

**JOGOS DIGITAIS E A INDÚSTRIA BRASILEIRA: o caso da Wildlife Studios e seu popular jogo *Sniper 3D* para dispositivos móveis**

***DIGITAL GAMES AND THE BRAZILIAN INDUSTRY: the case of the Wildlife Studios and its popular game Sniper 3D for mobile devices***

Wilson Alegrete Neto – wilsonalegreneto@hotmail.com  
Faculdade de Tecnologia de Taquaritinga – Taquaritinga – São Paulo – Brasil

Gustavo Henrique Del Vechio – gustavo.vechio@fatec.sp.gov.br  
Faculdade de Tecnologia de Taquaritinga – Taquaritinga – São Paulo – Brasil

**DOI: 10.31510/inf.v18i2.1176**

Data de submissão: 16/08/2021

Data do aceite: 03/11/2021

Data da publicação: 30/12/2021

**RESUMO**

Impulsionados pela Internet e pela evolução e popularização dos *smartphones*, os jogos digitais estão crescendo em ritmo acelerado e já se tornaram o setor de maior rentabilidade da indústria do entretenimento em escala global. Sendo assim, este estudo procura avaliar a influência dos jogos digitais entre as pessoas, mais especificamente em relação ao perfil dos jogadores brasileiros, avaliando, inclusive, os gêneros e plataformas mais utilizados, bem como as empresas que lideram o mercado em termos de faturamento e reconhecimento mundial. Neste sentido, o estudo se aprofunda na realidade das empresas brasileiras, trazendo, como estudo de caso, a desenvolvedora Wildlife Studios, que desde sua criação em 2011, já conseguiu emplacar vários jogos de sucesso, com destaque para o seu principal jogo, chamado “*Sniper 3D*”, que atualmente possui mais de 500 milhões de *downloads* em plataformas para dispositivos móveis, o que a fez crescer exponencialmente ao longo dos últimos anos, sendo hoje uma das empresas mais valiosas do mundo neste segmento. O que se verifica, a partir deste estudo, é que, embora o mercado de jogos ainda seja liderado por gigantescas chinesas, estadunidenses ou japonesas, o Brasil apresenta um alto índice de crescimento, possui empresas que já faturam milhares de dólares anualmente e tem potencial para crescer cada vez mais neste universo.

**Palavras-chave:** Jogos digitais. Entretenimento. Dispositivos móveis. Mercado potencial.

**ABSTRACT**

Driven by the Internet and the evolution and popularization of smartphones, digital games are growing at a fast pace and have already become the most profitable sector of the entertainment industry on a global scale. Thus, this study seeks to assess the influence of digital games among people, more specifically in relation to the profile of Brazilian players, including evaluating the most used genres and platforms, as well as the companies that lead

the market in terms of revenue and worldwide recognition. In this sense, the study goes deeper into the reality of Brazilian companies, bringing, as a case study, the developer Wildlife Studios, which since its creation in 2011, has already managed to score several successful games, highlighting its main game, called " Sniper 3D", which currently has more than 500 million downloads on platforms for mobile devices, which has made it grow exponentially over the past few years, being today one of the most valuable companies in the world in this segment. What can be seen from this study is that although the gaming market is still led by giant Korean, American or Japanese companies, Brazil has a high growth index, has companies that already earn thousands of dollars annually and has the potential to grow more and more in this universe.

**Keywords:** Digital games. Entertainment. Mobile devices. Potential market.

## 1 INTRODUÇÃO

Este estudo tem o objetivo de avaliar o universo dos jogos digitais e seu crescimento ao longo dos últimos anos, aprofundando-se no mercado brasileiro, que demonstra um aumento potencial não apenas no número de jogadores, mas também na quantidade de empresas nacionais que investem pesado no desenvolvimento de jogos inovadores e com qualidade técnica superior, com vistas a alcançar reconhecimento e popularidade internacional.

