

## **Microfone Aberto: Transcrição do episódio com Eliana Russi**

Meu nome é Eliana Russi, eu trabalho na ABragames, especificamente, Projeto Brasil Games. É um projeto de internacionalização das empresas e dos jogos brasileiros. Ou seja, a gente acredita que tem muito espaço no mundo todo para conhecer as histórias, jogos, as narrativas que os produtores brasileiros de games têm para contar. Nossa meta é abrir portas em todo o mundo e no Brasil também. Além de capacitar esses empreendedores, pequenos empresários, os estúdios que já estão formalizados, enfim, naquilo que vem como desafio todo ano, a todo momento, nessa indústria que é tão ativa, tão inovadora e, pujante, uma indústria que, realmente, movimenta mais de 200 bilhões de dólares por ano, e que atrai profissionais de tantas áreas – desde dubladores que são atores, músicos, animadores, designers, pessoal de cinema para fazer a parte de cinemática, pessoal de programação, enfim, o pessoal de desenvolvimento, pessoal de negócios. Essa minha posição no Projeto Brasil Games possibilita que todo ano eu possa contribuir junto com o time do Projeto na curadoria de temas e palestras do Big Festival. Para quem não conhece, o Big Festival é o maior festival de jogos independentes da América Latina. Eu diria até, que um pouco mais, uma grande vitrine do que é feito no mundo todo no último ano, ou seja, no ano em que a gente estiver, e no Brasil também. Então, tem sessões de jogos para jogar mesmo quando era presencial. Esse ano, houve a possibilidade até de jogar os jogos online. Essa é a parte do Festival que tem mais contato com o público final, e tem um trabalho bem bacana, bem sério, que eu me envolvo muito mais, que é a criação das trilhas de conteúdo e de negócios, convidando empresários, compradores, investidores do mundo todo para virem conhecer, negociar e acrescentar nos nossos estúdios. Esse ano, como sempre, a gente tinha uma vertical bem bacana, focada em educação, nós trouxemos várias palestras. As diversas verticais que são “do bem”, digamos assim. Então, a gente tem verticais que falam de jogos para a saúde, para a mobilidade, jogos que têm algum impacto na vida da pessoa que está jogando, e não somente o entretenimento. Nenhum é melhor ou mais legal do que o outro; eles são só propostas diferentes.

Esse ano, o Oi Futuro voltou com conteúdos incríveis. Trouxe a experiência do NAVE, trouxe um egresso, como eles chamam, uma pessoa que passou pela aprendizagem oferecida pelo Núcleo Avançado em Educação, que é o NAVE. Uma aprendizagem muito ligada à criatividade e ao lúdico, isso no Ensino Médio. E essa experiência de como juntos – games e educação – podem contribuir para o desenvolvimento das habilidades, e até ampliar o conhecimento, tanto de professores, como de alunos, como isso é super importante. Então, a Fernanda Sarmiento, do Oi Futuro, trouxe essa palestra pra gente, com dois convidados, o Luca e a Michele, e foi muito legal, muito inspirador. Bacana é que todos os anos a

Oi traz conteúdos que são inspiradores e inéditos. Isso a gente gosta muito, numa área que é tão carente, e que é tão importante o Brasil acertar o passo. Outra sessão que o Oi Futuro trouxe foi na área de esportes, que também foi muito interessante - como é que a experiência engajada do aprendizado, do lúcido, nos ambientes competitivos, como isso proporciona conhecimento, educação. Eram estratégias novas, baseadas nos campeonatos estudantis. Então, foram vários desafios, eles aprenderam bastante e trouxeram isso pra gente. Foi bem legal, e essas sessões, para quem não assistiu, estão gravadas no YouTube do Big Festival - [www.bigfestival.com.br](http://www.bigfestival.com.br). Assista, que vale super a pena, se você é professor ou educador, ou quer entrar nessa área, ou faz jogos e quer entender melhor quais os nichos e não só os nichos, porque educação e game é super *mainstream*. Então, assistam as palestras porque foram bem legais.

O Brasil ainda tem algumas dificuldades para a gente crescer e, bastante, na área de games. Acho que a gente tem muitos pontos positivos. As empresas que se formam, que a gente consegue apurar um pouco mais de perto, elas entregam bons jogos, de grande qualidade, são muito flexíveis ao negociar as parcerias com o mercado internacional, com compradores. Talvez, o que falte aqui para o Brasil, realmente, é financiamento. Tem muito pouco dinheiro para a produção. A gente vê muito falar de games, games, mas a parte do consumo é forte. O Brasil é o décimo-terceiro maior consumidor de jogos. Grandes empresas, grandes jogos, grandes títulos, vendem muito bem aqui, e a gente tem o outro lado da moeda: é a parte da indústria que é a produção. Não existem editais hoje, de porte ou com regularidade, que incentivem essa indústria a desenvolver jogos. Investimento privado é muito raro. Investidores, que a gente fala de *Venture Capital*, *Seed Money*, eles ainda vêm com receio essa área no Brasil. Então, a gente faz também esse trabalho de sensibilização, tanto na Atragames, como no Projeto Brasil Games, e no Big Festival. A própria ApexBrasil, que é parceira da Atragames e do Big Festival, tem um trabalho muito interessante também de atração de investimento. A gente tem ido buscar o investidor fora do Brasil em celeiros de inovação, que já estão muito acostumados a investir em jogos, em games. Por exemplo, na área do Vale do Silício, na Califórnia, eles têm ali uma condição muito bacana e entendem muito bem o setor.

