

Indie go: aplicativo de divulgação de jogos independentes

Indie go: *app for promoting independent games*

Sandra Trabucco Valenzuela
trabuccovalenzuela@gmail.com
Universidade de São Paulo – USP

Gustavo Abranches Aranda
gusabranches@gmail.com
Fatec Carapicuíba

Raine Pereira de Souza
raine.souza@outlook.com
Fatec Carapicuíba

Lucas Damasio da Silva
lucasdamasio2010@hotmail.com
Fatec Carapicuíba

Renan Gonçalves Lucena
renangolucena@gmail.com
Fatec Carapicuíba

RESUMO

O foco deste artigo é apresentar a criação e desenvolvimento de protótipo do aplicativo Indie GO, voltado para a comunidade de jogadores e profissionais da área de games. O objetivo primário desta plataforma consiste em divulgar e avaliar jogos *Indie* para gerar maior engajamento e visibilidade aos desenvolvedores independentes. Além da pesquisa teórica e criação do app, o projeto propõe o gerenciamento de sua entrada no mercado, com utilização gratuita, produzindo formas de deixá-lo atrativo para os usuários; a pesquisa sobre o público e seus interesses com relação a jogos, bem como a avaliação da experiência e interface de usuário e sua disponibilidade para outras plataformas, como computadores, *mobile* e *tablets*.

PALAVRAS-CHAVE: Aplicativo de *games*, mercado de *games*, *Indie*, desenvolvedores, jogadores.

ABSTRACT

The focus of this article is to present the creation and development of a prototype of the Indie GO app, aimed at the gaming community and professionals. In addition to theoretical research and app creation, this paper proposes managing its market entry, with free use, developing ways to make it attractive to users; researching the audience and their interests in gaming; and evaluating the user experience and interface and its availability for other platforms, such as computers, mobile phones, and tablets.

KEYWORDS: *Game application, game market, Indie, developers, players.*

INTRODUÇÃO

O mercado de *games* no Brasil demonstra uma expansão contínua, contudo, observa-se um notável déficit de incentivos e reconhecimento institucional, desproporcional à sua crescente produção criativa. Esta lacuna é particularmente evidente na divulgação e na articulação de comunidades consolidadas em torno de jogos desenvolvidos por estúdios *Indie*, pequenos grupos ou criadores individuais, quando comparados às grandes corporações.

Outro desafio crítico enfrentado pelo setor é a carência de ferramentas de integração digital que conectem o profissional diretamente ao mercado brasileiro, contexto já marcado por baixo investimento e baixo reconhecimento.

Diante desse cenário de dificuldades e da inerente complexidade do ecossistema *Indie*, emerge a necessidade de desenvolver uma plataforma que promova a união e a eficiente articulação desses profissionais e suas comunidades. O objetivo primário desta plataforma consiste em divulgar e avaliar jogos *Indie*, tanto nacionais quanto estrangeiros, para gerar maior engajamento e visibilidade aos desenvolvedores independentes.

O projeto Indie Go propõe, assim, um modelo inovador que se inspira na metodologia de agregação de avaliações da *Metacritic* — oferecendo a oportunidade de avaliação direta pelos usuários — e nos mecanismos de formação de comunidades de aplicativos como *Reddit* e *Amino*. A consolidação dessas comunidades fomentará um respaldo positivo para a aplicação e para plataformas parceiras que integram o mercado, como a *Steam* e as lojas de aplicativos.

Foi realizada uma pesquisa descritiva quantitativa, método que permitiu agrupar opiniões, realizar análises documentais de artigos e avaliar a escassez de alguns conteúdos relacionados a jogos *Indie* — em especial, em *sites* e *apps* de comunidade —, e a necessidade de aumento de *networking* entre desenvolvedores e artistas.

Foram aplicados dois questionários on-line, um para consumidores de jogos *indie*, que participam de comunidades virtuais e/ou acompanham a indústria, como novos lançamentos, análises, comunidades virtuais etc., e outro voltado ao meio profissional da área, especificamente, desenvolvedores e artistas. No questionário voltado às pessoas que consomem jogos *indie*, o objetivo foi compreender as necessidades dos possíveis usuários e como o *app* Indie GO poderia contribuir.

O segundo questionário, direcionado aos desenvolvedores de jogos *Indie* e artistas, pesquisou as necessidades do público profissional, no intuito de criar uma plataforma capaz de unir desenvolvedores em projetos que beneficiem suas carreiras. Para construção desses questionários, foram utilizadas as destacadas recomendações de Young e Lundberg (apud

SILVA; MENEZES, 2005, p. 34): questionários construídos a partir de questões objetivas e estruturadas em blocos temáticos obedecendo a uma ordem lógica na elaboração das perguntas; uso de linguagem compreensível ao informante, evitando a possibilidade de interpretação dúbia, sugestão ou indução à resposta; formulação de questões objetivas para posterior tabulação.

A pesquisa bibliográfica levantou informações a respeito das atividades exercidas nos grupos de desenvolvedores e artistas, suas necessidades e interesses tanto na área de criação como compartilhamento de experiências, opiniões e projetos, bem como buscou-se como auxiliar os usuários na formação de equipes multidisciplinares, abrangendo áreas como programação, arte, produção musical e outras.