Para alcançar este objetivo, a metodologia do estudo se define, primeiramente, pela revisão de artigos, pesquisas e matérias especializadas, a fim de compreender o quanto os jogos digitais fazem parte do dia a dia das pessoas, sobretudo dos brasileiros, quais os tipos de jogos e plataformas mais influentes e qual o potencial de lucros que este mercado obtém em média, em relação aos últimos anos e lançamentos. Após este marco teórico, o estudo se aprofunda em uma análise quanto às empresas brasileiras desenvolvedoras de jogos, apresentando, como estudo de caso, a Wildlife Studios, dos proprietários paulistas Arthur e Victor Lazarte, que desde a fundação do seu negócio, em 2011, já conseguiram emplacar vários jogos de sucesso, com destaque para o seu jogo mais famoso, chamado "Sniper 3D", que hoje já conseguiu atingir a marca de mais de 500 milhões de *downloads* em dispositivos móveis.

A justificativa para a elaboração deste estudo é a de que o segmento dos jogos digitais, mesmo com os impactos causados pela pandemia de COVID-19, continua em pleno crescimento, o que abre muitas oportunidades para inúmeras empresas e profissionais destacarem-se, aumentarem seus lucros e sua popularidade em escala internacional.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O entretenimento, seja em forma de arte, danças, jogos, músicas ou festas, é uma prática da sociabilização humana existente desde que as primeiras civilizações se formaram, há milênios. Hoje, com as sociedades mais modernas e evoluídas tecnologicamente, é claramente notável o quanto o entretenimento liga-se às tecnologias digitais, perpassando por elas e, em muitos casos, dependente amplamente deste aporte tecnológico (NAISBITT, 2006).

Por exemplo, aplicativos como Deezer e Spotify são utilizados por milhões de pessoas para ouvir músicas, compartilhar *playlists* e descobrir novos artistas e bandas. Já o Netflix, Amazon Prime e Disney Plus são destinados à reprodução de filmes, séries, documentários e outros conteúdos audiovisuais, disponibilizados facilmente por um sistema de *streaming*. Enquanto isso, é frequente o surgimento de novos jogos digitais, não apenas para os tradicionais consoles, como Playstation, Nintendo Switch ou Xbox, mas também para dispositivos móveis, quais sejam celulares e *tablets*. Alguns dos jogos mais famosos na *App Store* para sistemas iOS, ou na *Play Store* para sistemas Android, possuem milhões de *downloads*, em um ritmo que não cessa sequer por um instante. Também é possível incluir, nesta lista, os *apps* digitais para inúmeras tarefas, além das mídias sociais como o Facebook, Instagram e Youtube, que permitem o compartilhamento digital de informações 24 horas ao dia, 07 dias por semana.

Em termos mais concretos, a *App Store* da Apple já contabiliza quase 02 milhões de aplicativos disponíveis mundialmente (APP STORE, 2021) e o *Google Play Store* conta com quase 03 milhões (ANDROID..., 2021), sem contar a gigantesca quantidade de músicas, livros e outros conteúdos que ambas as plataformas oferecem. Em apenas um minuto, uma média de 28 novas músicas são adicionadas ao Spotify, mais de 500 horas de vídeos são publicadas no Youtube, cerca de 404 mil horas de vídeo são assistidas no Netflix, quase 4 mil dólares são gastos na compra de *apps* e mais de 347 mil fotos são publicadas no Instagram (ALI, 2020).

Desde que a Internet da forma como a conhecemos hoje surgiu no final da década de 1980 e começou a ganhar popularidade em meados de 1990, o número de usuários ativos não parou de crescer, tanto em relação ao uso comercial quanto pessoal. Como declaram Schimdt e Cohen (2013, p. 11): “a cada minuto, centenas de milhões de pessoas criam e consomem uma incalculável soma de conteúdo digital, em um universo on-line que não é limitado pelas leis terrestres.”

