



Quatro anos para chegar ao consumidor

Quatro anos para produção e lançamento de um game. Este é o tempo que a empresa Hoplon, de Florianópolis, está dedicada a produzir um game, chamado *massivo* por permitir a participação simultânea de vários jogadores. Este é o tempo também de atividades da empresa.

Desde o começo, nenhum jogo foi vendido. Isso porque a equipe de 80 funcionários ainda trabalha no mesmo game, o *Taikodom*, que deve ser lançado daqui a dois meses (por enquanto, está em teste e disponível gratuitamente no site www.taikodom.com.br).

O investimento no jogo ultrapassou os R\$ 15 milhões e a previsão é que a quantia passe para R\$ 17 milhões até o lançamento. O gasto é compatível com a pretensão da empresa: torná-lo uma febre mundial que pode render até R\$ 10 milhões por mês e ter uma vida útil de 15 a 20 anos.

O *Taikodom* vai permitir ao jogador pilotar aeronaves para navegar no espaço, criando uma nova realidade virtual, em que é possível transitar por estações espaciais. Neste momento, eles trabalham para reverter o universo e criar um avatar (personagem).

Números no mercado

NO MUNDO

- Gerou US\$ 33 bilhões em 2006
- Crescerá 42% até 2009
- Superou o mercado de música e cinema
- Há mais de 150 milhões de jogadores
- Principais mercados: EUA, Canadá, Índia, Austrália e China

NO BRASIL

- Há 42 empresas de games associadas na Abragames
- Cerca de 600 profissionais trabalham nelas
- A indústria brasileira é responsável por 0,16% do faturamento mundial do setor
- 40% dos softwares para jogos produzidos em 2008 são para consoles
- A média salarial no setor de jogos eletrônicos no país é de R\$ 2,2 mil
- No Estado, que emprega cerca de 200 pessoas na área, essa média é R\$ 1,5 mil

Fonte: Associação Brasileira de Games (Abragames)



O cara dos sons do Second Life

Antônio Teoli, 22 anos, é sound designer de games. Ou seja, é o responsável pela trilha sonora dos jogos. Tanto o som aterradorante que se escuta na hora de enfrentar um perigo quanto o barulho do tiro de uma arma são de responsabilidade dele.

Isolado pela acústica da pequena sala onde trabalha, preferencialmente sem calçados, Antônio passa horas tentando bolar aquelas musiquinhas que não saem da cabeça. Para isso, conta com uma guitarra, um teclado e, claro, um computador. Já para adequar o som para cada jogo, é preciso jogar e soltar a imaginação. Diante de tanta tecnologia, pode até causar estranheza, mas, de vez em quando, como na era do rádio, ele ainda usa um guarda-chuva para sonorizar o bater de asas de um morcego, por exemplo. Já sonorizou mais de 500 jogos, incluindo a versão brasileira de *Second Life* e alguns games de consoles como *Master System* e *Mega Drive*.

Ele conta que desde criança gostava de jogar vídeo game. A paixão pelos jogos concorre com a pelos instrumentos musicais. Aos sete anos, começou a tocar piano, passando para tuba, guitarra, bandleim, baixo e violão. Ai, ele nem imaginava que uniria os dois passatempos prediletos e os transformaria em trabalho.

Indústria quer o público feminino

Apesar de o público feminino de jogadores ter menor participação e envolvimento com games do que o masculino, há cerca de cinco anos o mercado mundial vem apostando no crescimento dessa fatia de mercado e criando jogos direcionados para as mulheres. Nada, porém, que envolva mortes ou lutas para conseguir pontos.

Com um layout mais colorido e personagens mais reais do que os dos jogos de ficção científica, guerra e luta, esses games que têm como público-alvo mulheres na faixa dos 35 anos que dedicam pouco tempo para jogar e querem apenas se distrair. Eles também são produzidos em Santa Catarina e a empresa Techfront, em Florianópolis, é especializada no ramo.

O proprietário, Cesar Augusto Barbado, 37 anos, brinca que os jogos são "comédias românticas interativas". O de maior sucesso, chamado *Burger Island*, que está na segunda versão, tem como mote uma lanchonete em que o jogador precisa dar conta de fazer as receitas solicitadas pelos clientes. Todos os jogos que produzem são destinados à internet, para ser comprados em sites especializados ou até para download gratuito.

No último game lançado pela empresa, o jogador tem que administrar um spa. Precisa limpar a hidromassagem suja, levar cremes às esteticistas etc. Em um dia disponível na rede, teve 1 milhão de acessos. O game foi lançado em 19 idiomas.

— Vendemos exclusivamente para os Estados Unidos e países da Europa por causa da pirataria. Isso sem contar com as altas cargas tributárias brasileiras, que não compensam as vendas no país — comenta Cesar Augusto Barbado.