1. METODOLOGIA

Para o desenvolvimento do projeto, a metodologia utilizada para identificar as lacunas e necessidades do mercado de jogos foi a pesquisa descritiva de cunho qualitativo e quantitativo. Para o levantamento de dados, foram feitos dois questionários on-line, um qualitativo para consumidores de jogos *Indie*, que participam de comunidades virtuais e/ou acompanham a indústria, novos lançamentos, análises e comunidades virtuais etc., e um segundo quantitativo, voltado ao meio profissional da área, especificamente, desenvolvedores e artistas.

A pesquisa qualitativa objetivou compreender as necessidades dos possíveis usuários e como o *app* Indie GO poderia contribuir. Por sua vez, o segundo questionário foi direcionado aos desenvolvedores de jogos *Indie* e artistas, e visava entender as necessidades dos profissionais da área. Os questionários, aplicados on-line através do Forms, seguiram as recomendações de Young e Lundberg (apud SILVA; MENEZES, 2001), sendo elaborados com perguntas objetivas e estruturadas em blocos temáticos, obedecendo a uma ordem lógica e sequencial. Após a tabulação e análise das respostas, as informações obtidas permitiram criar o protótipo de uma plataforma que unisse o interesse de desenvolvedores e de usuários de jogos *Indie*.

Na sequência, foi realizada uma pesquisa bibliográfica, que oferecesse o aporte teórico necessário. Após a consulta a livros, artigos científicos e plataformas de conteúdo, constatou-se a escassez de alguns conteúdos relacionados a jogos *Indie*, em especial, em sites e apps de comunidade, evidenciando a necessidade de ampliar o *networking* entre desenvolvedores e artistas.

O passo seguinte foi a construção do protótipo do *Indie Go*. Para tanto, foram desenvolvidas seis personas para identificar um perfil do público usuário da plataforma.

Todo o protótipo do Indie Go foi desenvolvido na opção gratuita do *Figma*, plataforma que

combina ferramentas de design avançadas com colaboração *multiplayer*, permitindo que as equipes explorem ideias enquanto coletam *feedback* de qualidade em tempo real — ou a qualquer momento.¹ [...] As ferramentas de prototipagem do Figma tornam fácil criar e compartilhar protótipos interativos de alta fidelidade e sem código. Design e protótipo, tudo no Figma. (Figma, 2025)²

O *Figma* permite a criação de layouts flexíveis e responsivos, com uma grade que se adapta ao design escolhido, mapeando também as propriedades CSS.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Segundo Nadav Lipkin (2012) a definição de um jogo *Indie* não é exata. O significado de “*Indie*” quando aplicado na área dos videogames é atribuído à abreviação de *Independent*, pois categoriza os desenvolvedores independentes, ou seja, aqueles que desenvolvem jogos sem o apoio de uma grande empresa e, na maioria das vezes, sozinhos ou em um grupo muito pequeno (2012, p. 8). Nas palavras de Garda (2020),

o conceito de “jogo independente” pode ser explicado como uma disjunção de três tipos de independência. Esses três tipos de independência podem ser definidos como uma relação entre o jogo e um fator externo correspondente. Distinguimos entre (A) independência financeira (constituída pela relação desenvolvedor - investidor), (B) independência criativa (desenvolvedor - público pretendido) e (C) independência de publicação (desenvolvedor - editor) (Garda, 2020, p. 1, tradução nossa)

¹ Figma. Disponível em: <https://www.figma.com/pt-br/design/> Acesso em: 11/12/2025.

² Figma. Disponível em: <https://www.figma.com/pt-br/prototipos/?lang=pt-br> Acesso em: 11/12/2025.

O conceito de *Indie* tem sido aplicado em diversos campos da cultura, desde o cinema até a música e, mais recentemente, nos jogos eletrônicos. Esses movimentos compartilham características fundamentais, incluindo a busca por independência criativa e a rejeição das normas e estruturas hegemônicas da produção e distribuição de mídia. (Lipkin, 2012, p. 9)

Os desenvolvedores independentes (*Indie*) frequentemente recorrem a alternativas criativas e de financiamento devido à escassez de recursos e a uma postura ideológica que desafia as normas da produção hegemônica. A distribuição digital é vital para a viabilidade econômica desse setor, pois permite a prática de preços mais acessíveis e assegura maior liberdade criativa. Essa autonomia é ativamente sustentada por uma subcultura de fãs, marcada pela interação próxima, o financiamento coletivo e a divulgação orgânica, que apoiam produtos independentes em um mercado dominado pela produção *mainstream* (Lipkin, 2012, p. 8).

Contudo, essa definição clássica, baseada estritamente na autonomia financeira e ideológica, mostra-se insuficiente para a atual conjuntura do mercado. Observa-se uma crescente intervenção das grandes empresas — seja por meio de aquisição ou pelo financiamento de jogos *Indie* —, o que eleva significativamente o orçamento e a capacidade de produção dos desenvolvedores e, conseqüentemente, tensiona a proposta inicial defendida por Lipkin (2012, p. 8).

Dessa forma, o significado do termo “*Indie*” revela-se cada vez mais instável. Essa fluidez conceitual estende-se, por implicação, à classificação de “jogos AAA” (*Triple A*), desenvolvidos por corporações. Embora menos ambígua, a definição de “jogos AAA” mantém-se ligada ao conceito de produção independente.

