

# Brasil inova em jogos eletrônicos

A D'Accord/Musigames, microempresa pernambucana especializada em tecnologia musical, conseguiu chamar a atenção na App Store com um jogo desenvolvido para iPhone que chegou a ocupar a 5ª posição entre os mais vendidos no mês de seu lançamento.

O “Drums Challenge” é apenas uma mostra do talento da equipe, que dobrou de tamanho com o apoio do Programa de Subvenção Econômica da FINEP.

*Paula Ferreira*

**E**m 2000 eles estavam na incubadora RecifeBEAT, da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), graças ao projeto de mestrado do dono da empresa, Giordano Cabral, que criou o software Violão Player - um professor virtual de violão, viola e cavaquinho. Em 2002, lançaram o primeiro produto no mercado (um dicionário de acordes para violão) e, de lá até 2007, cresceram cerca de 20% ao ano. Em 2008, quando ganharam R\$ 1,68 milhão do Programa de Subvenção Econômica da FINEP, a equipe de 10 pessoas aumentou para 23 e o faturamento foi de R\$ 250 mil. Em 2009, querem chegar a R\$ 600 mil. Os meninos pensam grande – sim, meninos, pois a média de idade da equipe é 25 anos. O diretor executivo, Américo Amorim, por exemplo, com sete anos de empresa, tem apenas 27 anos. Formado em Administração, Américo começou a trabalhar com informática aos 15 anos.

A D'Accord Music Software já vende para 85 países e em 2007 decidiu criar uma unidade de desenvolvimento de games musicais - a Music Games studio. Foi de lá que saiu o “Drums Challenge”.



Ogame para iPhone foi lançado na App Store (loja virtual da Apple, fabricante do iPhone) no dia 13 de junho. Foi o 5º mais vendido lá em seu primeiro mês no mercado. Até meados de agosto o jogo já havia tido 55 mil downloads. Seu idealizador foi Dante Gama Torres, 27 anos, que se inspirou na famosa cena do duelo de guitarristas do filme “Encruzilhada” (“Crossroads”, 1986, EUA), em que um tem que reproduzir o que o outro toca, em sequências de dificuldade crescente. “Resolvemos explorar a coordenação motora e a memória, para ser algo diferente de apenas seguir as notas na tela”, explica Dante. O resultado é algo como uma mistura de Guitar Hero com Genius, o primeiro jogo eletrônico vendido no Brasil, lançado pela Estrela em 1980.

Na prática, o jogo traz 25 batalhas musicais em que o usuário desafia um baterista de um determinado estilo, como Jazz, Blues, Funk, Country, Metal, Punk Rock, música latina e Reggae. O duelo começa quando o oponente toca uma sequência de notas na bateria. O usuário tem que

repeti-la no tempo correto. A cada vitória, o jogador ganha uma peça nova para sua bateria, que ficará disponível para que ele toque por conta própria de modo livre.

## Novidades para iPhone

Em outubro será lançado o “Drums Challenge – Charlie Morgan Edition”, com cinco músicas compostas especialmente pelo baterista inglês, que já tocou com artistas como Elton John, Paul McCartney e Tina Turner, entre outros. Cada música terá três níveis de dificuldade.

As últimas novidades são o jogo “DJ Nights”, fruto de um acordo com a Black Hole, gravadora holandesa especializada em música eletrônica, que cederá 12 canções para a primeira versão do game. Também baseado na reprodução de sequências de sons, o toque especial fica por conta dos três diferentes efeitos especiais. Além das batidas na tela para reproduzir notas específicas, o jogador também tem que executar o efeito scratch, fazendo um movimento circular na tela, e o efeito shake, em que precisa chacoalhar o aparelho, quebrando a monotonia e aumentando a dificuldade. Ao contrário de jogos semelhantes em que a canção é tocada mesmo se o jogador errar, nesse depende dele a base rítmica correta da música em execução.

Em outra parceria com a gravadora, há também a versão “DJ Nights – Julie Thompson”, com músicas do mais novo lançamento da cantora inglesa. “A ideia, em uma próxima versão, é o usuário poder colocar qualquer música que queira para tocar no jogo”, diz Américo.

## Desafios reais no mundo virtual

No mundo virtual, ter popularidade é mais fácil do que ganhar dinheiro, pois as duas coisas frequentemente andam separadas. Além da pirataria, os jogos vendidos pela internet na App Store são muito baratos - em média US\$ 2,99 - e a loja fica com 30%.

Quem escolhe trabalhar com música, ainda enfrenta a resistência das gravadoras, que estão se adaptando sem modelos bem definidos à nova realidade de mercado trazida

pela facilidade de acesso ilegal a seus produtos. “Brigo com elas desde 2000, mas agora estão mais flexíveis e já construímos um relacionamento mais próximo com várias”, conta Américo. Na época do desenvolvimento do Violão Player, vencidos os desafios técnicos, eles esbarraram nas dificuldades para obter direitos das músicas a um valor acessível. Nos acordos com a Black Hole, os 70% que a App Store dá são divididos meio a meio entre a empresa e a gravadora. No Brasil, desde 2004 eles têm acordos com a ABEM – Associação Brasileira dos Editores de Música e ABER - Associação Brasileira de Editoras Reunidas para uso das músicas em jogos e programas educacionais.



Os produtos mais populares da D'Accord são o curso de violão em português, que custa R\$ 39,90, o dicionário de acordes para instrumentos de corda, gratuito com mais de dois milhões de downloads, e o afinador, lançado em 2003 e vendido a R\$ 19,90. Apesar de oferecerem seus produtos em lojas reais também, é o comércio eletrônico que sustenta os negócios.

Para empresas de pequeno porte inovarem, a dificuldade é “gigante”, segundo Américo. “O desafio do empreendedor é que, por um lado, quanto menor o risco do produto, melhor, mas por outro, as ideias com mais potencial são sempre as mais arriscadas”, diz. Ele conta que, antes de receberem o apoio da Subvenção Econômica, todo dinheiro que entrava era reinvestido em outros projetos. Agora há um time fixo para pensar em inovações e, sabendo que

os salários da equipe estão garantidos pelos próximos dois anos, eles se sentem mais seguros para ousar. “Sem a Subvenção estaríamos pensando de forma bem mais imediatista e com nível de inovação menor”, diz Américo.

A D'Accord recebeu em 2007 e 2008 o terceiro e o segundo lugar, respectivamente, no Prêmio FINEP de Inovação, e está concorrendo novamente este ano. “O Prêmio serve como cartão de visitas e ajuda muito na divulgação”, diz Américo, que já tem reservado na parede do escritório o espaço para o troféu de primeiro lugar, que, com a obstinação que caracteriza os inovadores, ele faz questão de se esforçar para ganhar. “E a equipe já está avisada desta meta”, brinca. ■