicas em si não são novas. É difícil, ou quase impossível, criar uma mecânica nova hoje em dia. Mas a forma como elas estão organizadas faz com que a dinâmica do jogo seja inovadora.

Poderia contar para nossos leitores como foi o desenvolvimento do Eletrika? Qual foi a etapa mais desafiadora do processo?

De certo modo Eletrika seguiu um processo metodológico de desenvolvimento bem completo. Acredito que isso se deva um pouco ao fato de eu ter tido um trauma anterior no desenvolvimento de jogos. Quer dizer: eu não queria que nada desse errado dessa vez e fiz questão de aplicar os recursos de desenvolvimento que eu tinha à mão.

Eu vou dividir aqui o processo de desenvolvimento em algumas etapas.

A etapa 1 é ter um ponto de partida e realmente começar a fazer algo. Pode parecer estranho, mas o ponto de partida no desenvolvimento de jogos pode ser qualquer coisa e nem sempre esse elemento estará presente no final. No meu caso eu parti dos componentes. Eu queria ter essas pequenas peças plásticas representando as estruturas elétricas e comecei por isso. Muita gente parte de um modelo mais abstrato, muitas vezes as regras ou tema. Eu queria partir de algo mais concreto e por isso eu parti dos componentes. Depois eu defini uma dinâmica, ou sentimento, que eu gostaria de gerar no processo de jogar. Basicamente eu queria ter aquela sensação legal de construir algo, não de modo aleatório, mas dentro de regras de um jogo. Em pouco tempo já havia um protótipo jogável feito de papelão.



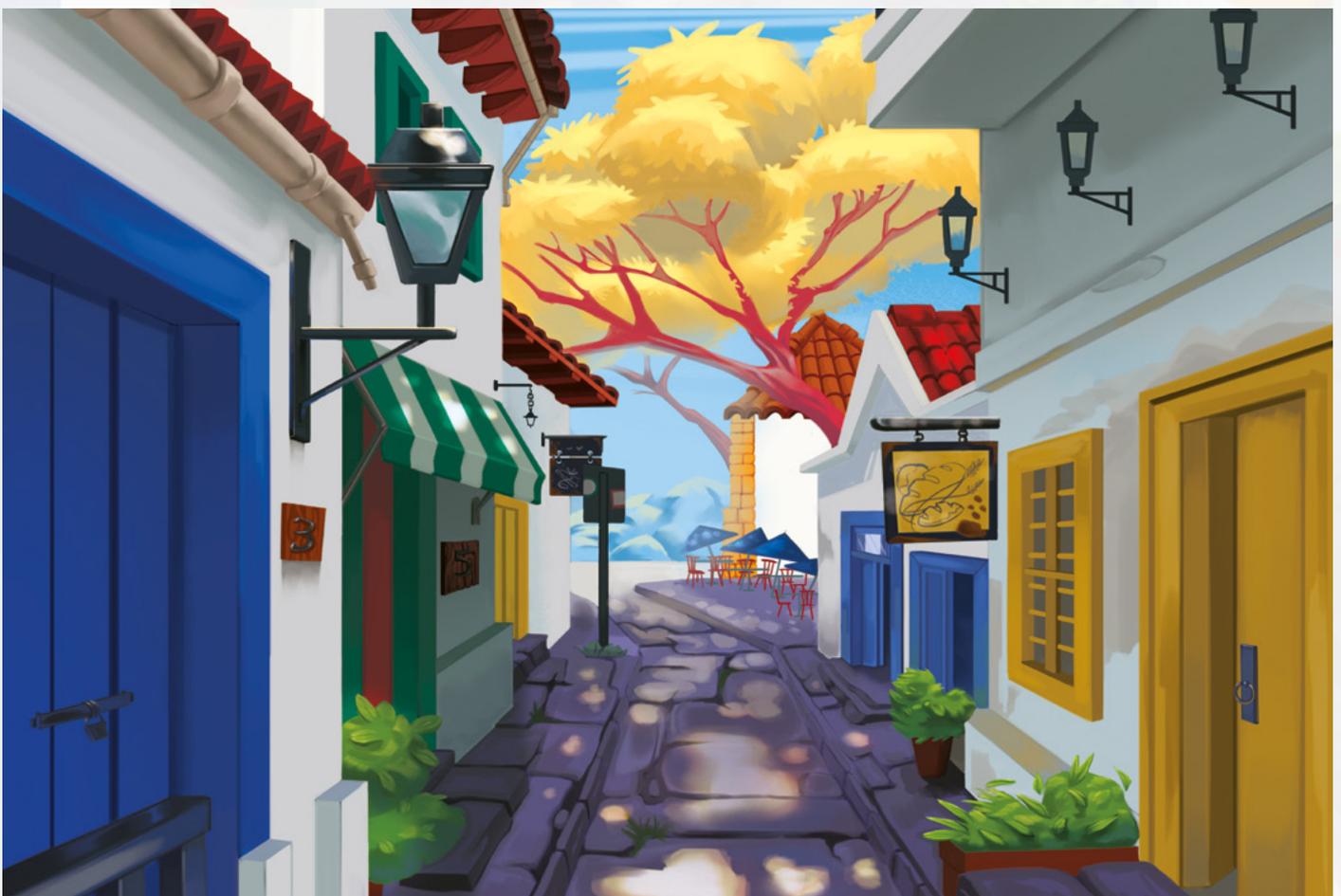
A segunda etapa e talvez a mais importante é levar seu jogo para a mesa. Tem muito chão para o jogo ficar pronto, ele tem muitas falhas, faltam regras, faltam componentes... enfim falta muita coisa, mas isso não pode impedir você de por o jogo na mesa. E foi o que eu fiz. Os primeiros playtests que a gente costuma fazer são solitários, são exercícios mentais para analisar se todas aquelas mecânicas produzem a dinâmica desejada.