A inconsistência conceitual sobre o termo *Indie* é evidenciada pela diversidade de opiniões entre especialistas. Conforme a pesquisa de Lipkin (2012), enquanto autores como Harvey Elliot associavam o termo a um elogio de qualidade, outros, como Ed Stern e Chet Faliszek, o vinculavam diretamente a uma crítica ao capitalismo. Stern, por exemplo, reduzia a expressão “jogos *triple A* (AAA)” a uma mera função orçamentária, útil para distinguir “um jogo de médio e alto orçamento” (Lipkin, 2012, p. 9).

Lipkin (2012) sintetiza que, para os usuários, a expressão *Indie* é correlacionada com frequência ao baixo orçamento e contrasta com a percepção de alta qualidade e alto investimento dos jogos *mainstream*. Adicionalmente, Kogel (apud Lipkin, 2012, p. 9) sublinha o critério ideológico ao afirmar que empresas como a Zynga (desenvolvedora de jogos para Facebook) não se enquadram na categoria *Indie* por priorizarem o lucro em detrimento da criatividade.

Contudo, uma definição mais abrangente e funcional para a produção independente emerge da ideia de que o jogo *Indie* é, essencialmente, “tudo aquilo que não é *mainstream*” (Lipkin, 2012, p. 10). Essa perspectiva, que ecoa a classificação de filmes independentes por Newman (apud Lipkin), permite que jogos financiados por empresas *mainstream* ainda sejam considerados *Indie*, desde que desafiem as convenções dominantes da indústria.

Lipkin (2012, p. 21) conclui que o mercado de *games Indie* acompanha a trajetória do cinema independente (pós-Sundance e Miramax), onde a produção *Indie* é cada vez mais apoiada e distribuída por grandes plataformas digitais, indicando uma complexa hibridização do setor.

Segundo Rafaela Oliveira da Silva, que realizou uma análise estatística relacionada aos jogos *indie*, menos de 10% dos desenvolvedores independentes ganharam 100 mil dólares em receita bruta vitalícia (Silva, 2023, p. 17-18). Silva destaca as classificações utilizadas pela plataforma *Steam*, para definir os diferentes tipos de desenvolvedores *indie*, baseada na lucratividade e qualidade dos jogos:

< \$ 1k – *The Learner* – Desenvolvedores que normalmente lançam apenas 1 jogo e não é bom;
 \$ 1-10k – *The Hobbyist* – Desenvolvedores cujos jogos venderam algumas unidades, mas nunca se saíram muito bem;
 \$ 10-100k – *The Indie* – Este é o núcleo dos *indies*, eles ganharam algum dinheiro com seus jogos, mas normalmente não o suficiente para fazer disso uma carreira em tempo integral;
 \$ 100k-1m – *The Full-timer* – Esses desenvolvedores ganharam o suficiente com seus jogos para que possam se tornar desenvolvedores *Indie* em tempo integral;
 > \$ 1m – *The Success History* – Esses desenvolvedores independentes conseguiram, ganharam mais de 1 milhão de dólares em receita bruta. Eles são tipicamente uma equipe, e não um desenvolvedor solo. Esse grupo de desenvolvedores se saiu bem e definitivamente está em minoria. (Silva, 2023, p. 17-18)

Em suas análises Silva demonstra que o grupo com maior número de desenvolvedores é o “*The Learner*”, demonstrando que produzir um jogo *Indie* é um grande desafio, porém se inserir nesse mercado é um desafio ainda maior do que a produção em si, o que acaba desanimando a maioria desses desenvolvedores, fazendo com que na maioria dos casos produzem apenas um único jogo. Porém, Silva também aponta as práticas realizadas por desenvolvedores de sucesso (Silva, 2023, p. 18):

Cerca de 70 a 75% dos pequenos desenvolvedores *Indie* publicam seus próprios jogos, enquanto os mais bem-sucedidos dividem entre publicar por conta própria e ir com uma distribuidora (*Publisher*) (Silva, 2023, p. 19)

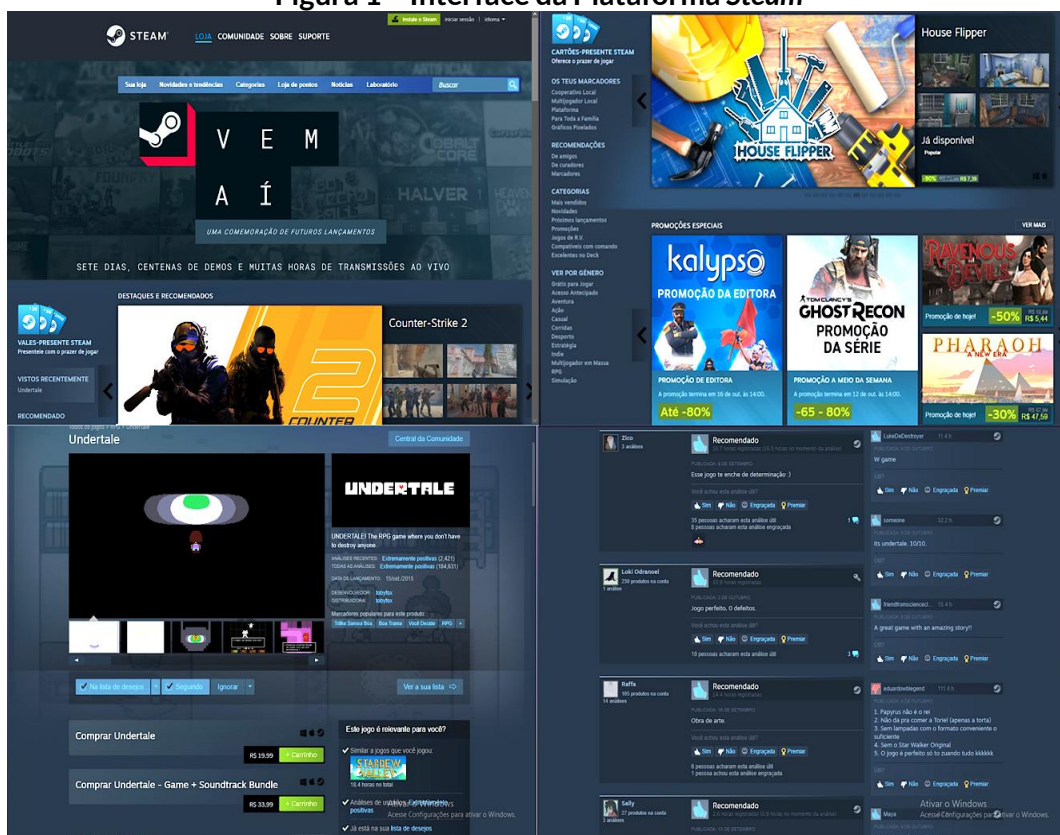
Existem plataformas, com características próprias, focadas em publicar análises de jogos bem como comprá-los. A *Steam* é uma plataforma criada pela *Valve Corporation*,