Com a pandemia do novo Coronavírus (COVID-19), surgida em 2020, o consumo e a utilização da Internet, das tecnologias e dos recursos digitais aumentaram ainda mais. O Hootsuite (2021) demonstra que, de uma população global de 7.8 bilhões de indivíduos, cerca de 4.6 bilhões já possuem acesso e se conectam à Internet, o que representa quase 60% de toda a população (um aumento de 321 milhões de novos usuários, ou seja, 7,4% em relação a 2019).

Destes, cerca de 4.2 bilhões são usuários ativos em mídias sociais (53.6% da população), permanecendo conectados, em média, 6 horas e 54 minutos por dia, seja para trabalhar e fazer pesquisas, ou também se relacionar, comunicar, ouvir músicas, assistir vídeos e jogar.

Ainda de acordo com os estudos do Hootsuite (2021), mais de 96.6% dos internautas possuem *smartphones* e acessam a *world wide web* por meio deste tipo de dispositivo. Ainda que possam se conectar por computadores fixos e tablets, os celulares já são os dispositivos mais utilizados para conexão. O navegador mais utilizado no mundo é Google Chrome, com cerca de 66,3%, seguido pelo Safari com 16,7% e pelo Firefox, com 4,1%. Com relação à velocidade de conexão, registra-se a média de 35.9 mbps para dispositivos móveis e 85.7 mbps para conexões fixas. A Coreia do Sul é o país que possui a maior velocidade média de conexão móvel, chegando a 121 mbps, enquanto a mais baixa é a do Afeganistão, com média de 7.26 mbps. O Brasil registra a média de 28.4 mbps, que é um pouco abaixo da média mundial. Aliás, com tantas pessoas conectadas por meio dos celulares, o consumo de dados segue crescendo em ritmo acelerado, tendo um aumento de mais de 1.100% nos últimos cinco anos.

Ao avançar nos dados fornecidos pela pesquisa do Hootsuite (2021), nota-se o quanto mídias sociais e plataformas de vídeos, músicas e jogos são cada vez mais acessados pelos usuários. Embora, atualmente, milhões de pessoas trabalhem de suas casas (muito em função da pandemia de COVID-19), depois do Google, os sites mais acessados na Internet são o Youtube e Facebook. A busca por informações é o principal motivo de acesso (em 63% dos casos), no entanto, em 51% das vezes, o motivo é para assistir vídeos e se entreter, 46.3% ouvir música, enquanto os jogos já são o principal motivo em 32% das vezes. Aprofundando-se nos jogos digitais, pois este é o assunto principal deste artigo, nota-se que 86.9% de todos os usuários conectados à Internet no mundo possuem algum tipo de jogo para entreterem-se. Embora 20% o façam por tablets e 26% por consoles, a maior parcela dos jogadores utiliza ou um computador (42%) ou um smartphone (74%). Mais de 90% da população entre 16 e 34

anos joga algum jogo, enquanto aqueles com até 64 anos são quase 70% (uma média ainda alta). No Brasil, a média de jogadores, sendo homens e mulheres de 16 a 64 anos, é de 85%, apenas, cerca de dois pontos percentuais a menos do que a média mundial.

## 2.1 Perfil do jogador brasileiro

A Pesquisa Game Brasil (PGB, 2021) demonstra que o mercado brasileiro de jogos digitais é liderado pelo público feminino desde o ano de 2016, atualmente ocupando 53,8% do espaço entre os jogadores, contra 46,2% do público masculino, sendo das mulheres também o maior uso de *smartphones* (70,5%) em comparação aos homens (29,5%). A faixa etária dos jogadores é maior entre jogadores de 25 a 34 anos (34,7%), o que demonstra que o ato de jogar não é uma atividade apenas de crianças e adolescentes; na verdade, cerca de três quartos dos brasileiros (73,4%) jogam algum tipo de jogo digital, independentemente da plataforma. Corroborando com os dados do Hootsuite (2021), o estudo da PGB (2021) também elenca os celulares como os principais dispositivos utilizados (cerca de 86,7% dos jogadores os usam), seguido pelos consoles tradicionais (43%), computadores (40,7%), notebooks (38,2%) e outros dispositivos, tais como tablets, com 15,8%. Aliás, outro fato importante é que os jogadores são de todas as classes sociais e, embora as classes B e C registrem maior percentual em todas as plataformas, a maior participação da classe A está entre os consoles e computadores, tendo em vista que os custos dessas plataformas tradicionais são maiores do que dos celulares.