É importante dizer que as comunidades de desenvolvedores de jogos ajudaram muito. Os primeiros feedbacks tem de vir de pessoas mais especializadas ou ao menos inteiradas do contexto dos jogos, do contrário você terá feedbacks tendenciosos ou simplesmente não saberá o que analisar no feedback do jogador. Esses primeiros playtests dificilmente atingiam o fim do jogo, pois você tem de alterar o direcionamento constantemente.

Só depois que as regras já tinham uma consistência mínima eu fiz um protótipo mais apresentável e comecei a levar o jogo em

todos os eventos que eu conseguia. Assim foram feitos muitos playtests. Centenas e a grande maioria com algum tipo de registro. Nessa etapa de playtests com jogadores reais é muito importante permitir que os jogadores joguem do modo como acharem melhor e que cheguem ao fim do jogo. No momento de analisar o feedback eu sempre levava em consideração os sentimentos que o jogador produzia ao longo do jogo e ao final dele. Às vezes eram sentimentos relacionados a um componente ou regra específica, do tipo: “esse pecinha aqui me dá ódio” ou “fiquei confuso com essa regra”. Aliás os feedbacks negativos tem de ser os mais importantes, aqueles sobre os quais a gente tem de se debruçar.

A parte visual do jogo também evolui com os playtests. Alguns desenvolvedores não consideram as partes visuais e estéticas importantes ao longo do desenvolvimento e deixam isso exclusivamente na mão de um designer ou editora no final do processo. Mas decidir qual será o tamanho de um componente ou quais cores serão aplicadas faz parte de um bom feedback visual para o



jogador. Essas coisas podem favorecer uma determinada mecânica ou ocultar alguns pontos fracos do jogo. Isso evoluiu bastante durante o desenvolvimento.

Então vamos para a etapa 3. O jogo ainda não está finalizado, mas é preciso dar um ar comercial para ele. Isso inclui fazer um bom sellsheet, limitar dimensões e quantidade de componentes, etc. Lembro que fiz também um vídeo de 8 minutos apresentando rapidamente o jogo. Mande esse vídeo, fotos do protótipo e o sellsheet para várias editoras. Como o material estava bem completo eu recebi muitas respostas: positivas e negativas, até que fechei um acordo com a Meeple BR.

Veja, eu disse que nesta etapa o jogo ainda não estava finalizado. Então entramos na etapa 4, que é realmente fazer os arremates das regras e componentes. Neste ponto o time da Glyptodon foi essencial. É o toque profissional que o jogo precisa para realmente ser comercializável e ver a luz do dia. Aqui também entram diversos playtests, mas novamente é com o pessoal mais especializado, o balanceamento, refinamento, decisão de cores, está tudo

nesta etapa. Depois disso o processo fica inteiramente com a editora e a equipe de design que fez um excelente trabalho nas peças gráficas.

Ah, não quero esquecer de mencionar que parte do desenvolvimento do jogo foi realizado durante a pandemia. Assim, as plataformas digitais de prototipagem tiveram um papel importante. Isso possibilitou que o jogo continuasse a ser testado mesmo com o isolamento.

Então se tem algo para tirar de tudo isso é que Eletrika foi testado muitas e muitas e muitas vezes. A evolução do jogo vem desses testes e da aplicação de conceitos teóricos para resolver problemas práticos que o jogo pudesse apresentar.

Em que estágio o jogo se encontra neste momento?

Eu já tenho um exemplar de prova de produção na minha estante, então acho que em breve as pessoas vão poder apresentar esse jogo para suas mesas. Espero que proporcione horas e horas de diversão.



ESCOLHENDO

O NOME

Por Márcio Botelho

Já parou para pensar em como é difícil escolher um nome?

Não importa se estamos falando de uma banda de garagem, de uma empresa ou de sua primeira filha, em qualquer um desses casos a escolha do nome faz toda a diferença e traz impactos profundos: pode ser que você não goste de música, mas aposto que você conhece os *Beatles*, porém é possível que nunca tenha ouvido falar do *The Quarrymen*, a banda formada por John Lennon e Paul McCartney que deu origem ao mais famoso quarteto de Liverpool.

Claro que um nome por si só não é capaz de criar o sucesso, entretanto uma boa escolha ajuda a capturar a atenção das pessoas. O escritor norte-americano Philip K. Dick

(1928 - 1982), autor que se destacou pelas obras de ficção científica, sabia muito bem como nomear os seus livros.

Os títulos das obras de Dick funcionam de diversas formas: apresentando o conceito e nos preparando para o que está por vir (*Andróides sonham com ovelhas elétricas?*) criando expectativas a respeito do que vamos descobrir durante a narrativa (*O Homem do Castelo Alto*); ou sendo estranhos e inusitados e despertando a nossa curiosidade (*Ubik*).