Até os jogos para celulares, vendidos nas operadoras por preços que variam entre R\$ 7 e R\$ 10, são pirateados. Quem trabalha na área conta que já viu em sites os jogos que deveriam ser vendidos só nas lojas autorizadas. Se a pirataria incomoda os produtores de games comprados a preços acessíveis, os jogos de preços mais altos são ainda mais pirateados.

— Quando se produz pouco para o mercado interno em função da pirataria, não se cria uma cultura de jogos eletrônicos, nem um ambiente propício à produção doméstica — lamenta Larss Batista, proprietário de empresa de games nos Estados Unidos.



Fora do perfil, dentro do mercado

Samara Sena (foto), 27 anos, e Valter Monteiro, 47 anos, ocupam cargos de artistas em produtoras de games. Mas eles têm mais do que a profissão em comum: os dois fazem parte de minorias nessa indústria. Ela, por ser mulher. Ele, por ter mais de 40 anos.

Formada em Artes Plásticas, Samara foi parar na área de produção de games porque gostava de pintar telas com desenhos que remetiam à ficção científica, mote do jogo em que trabalha atualmente. Na vaga de diretora de arte da Hoplon, é ela quem aprova o desenho de uma nave espacial ou decide a cor de uma galáxia.

— Nunca fui ligada a games até chegar aqui. Agora, meu olho está tão treinado que, se vejo alguém jogando, fico observando se há cores que poderiam ser substituídas para tornar o visual do jogo mais agradável — comenta.

Para Valter, que é formado em Comunicação Social, o melhor de seu trabalho na empresa Techfront, também localizada em Florianópolis, é o desafio de unir nos desenhos que faz para compor os jogos a simulação da vida real à inovação necessária ao mundo virtual. Primeiro no papel, depois no computador, em ambas os cenários como muita criatividade. ■

Empresas enfrentam carência de mão-de-obra

Para Tarquínio Teles, proprietário da Hoplon, pior do que o extenso planejamento e o alto investimento do *Taikodom*, é a falta de mão-de-obra enfrentada pelo setor. Ele conta que é comum que o funcionário passe por uma espécie de treinamento antes de começar a atuar.

— Como os cursos específicos na área são recentes, nem me preocupo com a formação do candidato a uma vaga. O que conta, para mim, é competência e vontade de aprender. Não é à toa que contratamos profissionais de diversas áreas ou amadores interessados — observa Tarquínio.

Afinidade com jogos eletrônicos é o principal e talvez o único requisito para quem pretende trabalhar na criação de games.

Em uma volta pelas empresas, é possível encontrar psicólogos, jornalistas, engenheiros e estudantes, além, é claro, de designers e bacharéis em Ciências da Computação. Para quem pensa que ser um nerd está entre os requisitos para trabalhar nestas empresas, a resposta dos produtores de game, quando perguntados se é assim que se consideram, é imediata:

— Depende do que se pensa que é um nerd. Jogar durante horas é questão de gosto, mas faz parte do nosso trabalho!

0 que cada empresa faz

■ **Cre8** — Publisher de jogos e aplicativos para celular (ringtone, instant message, etc.)
Site: www.cre-eight.com.br

■ **Techfront** — Jogos casuais para computador
Site: www.techfront.com.br

■ **Palmsoft** — Jogos para celular
Site: www.palmsoft.com.br

■ **Hoplon Infotainment** — Jogo online para multi-jogadores "Taikodom"
Site: www.hoplon.com

■ **ThunderWorks** — Jogo de simulação de missões e batalhas aéreas
Site: www.thunderworks.com

■ **RPM Produtora** — Animação 2D e 3D
Site: www.rpm.com.br

■ **Voxel** — Tecnologia para o setor de entretenimento, em especial, streaming de vídeo
Site: www.voxelinformatica.com.br

■ **Tecnosystem** — Jogos para PC e quiosques
Site: www.tecsystem.com.br

■ **Tecnomagia** — Jogos e aplicativos para celular
Site: www.tecnomagia.com

■ **AnimaKing** — Animação em 2D, 3D e Stop Motion
Site: www.animaking.com

■ **Céu Games** — Jogos para celular
Site: www.ceugames.com

■ **Pangas Entertainment** — Jogos para PC
Site: www.bellatorus.com

■ **Experience Solutions** — Jogos educativos e para sensibilização social
E-mail: cha@sapientia.org.br

■ **Sandbox** — Design para interatividade
Site: www.sandbox.com.br

■ **AJB Webdesign** — Aplicações para tecnologia 3G
Site: <http://pt.ajbgroup.com>

* Empresas com sede em São Paulo e unidades avançadas em Florianópolis

As empresas Tecnosystem e Céu Games estão situadas na cidade de Joinville; as demais em Florianópolis.