empresa dona de dois jogos gigantescos: *Counter Strike* (CS) e *Dota*. A *Steam*³ é um ambiente virtual no qual é possível colocar jogos à venda. Porém, dentro dela é possível deixar uma análise e um *feedback* sobre os jogos em sua página de venda, possibilitando com que pessoas que desejam comprar o produto vejam a opinião de quem já o adquiriu. Além disso, é possível ver o número de horas que a pessoa que postou sua análise jogou, evitando *feedbacks* prejudiciais.

Reddit é uma rede social com vários fóruns criados pelos próprios usuários; dentro da plataforma é possível encontrar análises, comentários, desabafos, praticamente qualquer assunto, formando e fortalecendo comunidades de todos os tipos, o *app* e o site possuem um design intuitivo que torna fácil encontrar o que o usuário está procurando.

Já o *Metacritic* é um site com foco em *reviews* de jogos, sendo dos citados até agora o principal neste ramo, pois conta não somente com a análise do público, mas com a análise de profissionais na área que avaliam minuciosamente o jogo, por isso as notas dessa plataforma são muito mais consideradas que a das citadas anteriormente.

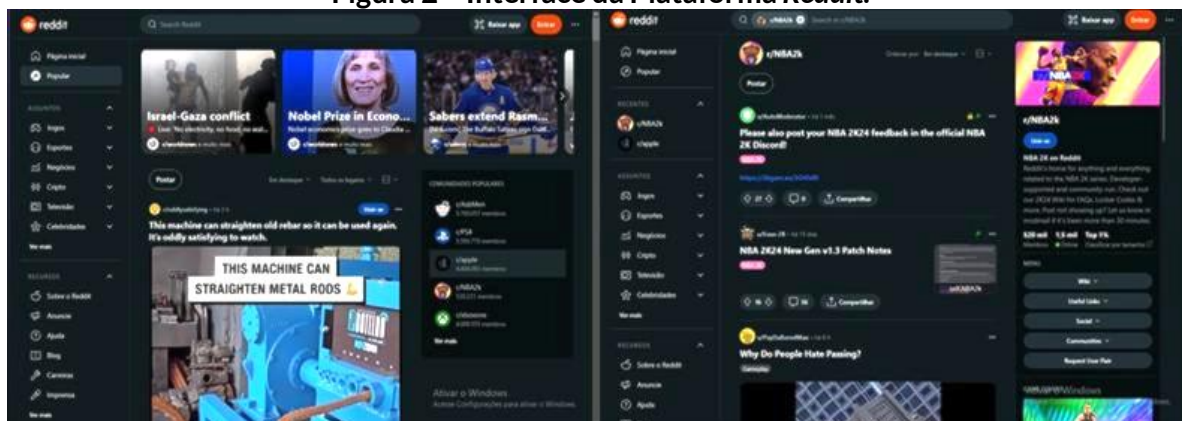
Figura 1 – Interface da Plataforma Steam



Fonte: Print de tela do site Steam.

³ Disponível em: <https://store.steampowered.com> Acesso em: 31/10/2023.

Figura 2 – Interface da Plataforma Reddit.



Fonte: print de tela do site Reddit.⁴

Figura 3 – Interface da plataforma Metacritic



Fonte: print de tela do site Metacritic.⁵

2.1 AS PLATAFORMAS STEAM, METACRITIC E A PROPOSTA INDIE GO

A proposta da *Steam*, inicialmente, é apenas uma: vender jogos e, para isso, ela possui um catálogo de jogos extenso. A plataforma *Steam* apresenta um sistema de avaliação de jogos, que apesar de bom, é pouco filtrado, estando repleto de memes e outros elementos que não necessariamente tem relação com o jogo enquanto produto. Para além dessas questões a *Steam* também possui um sistema de comunidade, direcionada única e exclusivamente a postagens de todo e qualquer tipo relacionadas ao jogo.

⁴ Disponível em: <https://www.reddit.com> Acesso em: 31/10/2023.