A diversidade no mercado de games. Eu diria que na indústria de games, as mulheres participando na linha de produção, ainda é um número baixo, mas isso não é um fator somente do Brasil. Acho que deve estar em torno de 20 por cento, mas isso é no mundo todo. Há várias políticas de cotas mundo afora, não só para mulheres, como também para minorias. Agora, no jogo, as mulheres são maioria. Hoje em dia, jogadores femininos são em número maior do que jogadores de sexo masculino. Não existe mais essa separação de 'mulher não joga', enfim, todo mundo joga, depende do jogo. Qualquer jogo, digital ou não digital, sempre tem o jogo para o gosto daquela pessoa. Eu vejo as mulheres com uma oportunidade

gigantesca. A indústria brasileira está contratando, porque ela cresceu. A pandemia empurrou bastante para cima a produção, então, há necessidade de mulheres. É interessante a gente ter também mulheres na indústria, na produção. Até porque tem sempre um viés do feminino, que é legal ter no jogo. Porque se as mulheres são maioria dos jogadores, é importante que as narrativas reflitam um pouco do ponto de vista das mulheres. Não há nenhuma política afirmativa, eu estou falando do que é bacana, sim, ter diversidade na forma de fazer o jogo, na forma de narrar, na forma de contar. E as mulheres têm um outro ponto de vista, um outro ângulo. Então, eu acho bem legal essa mistura nos estúdios de homens e mulheres, e minorias. Todo mundo junto desenvolvendo um jogo que seja, enfim, apreciado. Acho que não tem nada mais legal para quem desenvolve o jogo do que ver o seu jogo sendo querido, sendo gostado. Enfim, as pessoas falando bem. Acho que deve dar muito orgulho.

Para quem ainda não é da área e quer entrar na indústria, eu recomendo participar de tudo o que for possível e seguir todas as redes sociais possíveis, não só as redes de influenciadores que falam de jogar jogo. Se você se aventurar numa carreira de *e-sports*, ser um atleta, eu seguiria *influencers* e campeonatos. Se você quiser se aventurar na parte de produção, a parte de fazer o jogo, há diversas portas de entrada, como eu falei. Você pode ser músico, você pode ser animador, você pode ser programador, você pode ser o que for - tem jogos que já foram desenvolvidos no Brasil para a área médica. Então, com certeza, tinha gente da área de Medicina dando consultoria, enfim, eles construíram um corpo humano nesse jogo que eu estou falando. Tem portas para todo mundo, pessoal que é de Administração, tem a parte de gerenciamento da empresa. Para quem quer desenvolver mesmo, estar na produção, eu recomendo participar de Game Jam. As Game Jams são enduros, digamos assim, não é um campeonato, mas é a produção de um jogo com um time novo, que se monta na hora ou pode vir até com ele montado, mas que tem um número "x" de horas e um desafio. Nesse momento, nessas horas, é bem interessante ver como as equipes se moderam, se administram, com quem você consegue desenvolver melhor algum aspecto, e até conhecer pessoas. É uma indústria pequena, que todas as pessoas conversam muito. Então, converse, entre nas redes sociais, siga pessoas que vocês achem que vale a pena, que são 'do bem'. Não sigam pessoas que não são 'do bem'. Algumas pessoas na indústria têm até preconceito com mulheres, outras não se comportam bem. Não sigam essas pessoas, sigam pessoas que vocês achem que o trabalho é admirável. E uma oportunidade leva à outra. A porta de entrada é essa. Para quem já está um pouquinho mais na frente, tem sempre o Sebrae, para ajudar a construir um *business plan*. Tem sempre a Apex, através do Projeto Brasil Games, acho que aí já seria aqui na nossa porta. Para as empresas que já estão estruturadas e que querem aprender a trabalhar no mercado internacional, então pode falar com a gente. É um caminho de bastante futuro. Os mercados

internacional e nacional estão super demandados; as indústrias também. Há demanda por colaboradores e profissionais no mundo todo, e é um momento bem importante. E façam o melhor possível. Agora, com a pandemia, inclusive, aproveitem muitos cursos que antigamente eram pagos. Eles eram presenciais, tinha que ir até Nova York, até a Califórnia. Enfim, tem um conteúdo online muito bom para você se capacitar. Faça sempre o melhor e se conecte com a pessoa certa. As pessoas dentro dos seus games são bastante abertas, mas elas esperam que você tenha feito a lição de casa, que é entender se você vai abrir um diálogo com um dono de estúdio ou com uma *publisher*. Enfim, entender o que eles fazem e, aí, sim, se apresentar e apresentar o seu projeto.