Em geral, ainda de acordo com a PGB (2021), os jogos preferidos para celulares são de estratégia (74,7%), aventura (66,8%) e de combinação de palavras (66,3%). Nos computadores, a preferência é por jogos de estratégia (81,7%), ação (80,8%) e aventura (79,4%); em consoles, estes também são os três principais temas, sendo que há uma mudança na ordem: ação (89,9%), aventura (88%) e estratégia (86,1%). Nos celulares, 48,6% dos indivíduos jogam on-line, sendo que 34,4% jogam todos os dias. Nos computadores, 65% jogam on-line, sendo que 41,9% deles jogam todos os dias; nos consoles, 58,2% jogam on-line, sendo que 32,1% jogam de 3 a 6 vezes por semana. Cerca de 36,5% dos jogadores gastam dinheiro em jogos com celulares, 66,8% em jogos de computadores e 59,8% em jogos de consoles.

Como é possível observar, embora os *smartphones* sejam dispositivos multitarefas e que podem ser utilizados para se informar, comunicar, trabalhar e pesquisar, também estes são

frequentemente utilizados para se entreter, assistir vídeos, ouvir músicas e, muitas vezes, jogar. Não é, portanto, de se surpreender, como esclarece o estudo da PGB (2021), que para 64,1% dos brasileiros, os jogos digitais já são considerados a principal fonte de diversão e entretenimento, o que representa um universo de mais da metade da população.

## 2.2 Mercado de jogos

A pesquisa da PGB (2021) demonstra o quanto os jogos digitais fazem parte da vida de uma parcela considerável da população. Considerando, ainda, que o Brasil ocupa a 16ª posição dentre os países com o maior percentual de jogadores na Internet (HOOTSUITE, 2021), é claramente perceptível a relevância dos jogos digitais em nível mundial. Este mercado de jogos já se coloca como a maior fonte de entretenimento: em termos financeiros, somente em 2020, o setor de jogos teve receita de 126,6 bilhões de dólares, valor este que é maior do que a indústria do cinema e da música somados, tendo ainda um acréscimo de 12% em relação a 2019, quando ainda não havia a pandemia de COVID-19. Aliás, há 02 anos, o setor de jogos já se equiparava a quase 1/8 do faturamento da gigante indústria de aviação. Mais da metade deste imenso faturamento é proveniente do mercado de jogos para dispositivos móveis, pois o uso de *smartphones* e tablets permanece em alta, representando 58% do total em comparação ao uso de outras plataformas de jogos (SUPER DATA, 2021).

Nos dispositivos móveis, de acordo com a pesquisa da Super Data (2021), os três jogos mais rentáveis no ano de 2020 foram produzidos pela chinesa Tencent, sendo eles: “*PUBG Mobile*” (US\$ 2.6 bilhões), “*Honor of Kings*” (US\$ 2.45 bilhões) e “*Peacekeeper Elite*” (US\$ 2.32 bilhões). Com este mercado faturando alto, as desenvolvedoras chamam a atenção não apenas de jogadores, mas também de investidores; estas empresas podem gerar rendimentos significativos caso consigam desenvolver jogos que façam sucesso e sejam apreciados pelo público. Em termos comparativos, a respectiva pesquisa demonstra que, das empresas mundialmente famosas, a japonesa Sony teve receita de US\$ 25 bilhões somente em 2020 com jogos; a chinesa Tencent, em segundo lugar, teve receita de US\$ 13.9 bilhões; nas próximas colocações estão (em bilhões): a japonesa Nintendo (US\$ 12.1), a estadunidense Microsoft (US\$ 11.6), a estadunidense Activision Blizzard (US\$ 8.1), a estadunidense Electronic Arts (US\$ 5.5), a estadunidense EPIC Games (US\$ 4.2), a estadunidense Take-Two Interactive (US\$ 3.1), a japonesa Sega Sammy (US\$ 2.3) e a japonesa Bandai Namco (US\$ 2.2).