⁵ Disponível em: <https://www.metacritic.com> Acesso em: 31/10/2023

A *Metacritic* conta com um catálogo extenso de filmes e jogos, porém, diferente da *Steam* que tem o foco em vender jogos, o *Metacritic* existe exatamente para suprir a necessidade de avaliar filmes e jogos. O *Metacritic* possui dois tipos de avaliações, as avaliações dos críticos e as dos usuários, além de apresentar uma sinopse do produto audiovisual selecionado. A plataforma disponibiliza a informação de onde adquirir os produtos.

Essas plataformas são eficientes no que se propõe, pois conseguem separar os diversos segmentos e nichos que existem dentro do mercado de jogos, o que fortalece as comunidades e ajuda a divulgar novos produtos na indústria.

A ideia do projeto *Indie GO* é fortalecer a comunidade de jogos *Indie* nacionais através da interação, levando o público-alvo a interessar-se pelo jogo e eventualmente, comprá-lo.

2.2 PERSONAS DA INDIE GO

As *Personas* (*persona*: do latim, personagem ou pessoa) são pessoas fictícias criadas para simular o público-alvo de um serviço, marca, aplicativo ou produto, com isso em mente, é possível desenvolver algo mais concreto e que tenha as funções que alinhem com o que o consumidor acha necessário, trazendo um sucesso maior para o investimento.

O *Indie GO* tem como *target* pessoas jovens ou jovens adultas, interessadas em tecnologia, principalmente na área de jogos, que acompanham o mercado de jogos *Indie*, e desejam conhecer jogos *Indie* criados por brasileiros. Para o projeto, foram desenvolvidas seis *personas*, das quais destacamos duas para este artigo.

Figura 4 – Persona Marcos



MARCOS
GAME DESIGNER JUNIOR
JOVEM ADULTO (19-25)

Mini-bio | Olá, me chamo Marcos! Tenho 24 anos e resido em São Paulo. Gosto muito de tecnologia voltada para games, pois tenho o hábito de jogar muito, gosto bastante de ler e cozinhar também. Tenho um gato chamado theo que me faz companhia quando estou em casa....

Detalhes Pessoais

Localização	Renda Familiar	Nível Educacional	Status de Relacionamento
São Paulo	De R\$3.501,00 a R\$6.500,00	Cursando Ensino Superior	Solteiro(a)

Carreira

Empresa	Tamanho da Empresa	Responsabilidades Profissionais
Empresa de Desenvolvimento de Jogos	Médio	Fazer designs para jogos da empresa

Objetivos
Ele é bastante elogiado no que faz e busca crescer na empresa

Desafios
O trabalho acaba consumindo bastante tempo de sua vida

Canais de Comunicação

Fonte: Criação a partir do site Gerador de *Personas*.⁶

Figura 5 – Persona Livia



LIVIA
COORDENADORA DE SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO
ADULTO (26-40)

Mini-bio | Me chamo Livia, tenho 32 anos e moro em Belo Horizonte atualmente. Sou coordenadora de segurança da informação, trabalho nesse ramo há 8 anos e adoro o que faço apesar de ser muito estressante. Gosto muito de ouvir músicas, ver filmes com minha mulher e viajar para conhecer lugares novos.

Detalhes Pessoais

Localização	Renda Familiar	Nível Educacional	Status de Relacionamento
Belo Horizonte	De R\$6.500 a R\$10.000,00	Ensino Superior Completo	Casado(a)

Carreira

Empresa	Tamanho da Empresa	Responsabilidades Profissionais
Empresa de Segurança Tecnológica	Grande	Coordena uma equipe responsável pela defesa dos dados da empresa.

Objetivos
Livia é muito bem vista e respeitada em seu ambiente de trabalho, ela faz o que gosta então pretende continuar a crescer na empresa.

Desafios
O trabalho é muito estressante o que reflete em sua vida pessoal algumas vezes...

Canais de Comunicação

Fonte: Criação a partir do site Gerador de *Personas*.⁷

⁶ Disponível em: <https://www.geradordepersonas.com.br> Acesso em: 30/10/2024.

⁷ Disponível em: <https://www.geradordepersonas.com.br> Acesso em: 30/10/2024.

2.3 INDIE GO: WIREFRAMES

Wireframes são protótipos de telas para aplicativos, sites e outros produtos digitais. Os *wireframes* demonstram como seriam as imagens do produto final, reproduzindo páginas do seu site ou *app*. Nos termos da Interaction Design Foundation,

Wireframes são representações visuais básicas de uma interface de usuário que descrevem a estrutura e o layout de uma página web ou aplicativo. Eles são um produto essencial do design de UX. Os wireframes servem como um modelo que ajuda designers, desenvolvedores e outras partes interessadas a entender o posicionamento de elementos como cabeçalhos, botões, navegação e blocos de conteúdo. Eles não se concentram em detalhes de design como cores, fontes ou imagens. (Interaction Design Foundation, Wireframes, s/d, tradução nossa.)

Com base nas avaliações realizadas em plataformas digitais como *Steam*, *Metacritic* e *Reddit*, que compartilham objetivos semelhantes ao Indie GO, o protótipo do *wireframe* foi estruturado para oferecer uma interface simples e intuitiva. Considerando que o público-alvo do projeto são desenvolvedores independentes nacionais e jogadores assíduos, conclui-se que, ao apresentar uma interface inspirada nos exemplos citados, será possível proporcionar uma experiência de navegação eficiente e acessível para os usuários. O desenvolvimento do aplicativo seguiu a metodologia *mobile first*, priorizando a utilização em dispositivos móveis para atender à crescente demanda por plataformas adaptadas a esse formato.