Quando falamos da indústria de jogos, os nomes assumem uma importância ainda maior. Um bom nome é fundamental para o impacto de um jogo, sendo importantíssimo para capturar a atenção em um mercado consumidor cada vez mais competitivo e cheio de lançamentos.

Quando escolher o nome do jogo?

O processo de desenvolvimento de um jogo é árduo, muitas vezes lento e demanda a atenção e o talento das diversas pessoas envolvidas em sua elaboração. Sendo assim, é normal que a seleção do nome só aconteça em um estágio de desenvolvimento mais adiantado, quando o tema, o núcleo mecânico e o público-alvo estão delineados.

Até que essa escolha ocorra, no Glyptodon Game Studio nós adotamos codinomes para os jogos: um título simples e direto que serve para a equipe se referir ao jogo enquanto o nome não está definido.

Um exemplo disso é o *Marajoara*. Antes de receber esse nome, o jogo era chamado de Projeto Resta Um, pois o uso dos dados em um tabuleiro semelhante ao do tradicional jogo de resta um era a característica mais óbvia do produto e que sabíamos que não seria alterada durante o desenvolvimento. O nome Marajoara só surgiu depois da escolha do tema e expressa muito bem o produto: a escavação arqueológica de vasos da cultura marajoara.

Dicas para escolher um bom nome

Escolher um bom nome para seu jogo não é uma ciência exata, mas é possível observar certas tendências de mercado que funcionam bem e vem se destacando nos últimos anos.

O nome precisa ser FÁCIL

Parece uma dica um tanto óbvia, mas é bom lembrar disso: as pessoas precisam conseguir falar o nome do seu jogo (ou ao menos digitá-lo de forma correta no mecanismo de busca da BGG).

Nomes com poucas palavras e de fácil memorização ajudam nesses casos. *Catan*, *Gaia Project* e *Ticket to Ride* são bons exemplos disso: nomes com menos de três palavras, sem segredos para escrita ou grandes dificuldades de pronúncia.

Nomes complicados e/ou rebuscados podem dificultar a busca por mais informações, além de fazer com que os produtores de conteúdo gastem mais tempo tentando adivinhar qual a

pronúncia certa do nome do jogo ao invés de fazer uma boa resenha sobre ele.

Brincadeiras com as palavras - aliterações, rimas e trocadilhos - podem funcionar para ajudar os jogadores a memorizarem o nome do produto, mas é importante ficar atento para não gerar um nome brega.

Nomes longos não são um problema em si mesmos, mas talvez seja necessário pensar em uma sigla para facilitar a vida dos jogadores e produtores de conteúdo. Vemos muitos exemplos disso na indústria dos jogos: *Dungeons & Dragons* (D&D), *League of Legends* (LoL) e *Call of Duty* (CoD) são alguns exemplos de siglas de fácil identificação pelo público.

Caso vá trabalhar com siglas, tome cuidado para não gerar expressões grosseiras ou constrangedoras. Convidar os amigos para jogar *Feiticeiros Ordeiros Destruidores de Armaduras* (F.O.D.A.) talvez seja uma experiência deselegante.

Chame a ATENÇÃO

Você conseguiu desenvolver um bom nome, simples e fácil de pronunciar. Agora é hora de pensar se ele vai chamar a atenção do seu público alvo ou se vai ser mais um na multidão.

Grosso modo, é possível afirmar que o nome de um jogo tem de cumprir ao menos uma de três funções distintas: apresentar o conceito; criar expectativas na sua audiência; fazer com que as pessoas fiquem curiosas a respeito do produto.

Um nome que apresenta o conceito é interessante e causa uma boa impressão, pois é capaz de capturar a atenção da audiência ao mesmo tempo em que serve como introdução para o jogo. Bons exemplos disso incluem *Viticulture*, *Agrícola* e *Terraforming Mars*.

Criar expectativas é fundamental em um mercado cheio de lançamentos e um bom nome pode ajudar nisso. Jogos com nomes de

lugares servem bem para esse propósito, pois ajudam a despertar o interesse do público a respeito de quais aspectos da cultura/ paisagem locais teriam sido efetivamente trabalhados em seu gameplay. Títulos como *Carcassonne*, *Great Western Trail* e *Brazil Imperial* se encaixam nessa categoria.

Por fim, existem aqueles nomes que chamam a atenção devido ao fato de serem “exóticos”, ou em outras palavras, que conseguem despertar a curiosidade dos jogadores devido ao que escondem. *Mansion of Madness*, *Nemesis* e *Lost Ruins of Arnak* são títulos que não entregam muito e geram o desejo por parte dos jogadores de descobrirem os segredos que se escondem por detrás deles.

Seja ORIGINAL

Se sua equipe pensou em um nome muito bom para o jogo que vocês estão desenvolvendo, existe uma grande possibilidade de que esse nome já tenha sido usado anteriormente.

Um nome simples e chamativo é um bom começo, mas agora chegou a etapa mais complicada e que vai exigir muita pesquisa da equipe de marketing: manter a originalidade do nome do jogo. Afinal de contas, vocês não querem que seu jogo seja confundido com um produto que possua um nome semelhante ao da sua criação.