Além do desenvolvimento dos jogos, algumas destas empresas desenvolvem seus próprios consoles em nível global, como é o caso da Sony com o Playstation, da Microsoft com o Xbox e da Nintendo, cujo console mais recente é o Switch. Tais dispositivos registram milhões de unidades vendidas em cada edição ou versão, o que agrega em muito lucro e aumento deste mercado. Aliás, pode-se, ainda, considerar muitos outros participantes deste segmento, como por exemplo, os fabricantes de chips e placas de vídeo, tais como AMD, Intel e NVIDIA, além dos fabricantes de celulares e tablets, tais como Apple, Samsung e Xiaomi, que também faturam muito com o universo dos jogos digitais, fazendo-o crescer.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Como é possível observar pelos dados apresentados na fundamentação teórica, o Brasil tem uma altíssima demanda de público quando se trata de jogos digitais, sendo, inclusive, um dos maiores mercados mundiais neste quesito (HOOTSUITE, 2021; PGB, 2021). Tendo em vista o amplo campo do entretenimento, este estudo procura, a seguir, fazer uma breve análise do crescimento da indústria de desenvolvimento de jogos brasileiros que, mesmo não tendo a enorme influência de empresas internacionais tais como a chinesa Tencent, a japonesa Nintendo e as estadunidenses Microsoft e Activision Blizzard, dentre outras já citadas anteriormente, estão ganhando mercado e alcançando, aos poucos, patamares internacionais. Após esta análise geral, o estudo se propõe a apresentar o estudo de caso de uma empresa específica, Wildlife Studios, cujo jogo “*Sniper 3D*” têm feito enorme sucesso no mundo.

De acordo com dados fornecidos pelo Ministério da Cultura (2018), a quantidade de estúdios brasileiros de desenvolvimento de jogos era de 142 em 2014, mas em 2018 saltou para 375, um crescimento de 182% em apenas 04 anos (ou de 107% se consideradas apenas as empresas formalizadas, que são 276). Somente entre os anos de 2016 e 2017, foram produzidos 1.718 jogos no país, sendo 43% destinados a dispositivos móveis, 24% a computadores, 16% à reprodução diretamente em páginas da *web*, 10% à realidade virtual, 5% a consoles e 2% a outras plataformas. 874 destes jogos (51%) foram de conteúdos educacionais ou de treinamento corporativo, enquanto os demais 785 (49%) foram voltados para entretenimento geral.

Outro dado interessante é que, apesar de a maioria destas empresas serem das regiões Sudeste (146) e Sul (60), o norte do país foi a região que apresentou maior aumento

percentual de empresas formalizadas (350%), passando de 02 para 09 estúdios. Dentre estas centenas de empresas, algumas delas têm se destacado recentemente, tais como a paulista Betagames Group,<sup>1</sup> que está desenvolvendo uma versão brasileira para a franquia mundialmente conhecida *Grand Theft Auto (GTA)*, da estadunidense Rockstar,<sup>2</sup> a catarinense Caleta Gaming,<sup>3</sup> que nos últimos 07 anos desenvolveu 68 jogos de caça-níqueis virtuais, dos quais 56 estão em funcionamento em sites do mundo todo, ou a paulista Duaik,<sup>4</sup> cujo jogo de aventura “*Aritana and the Harpy’s Feather*” recebeu da Microsoft Gaming, no ano de seu lançamento (2015), a premiação de “Desenvolvedora Brasileira Inaugural” para o Xbox One. (FLAUSINO, 2020).