O formulário de login foi projetado para ser objetivo e funcional, solicitando apenas o e-mail e uma senha no momento do cadastro. Essa abordagem reduz a complexidade no primeiro contato com a interface, aspecto crucial para garantir a permanência de novos usuários.

A *Splash Screen* foi desenvolvida para que toda vez que o usuário entre no aplicativo uma animação simples apareça na tela enquanto o conteúdo do aplicativo estiver carregando, também faz os usuários se acostumarem e lembrarem do logo do Indie GO.

A Página Inicial foi desenvolvida com foco em simplicidade e eficiência, permitindo que o usuário encontre rapidamente o que procura. Ela oferece acesso a catálogos com recomendações de jogos brasileiros populares ou de alta relevância na plataforma, além de dispor de um menu no formato hambúrguer localizado no canto superior direito e uma barra de pesquisa. Esses elementos facilitam a navegação, permitindo localizar jogos e funções de maneira rápida e prática.

Figura 6 – Wireframe Splash Screen



Fonte: Figma, site de criação de Wireframes e Projetos⁸.

Figura 7 – Wireframe Cadastro ou Log-in



Fonte: Figma, site de criação de Wireframes e Projetos⁹.

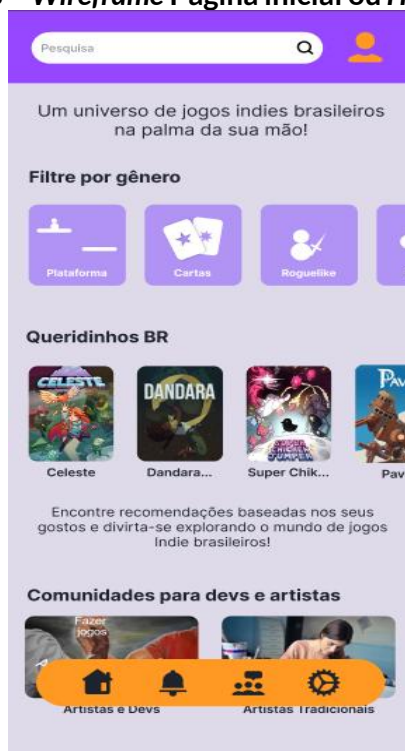
⁸ Disponível em: <https://www.figma.com> Acesso em: 30/09/2024.

⁹ Disponível em: <https://www.figma.com> Acesso em: 30/09/2024.

O menu inferior foi estruturado para tornar a navegação mais fluida e agradável. Ele concentra as ferramentas mais relevantes para os usuários, reduzindo a quantidade de etapas necessárias para acessar as funcionalidades principais. Essa organização contribui para uma experiência mais intuitiva e eficiente. A página de jogo é o coração da plataforma, nela terá imagens e vídeos que demonstram um pouco de um dos jogos selecionados, e onde ocorre a principal função do aplicativo a avaliação, comentários sobre a experiência dos jogadores e possivelmente a conexão com comunidades.

O perfil do usuário permite personalização por meio da adição de uma foto de perfil e a integração com contas de outras plataformas, como *Steam*. Essa conectividade promove maior interação entre as comunidades de jogadores. Além disso, o perfil inclui um histórico dos últimos jogos visualizados, uma lista de jogos favoritos, o número de análises realizadas e a quantidade de amigos adicionados. Esses elementos reforçam o engajamento dos usuários e valorizam sua participação na plataforma. A página de notificações é simples e direta ao ponto, lá é onde o usuário será notificado de alguma novidade, sendo as principais as interações com outros usuários, essas notificações são divididas por categorias e se já foram lidas ou não, assim facilitando a navegação.

Figura 8 – Wireframe Página inicial ou Home Page



Fonte: Figma, site de criação de Wireframes e Projetos¹⁰.

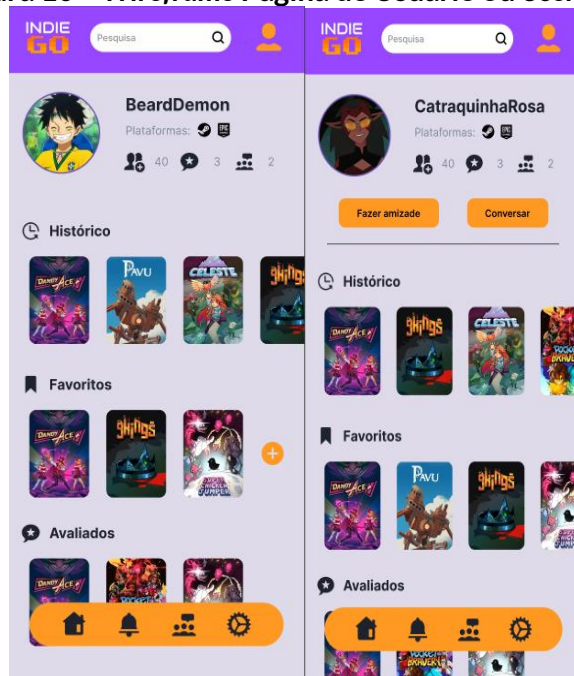
¹⁰ Disponível em: <https://www.figma.com> Acesso em: 30/09/2024.

Figura 9 – Wireframe Página de Jogo



Fonte: Figma, site de criação de Wireframes e Projetos¹¹.