Buscar o nome na BGG, no Google Play e em outras plataformas onde é possível encontrar jogos, como a Steam ou a PlayStore, é um bom jeito de evitar problemas relativos a direitos autorais. Lembre-se de procurar nomes semelhantes ou que possam ser confundidos de alguma forma (se seu jogo se chama *Shadow Realm*, faça uma busca por termos como *Shadow Reign*, *Dark Realm*, *Realm of Shadows* ou outras variações).

Essa preocupação é ainda mais importante em tempos de internet, pois é possível que sua equipe de marketing queira criar um perfil em redes sociais ou um site para alimentar a comunidade ao redor do jogo. Se isso for uma possibilidade real para o projeto, verificar a disponibilidade do nome para o

domínio de seu site ou para suas redes é uma etapa fundamental para manter uma boa comunicação com a sua base de fãs.

PENSE

nas sequências e expansões

Nos últimos 50 anos a indústria cultural nos ensinou uma regra fundamental: uma ideia de sucesso sempre pode ser expandida. Continuações são um investimento seguro para estúdios de cinema, escritores de best seller e editoras de jogos de tabuleiro.

Tendo isso em vista, talvez seja interessante pensar em como o nome escolhido poderá interagir com sequências ou expansões. A opção mais comum é a adoção de algum complemento ao nome original, como *Orléans: Invasão* ou *Azul: Pavilhão de Verão*, mas também é possível investir em nomes completamente novos, como visto na trilogia do *Reino Ocidental* de Shem Phillips.



Um estudo de caso: de **GRAFITTO** à **STREET ART**

No segundo semestre de 2020 o designer de jogos Rennan Gonçalves e a editora brasileira MeepleBR estabeleceram uma parceria para o lançamento de *Grafitto*.

Grafitto é um jogo de tabuleiro que tem como tema a cultura do hip hop, com destaque para o grafite e para a forma como essa manifestação artística se relaciona com os espaços urbanos das grandes cidades.

O nome escolhido para o jogo nos pareceu cumprir todos os critérios que apresentamos aqui: fácil de ler e escrever; diferente a ponto de chamar a atenção do público ao mesmo tempo em que apresenta o jogo; original a ponto de não ser mais um na multidão e perfeito para deixar em aberto a possibilidade de sequências e expansões.

Seguimos com o desenvolvimento do projeto e no primeiro semestre de 2022 o jogo passou a ser oferecido para lançamento conjunto para os parceiros internacionais. Nesse momento nossa equipe começou a perceber certos problemas relativos ao nome do produto.

O hip hop é um tema pouco comum aos jogos de tabuleiro moderno, o que faz com que parte significativa do público-alvo não esteja

familiarizada com o grafite e seus elementos constitutivos. No Brasil, e em diversos países, o grafite acaba sendo erroneamente associado a depredação de prédios públicos e privados.

Esse tipo de associação demonstra falta de conhecimento em relação aquilo que o grafite realmente é: uma expressão artística cheia de significado, que carrega em si a cultura, a luta e a resistência de comunidades historicamente marginalizadas nas grandes cidades. Atualmente artistas que se identificam como grafiteiros, como Jean-Michel Basquiat, Eduardo Kobra, Shamsia Hassani e Os Gêmeos, são reconhecidos mundialmente e muitas de suas obras enfeitam as paredes de grandes cidades e museus.

Depois de algumas reuniões envolvendo game designer, editor e outros membros da equipe, chegou-se a decisão de mudar o nome do produto para facilitar a compreensão do público em relação ao caráter artístico da cultura hip hop. E para isso, nada melhor do que mostrar o que o grafite é: uma arte de rua.

Street Art foi o nome escolhido para o jogo. Ele manteve a simplicidade e os demais elementos de um bom nome, ao mesmo tempo em que chama a atenção dos jogadores e coloca-os em contato com a natureza urbana do grafite.



MASMORRA PROMOCIONAL

PAPER DUNGEONS

REGRAS

(POR THIAGO LEITE)

Barreira Mágica

Logo abaixo você encontra uma Carta de Masmorra promocional que pode ser utilizada em suas partidas de *Paper Dungeons*. Ela funciona perfeitamente em adição aos componentes do jogo base

Durante o segundo passo da preparação da partida (Manual de Regras, p. 2) além de assinalar os **três**, e mais **um** extra de nível 3, vilões e marcar as paredes de cor preta, você deve pintar completamente as **salas intransponíveis** na carta de masmorra (C2, F4), e as **linhas pontilhadas** conforme indicado (Barreiras Mágicas). Também escreva no espaço (A3) a letra **M**, este é o **Pergaminho Mágico**, um jogador o pega ao entrar nesta sala, um jogador só pode pegar o pergaminho **uma única vez**.

