

# Procura por cursos aumenta e maioria dos interessados é do sexo masculino

Valor Econômico 28 Jun 2010 (JS)

Empresas no Brasil e no exterior estão a procura de desenvolvedores de jogos eletrônicos. A Tectoy Digital e a Kidguru, no mercado nacional, e a inglesa Playfish, que já emprega cinco brasileiros, procuram profissionais especializados em design, criação e direção de games. A demanda promete. Em 2010, de acordo com o instituto Gartner, o crescimento das vendas de smartphones vai empurrar para US\$ 6,2 bilhões o gasto mundial em lojas on-line de aplicativos móveis — e os games lideram a lista dos programas mais “baixados.”

Segundo o levantamento mais recente da Associação Brasileira das Desenvolvedoras de Jogos Eletrônicos (Abragames), o mercado já oferece ganhos mensais acima de R\$ 5 mil. Nos Estados Unidos, a média salarial é de US\$ 75, 5 mil anuais. Na indústria nacional, que movimentou mais de R\$ 80 milhões por ano, os artistas gráficos e programadores são os mais numerosos. Mais de 500 profissionais estão empregados em 42 companhias no Brasil, de acordo com a associação que representa o setor.

Para especialistas, o aumento da produção de entretenimento para plataformas móveis, como os smartphones e a profissionalização das empresas locais devem alavancar contratações. Escolas privadas e universidades têm cursos na área mas, nesse ramo, a experiência profissional é deci-

siva na disputa por uma vaga. A idade média dos profissionais é de 25 anos.

No Brasil, existem desenvolvedores que já trabalham para grandes empresas estrangeiras, afirma Roberto Alves, diretor da School of Art, Game and Animation (Saga), em São Paulo, que oferece cursos de animação em 3D e desenvolvimento de games. “A Playlore, de Recife (PE), presta serviços para a Sony, uma das gigantes do mercado, e para a Ubisoft, uma das maiores publicadoras de jogos do mundo. Além disso, abriu um estúdio no país para produzir pequenos ‘pedaços’ de games para Nintendo.”

Formado na primeira turma do curso de design de games da Universidade Anhembi Morumbi, o diretor de áudio de jogos Antonio Teoli, de 24 anos, trocou São Paulo (SP) por Florianópolis (SC) por conta do trabalho. “Estava na empresa de jogos Devworks desde 2003 e acompanhava o desenvolvimento do Taikodom, o principal produto da Hoplon Infotainment, de Santa Catarina”, conta. “Um dia, a companhia entrou em contato e disse que tinha interesse no meu trabalho. Em um mês, mudei para o Sul.” O Taikodom é um jogo on-line para usuários simultâneos que já foi licenciado pela publicadora americana GamersFirst para mais de 30 países.

Na Hoplon, Teoli é responsável por composições musicais, efeitos sonoros e locução — ele

toca piano desde os sete anos de idade, além de tuba e guitarra. “O amor pelos jogos veio junto com a música e sempre quis mesclar os dois temas.” Teoli já trabalhou em mais de 450 jogos para web, celular, PC e consoles. “Engana-se quem pensa que só por jogar muito estará apto a entrar no mercado”, alerta. “É necessário ser criativo e saber atuar em grupo.”

O carioca Jeferson Valadares, de 34 anos, é considerado no mercado de games como um desenvolvedor de sucesso. Fora do país há cinco anos, trabalhou na Digital Chocolate, na Finlândia, e desde 2009 bate cartão na Playfish, na Inglaterra, como diretor de estúdio. Antes, foi diretor de criação da Electronic Arts, na capital inglesa, uma das maiores empresas de jogos do mundo. “O CEO da Playfish é finlandês e tínhamos amigos em comum, o que acelerou o processo de contratação”, diz.

A Playfish, com escritórios em quatro países, é considerada a segunda maior empresa do mercado de jogos em redes sociais, com títulos como Pet Society e Hotel City. Além de Valadares, há mais quatro brasileiros na matriz da companhia em Londres que, este mês, apresenta o Fifa Superstars, uma versão para o Facebook do jogo Fifa Soccer.

Antes de seguir carreira no exterior, Valadares, que é graduado em ciência da computação, pilotava o próprio negócio, a



André Penha, da Tectoy Digital, diz que, em 2010, a área em maior evidência ser

Jynx Playware, que durou cinco anos. Na universidade, apresentou trabalho de conclusão e dis-

sertação de mestrado na área de jogos. “Mas a melhor experiência que se pode ter no ramo é traba-

# ssados



de produtos para as redes sociais

har em uma empresa de ponta”, afirma o desenvolvedor, que já criou games on-line, para console

e celular. Hoje, é responsável por montar equipes de criação. “O bom de trabalhar com celular e títulos on-line é que você tem a oportunidade de lançar produtos com mais frequência, o que aumenta o seu aprendizado.”