Figura 10 – Wireframe Página de Usuário ou User page

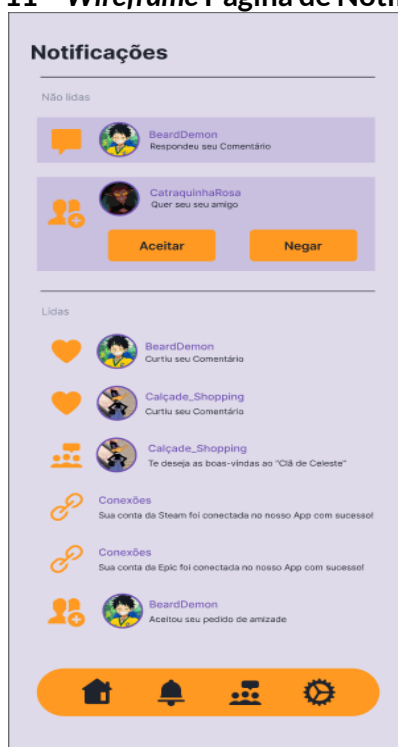


Fonte: Figma, site de criação de Wireframes e Projetos¹².

¹¹ Disponível em: <https://www.figma.com> Acesso em: 30/09/2024.

¹² Disponível em: <https://www.figma.com> Acesso em: 30/09/2024.

Figura 11 – Wireframe Página de Notificações



Fonte: Figma, site de criação de Wireframes e Projetos¹³.

3. RESULTADOS

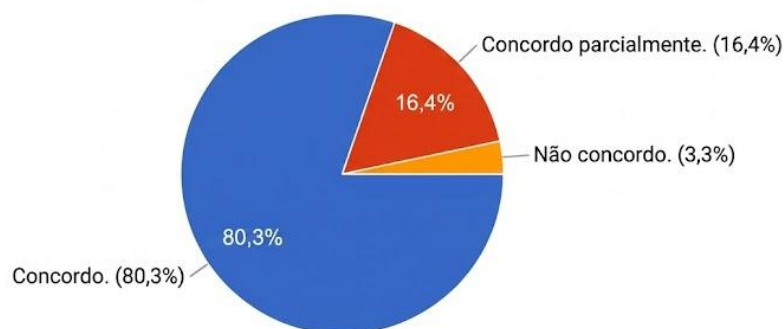
Com base na análise das 61 respostas obtidas pela aplicação da pesquisa, no período entre maio e junho de 2024, é possível afirmar que os usuários são receptivos a uma plataforma como a Indie GO, demonstrando necessidade e busca de oportunidades para inserção no mercado de jogos. Dentre o total de 17 perguntas, destacamos, a seguir, quatro questões e as respostas dadas.

¹³ Disponível em: <https://www.figma.com> Acesso em: 30/10/2024.

Gráfico 1 – Relevância da Indie Go

Você acredita que seja relevante para a comunidade de jogos indie uma plataforma onde os desenvolvedores e os jogadores conseguissem se comunicar e divulgar jogos?

61 respostas



Fonte: Questionário quantitativo aplicado.

Gráfico 2 – Participação em Comunidades voltadas a jogos Indie

Você já participou de comunidades online ou fóruns dedicados a jogos indie?

61 respostas

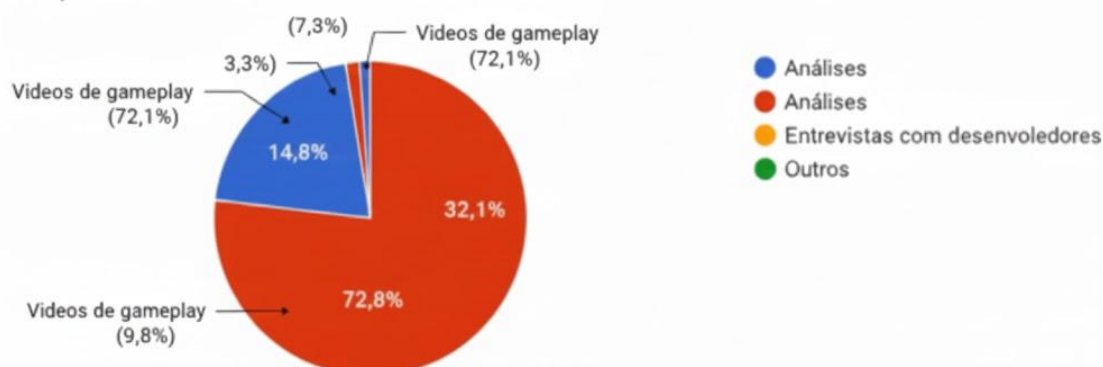


Fonte: Questionário quantitativo aplicado.

Gráfico 3 – Conteúdos sobre jogos Indie: preferências

Que tipo de conteúdo relacionado a jogos indie você mais gosta de consumir?