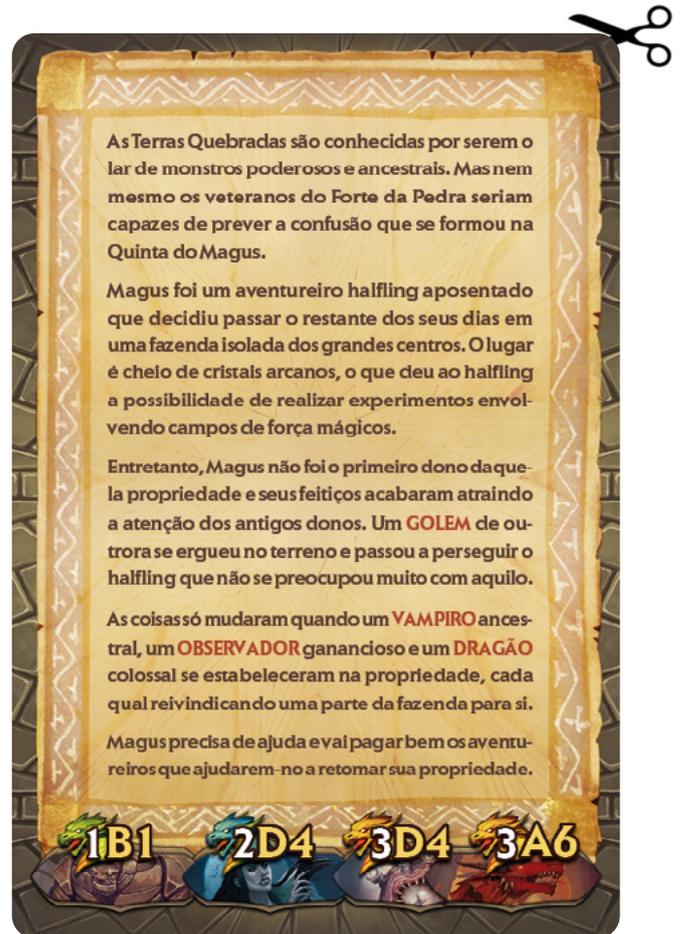
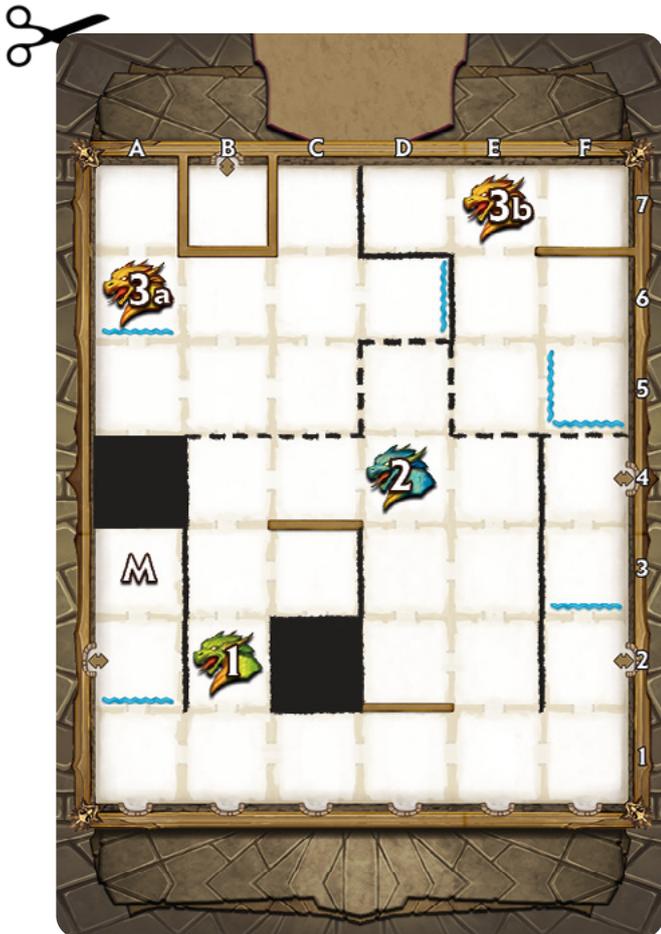
As Salas Intransponíveis não podem ser atravessadas de forma alguma. Nem mesmo os itens mágicos que permitem atravessar paredes e água vão te ajudar nesse caso. Para continuar sua exploração, será necessário contornar o espaço de algum jeito.

As forças das trevas bloquearam o poder do **Manto da Intangibilidade**, por conta disso você deve riscar esse item mágico de sua ficha de jogador, pois não será possível adquiri-lo durante a partida.

As **linhas pontilhadas** são como as paredes intransponíveis, porém **uma delas** pode ser atravessada **uma única vez** se o jogador já coletou o Pergaminho Mágico (M).

Este cenário possui **dois** vilões de nível 3 (o Observador 3a e o Dragão 3b), somente o jogador que der o maior dano em qualquer um desses vilões irá receber o bônus por maior dano.

Neste cenário, a passagem de F4 leva para B7 e vice-versa.



QUEM É O MELHOR AVENTUREIRO DE MASMORRA?

Saiba se você tem o que é preciso para conquistar mais masmorras?

Juntamente com o usuário @madmihi do BoardgameGeek, estamos organizando um desafio SOLO usando as promocionais que publicamos por aqui!

Os jogadores com melhor pontuação entrarão para o nosso ranking oficial que será publicado aqui na revista, além de receber Geek Golds!

Quer saber mais? Acesse este link:

<https://boardgamegeek.com/thread/2926832/paper-dungeons-official-bonus-challenge-1-2022>

*É necessário criar uma conta no boardgamegeek para participar do desafio.