Pode-se citar, ainda, outros estúdios que ou estiveram recentemente nos holofotes por lançamentos populares ou estão se destacando pela promessa de um futuro promissor, como é o caso do estúdio paulista Pixel Punk e o aguardado jogo “*Un sighted*”, a paulista Eletric Monkeys com o jogo “*Gravity Heroes*” e a fluminense Double Dash com o jogo “*Sky Racket*” (YONEZAWA, 2021). Contudo, atualmente, o título de maior sucesso na indústria de jogos no país é “*Sniper 3D*”, da Wildlife Studios,<sup>5</sup> uma empresa situada em São Paulo-SP e que é especializada no desenvolvimento de jogos para dispositivos móveis.

A história da Wildlife Studios se iniciou em 2011, quando os irmãos Arthur e Victor Lazarte decidiram investir 100 dólares na abertura de uma pequena empresa, na época chamada de “*Top Free Games*”,<sup>6</sup> para desenvolver jogos voltados a dispositivos móveis. Logo no primeiro ano de atuação, a empresa começou a ganhar visibilidade pelo lançamento de “*Race Penguin*”, um jogo em que os jogadores precisam ser ágeis a fim de ajudar um pequeno pinguim a fugir de um urso. Porém, foi no ano seguinte, em 2012, que o negócio realmente começou a decolar, por conta do lançamento do “*Bike Race*”, um jogo de corrida de motos recheado de desafios e que já permitia, inclusive, aos jogadores se enfrentarem por meio do recurso *multiplayer*. Em apenas 12 meses, a empresa atingiu a expressiva marca de

---

1 O site da Betagames Group pode ser acessado em: <https://www.betagamesgroup.com/>.

2 O site oficial do jogo GTA pode ser acessado em: <https://bit.ly/3w2qaGj>.

3 O site da Caleta Gaming pode ser acessado em: <https://caletagaming.com/>.

4 O site da Duaik pode ser acessado em: <https://www.duaik.com/index/>.

5 O site da Wildlife Studios pode ser acessado em: <https://wildlifestudios.com/pt-br/>.

6 A mudança do nome *Top Free Games* para *Wildlife Studios* ocorreu em 2019. Até hoje os jogos produzidos pela empresa continuam a ser gratuitos para *download*: a renda está, principalmente, em anúncios de terceiros dentro dos jogos, bem como nos itens exclusivos que podem ser adquiridos pelos jogadores a fim de evoluírem ou terem mais benefícios enquanto disputam partidas ou passam pelas fases.



100 milhões de jogadores, um marco para uma empresa brasileira neste segmento (POR DENTRO..., 2021).

Embora tenha conseguido êxito com vários outros títulos, foi em 2014 que a Wildlife Studios lançou seu maior sucesso, chamado “*Sniper 3D*”, que logo viria a se tornar não apenas seu produto principal, mas um dos jogos mais baixados do mundo (POR DENTRO..., 2021). Com esse crescimento, Arthur e Victor Lazarte investiram na expansão de suas equipes de desenvolvimento e em ferramentas especializadas, obtendo, desde 2014, crescimento anual médio de cerca de 70%, posicionando-se, assim, como uma das maiores desenvolvedoras de jogos para celulares do mundo (INGIZA; GUILHERME; AGRELA, 2021).<sup>7</sup>

Mais especificamente, “*Sniper 3D*” é um jogo de tiro em primeira pessoa, que possui jogabilidade dinâmica, gráficos muito bem trabalhados e dificuldade que aumenta a cada nível. Na história, o jogador incorpora o personagem de um habilidoso atirador de elite que tem a tarefa de eliminar assassinos, terroristas e outros tipos de criminosos em cada etapa (figura 1). Trata-se, neste sentido, de um jogo estruturado por capítulos, com diferentes cenários e missões específicas, vários objetivos, alvos e conquistas, sem contar as dezenas de armamentos disponíveis, que são separadas em 05 categorias.