Para desempenhar a função, Valadares afirma que o desenvolvedor deve entender bem o mercado. “É importante saber por que os jogos são sucesso de crítica e público, e estar pronto para trabalhos colaborativos, com grandes equipes”, diz. “Em Londres, está difícil preencher todas as vagas que temos para desenvolvedores de software para servidores ou especialistas em linguagem Java”, ressalta.

Na Kidguru, baseada em São Paulo com 17 colaboradores com idade média de 25 anos, mais duas pessoas devem ser contratadas em breve. A empresa foi fundada no final de 2009 e é resultado da fusão da Insolita e Abdução, estúdios de desenvolvimento criados em 2005. “Estamos trabalhando em três games e espero fechar mais dois contratos no segundo semestre”, revela o sócio Daniel Garcia.

A empresa trabalha com duas linhas de produção: entretenimento e projetos especiais. A primeira é voltada para o mercado internacional e lida basicamente com jogos para várias plataformas. “As ideias surgem dentro do estúdio e são levadas a publicadoras em busca de financiamento ou distribuição”, diz Garcia. Já a divisão de projetos especiais atende encomendas de clientes como instituições de ensino e agências de publicidade. Para recrutar novos funcionários, a Kidguru visita universidades, aciona o networking dos sócios e usa o LinkedIn, rede de relacionamentos profissionais. “Uma boa co-

municação escrita e verbal, inglês fluente e formação acadêmica são fundamentais.”

Segundo os especialistas, a linha de produção dos estúdios de desenvolvimento costuma ser formada por profissionais de várias áreas. Na Tectoy Digital, os 40 funcionários se dividem entre engenheiros, cientistas da computação, arquitetos, artistas gráficos e músicos. “Se os atuais projetos em negociação forem fechados, vamos precisar de mais mão de obra especializada”, adianta o gerente André Penha, que emprega profissionais de 22 a 35 anos e usa o Twitter para divulgar vagas. “Quase todos os candidatos têm uma forte paixão pelos games, o que é essencial”, diz. “Mas observamos a capacidade técnica na área desejada e damos muito peso à formação acadêmica. Alunos de universidades exigentes normalmente se sobressaem no processo seletivo.”

A Tectoy Digital nasceu em Campinas (SP), em 2005. Na época, tinha sete funcionários. Em 2009, faturou cerca de R\$ 2 milhões e já trabalhou com grandes publicadoras internacionais, como a Ubisoft, Electronic Arts, Konami e Taito. “Este ano, a área de maior crescimento deve ser a que desenvolve produtos para as redes sociais.”

A maioria dos alunos dos cursos de desenvolvimento de games é formada por homens e todos são usuários de jogos. Fora das escolas, há uma tendência de multiplicação de funções no mercado. O desenvolvedor deixa de ser um “faz tudo” para se especializar em uma parte do jogo: design, música ou programação. A diversidade de títulos e produtos educacionais também deve movimentar o setor em 2010.

Na PUC-SP, a procura pelo

curso de tecnologia em jogos digitais mais que dobrou nos últimos dois anos. “Estamos pensando em aumentar o número de vagas”, revela o coordenador Rogério dos Santos. O curso tem duração de três anos. “A empregabilidade dos formados fica perto de 100%.” De acordo com Santos, o campo de trabalho é composto de produtoras de jogos e agências de publicidade, além de instituições de ensino e companhias interessadas em jogos educacionais e simulações empresariais.

Para Delmar Galisi, coordenador do curso de design de games da Universidade Anhembi Morumbi, a área é multidisciplinar, mas quem entra no ramo precisa gostar de tecnologia. “Os alunos vislumbram a possibilidade de unir o útil ao agradável e veem nos games uma opção de carreira.” Segundo ele, se o objetivo for trabalhar com design de jogos é importante ser um “devorador de cultura”. “Se a meta for atuar como programador dos softwares, porém, deve-se ter um bom raciocínio lógico e matemático.” Cerca de 60% dos formados no curso da Anhembi Morumbi trabalham na indústria. O restante está em áreas afins como animação e design gráfico.

Na Saga, as matrículas aumentaram 20% desde 2008. A escola foi fundada em 2003 e já graduou cerca de sete mil alunos. “Muitos já estão no mercado e procuram a escola para aperfeiçoar seus conhecimentos”, diz o diretor Roberto Alves. “Outros ainda são muitos jovens e fazem os cursos para se preparar para o mercado.”

Para Luiz Carlos Rampazzo Filho, professor de web da Faculdade de Informática e Administração Paulista (FIAP), o mercado passa por uma especialização. “A

tendência é que os profissionais ocupem funções mais diferenciadas, como diretor de criação, redator, designer e programador”, afirma.

“Atualmente há bastante espaço para o desenvolvimento de games para a internet, principalmente os chamados ‘advergames’, voltados para promoções ou divulgações de produtos”, diz Vicente Mastrocola, professor de criação digital e computação gráfica da ESPM.

Write a comment...

Page View Share Comment Bookmark More

Bump it

Dump it