PARTICIPE DA **REVOLUÇÃO VERDE**

Por Márcio Botelho

Agrofloresta não é uma palavra muito comum no dia a dia da maioria das pessoas.

Explicando de maneira bastante superficial, agrofloresta ou sistema agroflorestal (SAF) é um tipo de manejo do solo que integra culturas agrícolas de interesse econômico, como o feijão, o milho e a mandioca, a trechos de floresta nativa em um consórcio que contribui para a preservação ambiental.

O sistema agroflorestal integra árvores perenes e cultivos sazonais, permitindo um manejo sustentável do solo, a manutenção

da biodiversidade e contribuindo para a recuperação de áreas que foram alvo de desmatamento e intensa exploração agrícola.

Levando-se em conta o atual cenário de emergência climática pela qual o mundo passa, podemos dizer que as agroflorestas podem ser grandes aliadas para a mudança de nossa relação com a terra e com a natureza, mostrando que é possível obter lucro e respeitar o meio ambiente.

Mas será que isso dá jogo?

Colocando a agrofloresta na mesa

Em **Cultive** as participantes são fazendeiras que devem adotar o sistema agroflorestal em suas terras (representadas por um conjunto de 5 cartas dispostas na horizontal).

A cada rodada você poderá realizar 3 ações: o plantio de uma carta de sua mão em uma das suas cartas de terra; a troca de uma carta de sua mão com uma carta em um mercado comum; e, por fim, a renovação das cartas do mercado comum para ter novas opções de compra.

Ao final da rodada, as plantas crescerão e, caso encontrem-se em condições, serão colhidas.

Parece simples, não é?

Mas é aí que você se engana.

Será necessário prestar atenção ao tipo de ambiente que as plantas precisam: o milho precisa de sol, por isso não pode ser plantado ao lado de árvores que gerem sombra – como um mamoeiro ou cambuci -; outras plantas precisam de sombra, como o feijão, o que vai exigir seu cultivo integrado com árvores.

Além da questão relativa ao sol e à sombra, será preciso prestar atenção à integração das diversas culturas na sua fazenda. Em outras palavras, é fundamental diversificar a produção, pois só assim será possível construir conexões entre espécies que se beneficiam mutuamente e evitar os riscos de esgotar o solo devido à monocultura.

Uma partida dura entre 8 e 10 rodadas,, sendo a vencedora a jogadora que conseguir obter mais pontos através das colheitas que fez e das conexões que construiu em sua fazenda.

Sistemas agroflorestais

Entre as mecânicas de Cultive encontramos algumas das favoritas de muitas jogadoras como seleção de cartas (drafting), criação de rotas/conexões e gestão de mão. Um conjunto simples e que aponta para o fato de que mesmo mecânicas muito conhecidas e tradicionais podem gerar jogos novos e interessantes, sendo fundamental para isso o bom arranjo dos elementos de uma forma criativa e bem ligada ao tema.



Quem vai gostar de Cultive?

Acredito que o tema seja o primeiro ponto de atração em relação a Cultive: muitos jogos tratam do gerenciamento de fazendas – afinal de contas, eu já vi mais de duas dezenas de jogos com ovelhas e trigo na capa, porém aqui estamos diante de uma fazenda muito diferente.

A primeira diferença aparece naquilo que podemos plantar: mandioca, milho, cambuci, mamão, maracujá e mais uma série de outras espécies que mostram que estamos no Brasil.

Mas não é só uma questão de trocar trigo por mandioca e maçãs por mamões. Cultive inova em seu conceito de manejo sustentável e intimamente ligado a questões ambientais que são muito atuais. O objetivo é ter uma



fazenda lucrativa, mas isso só é possível fazendo o uso do solo de uma forma que respeite o meio-ambiente. Mais conectado ao nosso tempo, impossível.

Para quem se importa mais com mecânicas, Cultive também é uma escolha agradável para uma partida rápida, mas que exige uma dose considerável de planejamento e que te obriga a tomar decisões significativas a cada rodada.



Sobre a autora do jogo

Laila Terra é artista visual. Seus trabalhos compõem coleções como o acervo Gilberto Chateaubriand, MAM – RJ. Sua obra está entre o projeto, o experimento de execução e o acontecimento até o objetivo alcançável. Para Laila, a matéria é um meio, e não um fim.





Por Márcio Botelho

Hip Hop é um movimento cultural que se originou nas grandes cidades. Criado por afro-americanos nos anos 1970, este movimento é uma importante expressão do poder e da criatividade da comunidade negra.

Os quatro elementos do Hip Hop são os DJ's (a arte de criar uma batida musical), os MC's (que cantam as rimas), os b-boys e b-girls (que fazem performances de break dance) e os grafiteiros que colorem as paredes das quebradas.

Estes quatro elementos inspiraram **Street Art**, futuro lançamento do Glyptodon Game Studio. Cada jogador assume o papel de um

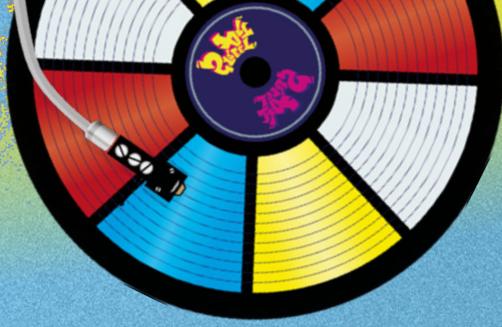
artista do grafite em uma disputa para se criar as melhores artes e dominar as paredes com a sua assinatura.