61 respostas

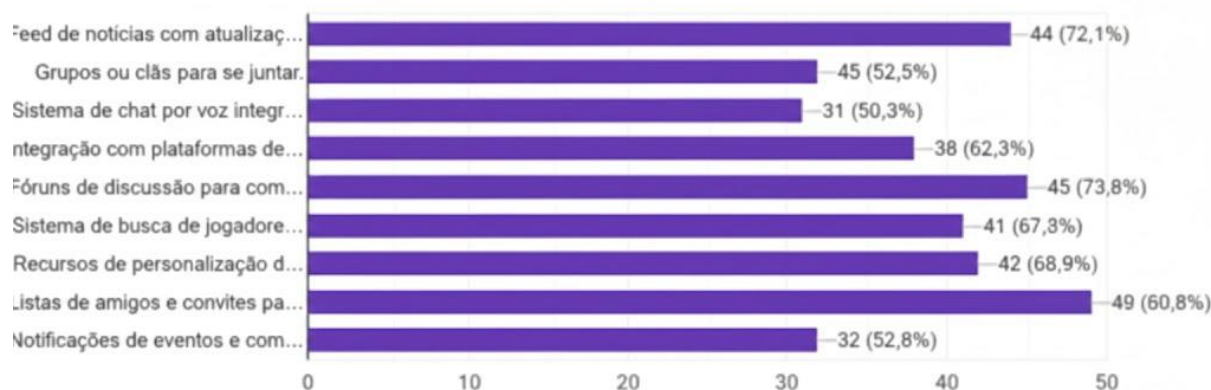


Fonte: Questionário quantitativo aplicado.

Gráfico 4 – Recursos e funcionalidades esperadas para gamers

Quais são os recursos ou funcionalidades mais importantes que você espera encontrar em uma rede social voltada para gamers? (Opções de escolha múltipla)

61 respostas



Fonte: Questionário quantitativo aplicado.

Os resultados demonstram o desenvolvimento de uma plataforma direcionada a *games Indie* deve priorizar a integração multicanal e a otimização das interfaces digitais. Os principais vetores de acesso a conteúdo e plataformas de aquisição são os *smartphones* e computadores (*desktops*). A plataforma *Steam* foi identificada como o principal *marketplace* para busca e compra de jogos em mídia digital, indicando que o novo *app Indie Go* deve buscar interoperabilidade com esse ecossistema.

Em termos de padrões de interação social, a pesquisa aponta que os usuários demonstram preferência pela comunicação via mensagens diretas ou chamadas de voz em detrimento de fóruns abertos. As principais exigências para o design da rede social são centradas na personalização e na agência do usuário, notadamente: customização do *feed* com base nas preferências individuais; capacidade de rastreamento e acompanhamento de desenvolvedores; consumo de *gameplays* (conteúdo audiovisual) como o formato dominante para *games Indie*, e integração de áreas específicas para discussão e debate (fóruns).

Essas variáveis de comportamento e as expectativas de alta personalização e fluidez comunicacional são cruciais para o design da plataforma *Indie Go*, a qual, ao incorporar esses requisitos, poderá fomentar o engajamento e mitigar o déficit de divulgação atualmente enfrentado pelos criadores independentes no mercado brasileiro.

REFERÊNCIAS

- EPIC GAMES. **Jogos grátis – Epic Games Store**. Disponível em: <https://store.epicgames.com/pt-BR/free-games> Acesso em: 09/07/2025.
- FIGMA. Disponível em: <https://www.figma.com/pt-br/> Acesso em: 18/09/2023.
- GARDA, Maria; GRABARCZYK, Pawel. **Is Every Indie game independent?** Towards the concept of independent game. The international journal of computer game research. Vol. 16, issue 1, Oct. 2016. Disponível em: https://pure.itu.dk/ws/files/85540494/4.13_Game_Studies_Is_Every_Indie_Game_Independent_Towards_the_Concept_of_Independent_Game.pdf Acesso em: 18/09/2023.
- GERADOR DE PERSONAS. **Pingback + RockContent**. Disponível em: <https://geradordepersonas.com.br> Acesso em: 20/10/2025.
- IBM. **O que são modelos de linguagem em larga escala (LLMs)?** [s.d.]. Disponível em: <https://www.ibm.com/think/topics/large-language-models> Acesso em: 09/07/2025.
- INTERACTION DESIGN FOUNDATION. **Wireframes**. Disponível em: https://www-interaction-design-org.translate.google.com/literature/topics/wireframe?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=pt&_x_tr_hl=pt&_x_tr_pto=tc Acesso em: 20/10/2025.
- LIPKIN, Nadav. **Examining Indie’s independence: the meaning of “Indie” games, the politics of production, and mainstream co-optation**. the journal of the Canadian Game Studies Association, 2012. Vol. 7 (11): 8-24. Disponível em: <https://journals.sfu.ca/loading/index.php/loading/article/view/122/149> Acesso em: 18/09/2023.
- METACRITIC: Página inicial. (DIETZ, Jason – CEO). Disponível em: <https://www.metacritic.com> Acesso em: 31/10/2023.
- REDDIT. Página inicial. (HUFFMAN, Steve; OHANIAN, Alexis – Fundadores). Disponível em: <https://www.reddit.com> Acesso em: 31/10/2023.
- SILVA, Edna L. da; MENEZES, Estera Muszkat. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 4ed. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2005. Disponível em: https://tccbiblio.paginas.ufsc.br/files/2010/09/024_Metodologia_de_pesquisa_e_elaboracao_d_e_teses_e_dissertacoes1.pdf Acesso em: 25/10/2025.
- SILVA, Rafaela Oliveira da. **Análise preditiva da popularidade de jogos indie**. TCC, 2023. Instituto de Matemática e Estatística da UFRGS. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/262039> Acesso em: 09/10/2023.
- STEAM. Página inicial, Disponível em: <https://store.steampowered.com> Acesso em: 31/10/2023.

TECHTUDO. *Steam: como votar em um jogo na Greenlight* Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2014/01/steam-como-votar-em-um-jogo-na-greenlight.ghml>. Acesso em 19/06/ 2025.