Figura 1. Imagem de exemplo do jogo “*Sniper 3D*”, da Wildlife Studios



<sup>7</sup> Além dos citados “*Race Penguin*”, “*Bike Race*” e “*Sniper 3D*”, Flausino (2020) também lembra que a Wildlife Studios também é detentora de outros títulos famosos, tais como “*Tennis Clash*”, “*Castle Crush*”, “*Zuuba*”, “*Colorfy*” e “*War Machines*”. Ao todo, a empresa possui mais de 60 jogos que somam cerca de 2.6 bilhões de *downloads*, tendo 5 escritórios em quatro países (Brasil, Estados Unidos, Irlanda e Argentina) e mais de 800 funcionários, o que a coloca entre as dez maiores de seu segmento em todo planeta.

**Fonte: imagem do jogo capturada pelos autores.**

Atualmente, “*Sniper 3D*” possui mais de 500 milhões de *downloads* em dispositivos Android,<sup>8</sup> está avaliado em 05 estrelas entre os dispositivos iOS com mais de 2,5 milhões de avaliações<sup>9</sup> e um número de usuários ativos de cerca de 30 milhões ao mês. Com tamanho sucesso deste e de alguns outros títulos que lograram êxito, a Wildlife Studios alcançou, em 2019, valor de mercado de cerca de 1.3 bilhões de dólares, entrando para a lista dos chamados “unicórnios” (nome dado às *startups*, avaliadas em mais de US\$ 1 bilhão). Hoje, seu valor de mercado está avaliado em 03 bilhões de dólares, além de a empresa atrair olhares e conseguir parcerias com poderosos investidores e apoiadores, tais como Jorge Paulo Lemann, Marcel Telles e Beto Sicupira, da 3G Capital, ou ainda Jeff Weiner, presidente do conselho do LinkedIn e Carlos Saldanha, diretor de filmes como *A Era do Gelo* e *Rio*. Aliás, entre os anos de 2018 e 2021, a empresa saltou de 180 para cerca de 800 funcionários, o que demonstra o potencial de crescimento de seu negócio em nível mundial (INGIZA; GUILHERME; AGRELA, 2021).

#### 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A trajetória de sucesso da Wildlife Studios é uma inspiração para muitas empresas nacionais que almejam alcançar altos patamares de lucro e sucesso. Embora já existam várias brasileiras em pleno crescimento, sendo algumas delas com faturamento anual em milhares de dólares, a Wildlife Studios é hoje a maior do Brasil e gigante em nível mundial, cujo valor de mercado tende a crescer ainda mais (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2018).

A Pandemia de COVID-19 não afetou o setor de desenvolvimento de jogos; pelo contrário, as transações financeiras realizadas nas principais plataformas cresceram cerca de 140% em relação a 2019 (LARGUI, 2021), o que demonstra que este mercado está muito aquecido. Um jogo como “*Sniper 3D*”, que hoje mostra que a quantidade expressiva de *downloads*, é um exemplo de que o Brasil não tem apenas um mercado consumidor de milhões de jogadores, mas também recursos e talento para desenvolver jogos com alta qualidade técnica e com imenso potencial de sucesso. A indústria brasileira cresce a cada ano e, por isso, precisa de mão de obra especializada: a Wildlife Studios, assim como diversos

---

8 Na Play Store, o jogo pode ser encontrado pelo link <https://bit.ly/3irmbPq>.

9 Na Apple Store, o jogo “Sniper 3D” pode ser encontrado pelo link: <https://apple.co/2Rywarc>.

outros produtores, prova o quanto o setor dos jogos digitais e do entretenimento pode ser um negócio vantajoso e lucrativo.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os jogos digitais fazem parte da vida de uma considerável parcela da população mundial. Trata-se de um segmento que cresce a cada ano, o que faz com que certas empresas alcancem o patamar de bilhões de dólares em relação a seu valor de mercado. Este é, de fato, um universo que movimenta bilhões de dólares anualmente e que não parou de crescer nem mesmo em função da pandemia de COVID-19; aliás, tendo em vista que as pessoas acabaram ficando mais isoladas ou em suas casas, estas passaram a usar ainda mais a Internet e os dispositivos digitais, o que fez o mercado de jogos crescer progressivamente.