Você está pronto para ser o maior?

Visão GERAL

Street Art é um jogo estratégico para 2 a 4 jogadores. As mecânicas centrais são rondel, contratos, construção de redes, gerenciamento de recursos e alocação de trabalhadores.

Como produto, Street Art encaixa-se na categoria dos jogos de entrada: regras



simples, jogabilidade dinâmica e alta interação entre os jogadores. A temática artística, os componentes coloridos e a arte vibrante contribuem para atrair pessoas de fora do hobby.

De maneira geral, uma partida dura entre 25 e 40 minutos, uma boa duração para manter o foco e atenção dos jogadores.

PREPARAÇÃO

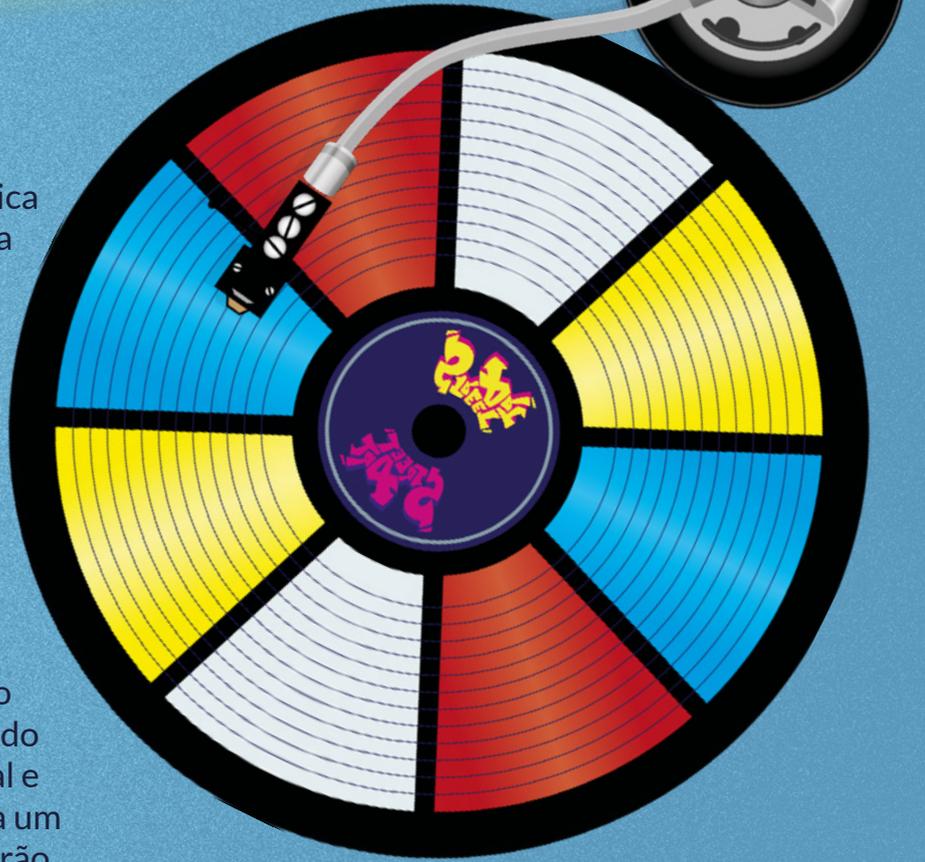
Antes da primeira partida, será preciso montar o equipamento do DJ, colocando os 4 discos do jogo no tabuleiro central e posicionando 8 peças de tinta em cada um desses discos. Nessa preparação só serão usadas as tintas primárias (amarelo, azul, branco e vermelho). O tabuleiro do mural, onde serão colocadas as artes, deve ser posto ao lado do tabuleiro central.

Em seguida, cada participante escolhe um tabuleiro de jogador e pega todos os grafiteiros e marcadores de spray nessa cor.

Por último, mas não menos importante, embaralhe as cartas de arte e forme uma pilha com elas. Revele as 3 cartas do topo da pilha e forme um mostrador ao lado da mesma.

A batida do jogo: manipulando os DISCOS

Os jogadores possuem duas ações possíveis em seus turnos: manipular um ou mais discos para pegar peças de tinta ou ocupar uma parte do tabuleiro do mural com as cartas de arte.



Para criar uma obra-prima você vai precisar de tinta. A melhor forma de garantir esse recurso é manipulando os discos: se após essa ação as bases dos discos manipulados encontrarem discos adjacentes de mesma cor, o jogador poderá pegar uma ou duas peças de tinta.

Existem 4 formas diferentes de manipular os discos:

- gire um rondel em 1 espaço – direita ou esquerda – sem nenhum custo.
- gire um rondel em 4 espaços – direita ou esquerda – ao custo de 1 grafiteiro.
- gire dois rondéis em 1 espaço cada – direita ou esquerda – ao custo de 1 grafiteiro.

As peças de tinta que você pegar são organizadas na sua mochila, espaço localizado no tabuleiro individual.