Embora empresas estrangeiras de origem chinesa, estadunidense ou japonesa lideram o mercado de desenvolvimento global tanto para jogos voltados aos consoles tradicionais quanto para dispositivos móveis, o Brasil, além de apresentar um número alto de jogadores, também demonstra considerável crescimento em relação ao desenvolvimento de jogos. Além de surgirem cada vez mais desenvolvedoras, algumas destas empresas já estão alcançando níveis internacionais, tanto em relação à qualidade dos jogos quanto no que diz respeito ao número de *downloads* e repercussões positivas, ou seja, em popularidade geral.

A brasileira Wildlife Studios, utilizada como estudo de caso neste artigo, é um forte exemplo de sucesso e modelo de inspiração para inúmeras outras empresas nacionais que visam explorar o mercado de jogos e se tornar uma referência. Mais investimento neste universo abre espaço para milhares de profissionais especializados, além da probabilidade de mais lucros e de reconhecimento internacional. Trata-se de um mercado em ebulição, a ser aproveitado.

## REFERÊNCIAS

ALI, Aran. Here's what happens every minute on the Internet in 2020. **Visual Capitalist**, 15 set. 2020. Disponível em: < <https://www.visualcapitalist.com/every-minute-internet-2020/> >. Acesso em: 29 maio 2021.

ANDROID and Google Play statistics. **AppBrain**, 2021. Disponível em: < <https://www.appbrain.com/stats> >. Acesso em: 29 maio 2021.

APP STORE. **Apple**, 2021. Disponível em: < <https://www.apple.com/br/app-store/> >. Acesso em: 29 maio 2021.

FLAUSINO, Rodrigo. Conheça algumas empresas brasileiras que são destaque no desenvolvimento de jogos. **Select Game**, 22 dez. 2020. Disponível em: < <https://bit.ly/3v4I7Cw> >. Acesso em: 8 jun. 2021.

HOOTSUITE. **Digital 2021**. Disponível em: < <https://wearesocial.com/digital-2021> >. Acesso em: 28 maio 2021.

INGIZZA, Carolina; Guilherme, Guilherme; AGRELA, Lucas. O fantástico mercado dos games. **Exame**, 16 mar. 2021. Disponível em: < <https://bit.ly/3pwnxtT> >. Acesso em: 7 jun. 2021.

LARGUI, Nathália. Com pandemia, mercado de games cresce 140% no Brasil, aponta estudo. **Valor Investe**, São Paulo, 23 jan. 2021. Disponível em: <<https://glo.bo/3g1iQVB>>. Acesso em: 8 jun. 2021.

MINISTÉRIO DA CULTURA. **II Censo da Indústria de Jogos Digitais**. Brasília: Ministério da Cultura - Secretaria da Economia Criativa, 2018. Disponível em: < <https://bit.ly/34TubAQ> >. Acesso em: 5 jun. 2021.

NAISBITT, John. **High Tech, High Touch: a tecnologia e a nossa busca por significado**. 3 ed. São Paulo: Cultrix, 2006.

PGB. **Pesquisa Game Brasil 2021**. Disponível em: < <https://www.pesquisagamebrasil.com.br/pt/ebooks/> >. Acesso em: 22 maio 2021.

POR DENTRO da Wildlife, o unicórnio global nascido no Brasil. **StartSe**, 1 fev. 2021. Disponível em: < <https://bit.ly/3cKc8BF> >. Acesso em: 7 jun. 2021.

SCHMIDT, Eric. COHEN, Jared. **A nova era digital: como será o futuro das pessoas, das nações e dos negócios**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2013.

SUPER DATA. **2020 Year in Review**. Super Data, 2021. Disponível em: < <https://bit.ly/3x6UQ9d> >. Acesso em: 6 jun. 2021.

YONEZAWA, Bruno. Indie: 7 estúdios brasileiros que você precisa conhecer. **IGN Brasil**, 13 abr. 2021. Disponível em: < <https://bit.ly/35dF4xL> >. Acesso em: 8 jun. 2021.