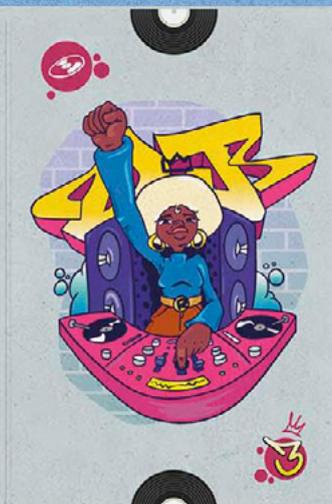
Fazendo arte: OCUPANDO O MURAL

Após coletar as cores necessárias, você pode fazer uma das cartas de arte. Cada uma delas mostra em seu verso alguns dados importantes:

- as peças de tinta necessárias para poder selecionar a carta.
- os pontos básicos recebidos ao final do jogo.

- os elementos do hip hop presentes na carta.
- as conexões possíveis.

Existem de 12 a 16 posições possíveis no tabuleiro de mural e é necessário escolher com sabedoria, pois sua pontuação final depende disso: muitas cartas possuem conexões e interações com outras cartas, o que pode gerar pontos que serão a chave da sua vitória.





As cartas de arte que você colocar no mural recebem um marcador de spray do jogador que conseguiu colocar ela no mural. Esse marcador é uma espécie

de assinatura e ajuda a determinar quem é o autor da arte.

Além disso, em qualquer momento do seu turno, você pode combinar cores primárias para gerar cores secundárias (laranja, rosa, roxo e verde) ou gastar grafiteiros para usar uma das *Lições de Basquiat*, o que te dá acesso a poderes especiais (habilidades únicas como duplicar as peças de tinta na sua mochila ou trocar as cores).

O jogo continua até os participantes completarem o mural ou até um dos jogadores utilizar todos os seus marcadores de spray. Ao fim da partida, o jogador com mais pontos é o vencedor e se torna o Rei do Mural!



Sobre o autor

Rennan Gonçalves é game designer, historiador e militante. Seus trabalhos integram a cultura africana e afro-brasileira à elementos sofisticados de design de jogos, o que faz com que o jovem autor seja um dos novos talentos que mais se destaca no atual cenário brasileiro de jogos de tabuleiro.

Quem vai gostar de STREET ART?

O conceito central de Street Art, artistas de rua que competem para ver quem manda nas paredes da cidade, é inovador para um universo temático tão acostumados a retratar fantasia medieval, horror, ficção científica, cidades europeias e demais temas identificados com os jogos de tabuleiro modernos.

Sendo assim, a inovação temática do jogo é seu primeiro destaque: Street Art coloca no centro de sua temática o hip hop e todos os elementos que atravessam a cultura urbana das grandes metrópoles do mundo. As ilustrações do jogo ajudam a transmitir isso, misturando elementos característicos da vida urbana, como prédios, vagões do metrô e placas de trânsito, ao mesmo tempo em que adiciona elementos representativos da cultura negra.

Para além da temática, Street Art entrega uma experiência de jogo dinâmica, divertida e que pode surpreender os desavisados que acham que um jogo de entrada não possui profundidade. Mais de uma vez em minhas partidas, me peguei calculando o próximo giro dos discos para tentar maximizar a coleta de peças de tinta sem o uso dos grafiteiros. Some a isso o alto grau de interação entre os jogadores e você terá um produto que entregará muita competição e diversão, podendo figurar na coleção dos jogadores mais exigentes.

ESTÁGIOS DO DESENVOLVIMENTO



NOVO PROJETO

O jogo está em estágio de protótipo e estamos trabalhando para finalizar aspectos conceituais, fechar mecânicas e identidade visual potencial.



EM DESENVOLVIMENTO

Jogo está em fase de playtest para estabelecermos o fluxo da partida, suas regras e o balanço matemático.



ARTE E DESIGN

As regras do jogo estão consolidadas e passamos para a criação da identidade visual do produto. Os playtestes dessa fase tratam da usabilidade.



PREPARAÇÃO DE ARQUIVOS

A redação do manual está em fase final, estão sendo feitos testes cegos e ajustes dos arquivos para impressão.



EM PRODUÇÃO

O jogo foi enviado para a fábrica. Após a avaliação das provas de impressão, o jogo entra em fase de produção.



FINALIZADO

O jogo já foi produzido e seu processo de distribuição começou.

NO QUE ESTAMOS TRABALHANDO

Eletrika

Construa linhas de energia e gerencie o poder das hidroelétricas.

PAPER DUNGEON: MISSÕES SECUNDÁRIAS

Explore novas masmorras, complete missões secundárias e encontre tesouros.



Artistas de rua competem para descobrir quem vai comandar as paredes da cidade.



Arqueólogos procuram preciosas cerâmicas amazônicas.

CULTIVE

Cultive uma fazenda agroecológica com espécies nativas do Brasil.

1890: PLANO NACIONAL DE VIAÇÃO

Construa ferrovias e faça uma fortuna investindo em companhias ferroviárias brasileiras.



PROJETO ZEPPELIN

Duelo entre duas civilizações em um universo fantástico.

PROJETO ESTÁBULO

Toupeiras e coelhos cavam túneis e competem por cenouras.



PROJETO O SONHO DO CHEFE

Uma experiência cooperativa de exploração.

PROJETO NPC

Ajude a comunidade... e obtenha um bom lucro.