

Empreendedorismo em jogos digitais: trajetórias de pequenas empresas e empreendedores inovadores no Rio Grande do Sul

Aline Leticia Kono Campos¹; Daniel Gustavo Mocelin²

¹Autora, Ciências Sociais (UFRGS)

²Orientador (UFRGS)



Introdução

O Brasil sempre se destacou com um dos maiores mercados consumidores de jogos digitais, mas nunca se destacou tanto quanto recentemente como produtor de games. A indústria de jogos digitais no país está crescendo, e seus profissionais estão cada vez mais capacitados a criar produtos inovadores. O estudo, busca investigar a trajetória de empresas do setor, considerando os recursos mobilizados, as redes e as estratégias dos agentes empreendedores para se inserir diante do novo cenário nacional na indústria de games.

Referencial Teórico

O estudo tem como foco os conceitos de habilidade social e análise dos campos, propostos por Neil Fligstein (2007), que adota uma visão sociológica da ação como habilidade social para compreender a contribuição distinta dos atores.”. Também vai ao encontro dos conceitos da formação da classe da indústria criativa, Richard Florida (2011).

Metodologia

O universo da pesquisa mais ampla constitui de 60 empresas com empreendedores inovadores. Para a comparação com o cenário da indústria de jogos digitais, foram analisados dados do Relatório Final Mapeamento da Indústria Brasileira e Global de Jogos Digitais supervisionada pelo Núcleo de Política e Gestão Tecnológica (PGT) contratado pelo BNDES. No estudo, Foi utilizada entrevistas semi estruturadas com empreendedores da indústria de games de Porto Alegre, documentos, sites e matérias jornalísticas sobre as empresas.

Resultados Obtidos

Figura1: Contexto da fundação de empresas de jogos digitais no Brasil



Fonte: PGT (2014)

Quadro 1 – Capital social e percepções dos atores diante do campo

Categorias	Caso E 1	Caso E 2	Caso E 3
Formação dos Sócios	Sócio1- Geografia Sócio2 -Geografia	Sócio1- Não tem Formação Sócio2- Comunicação Sócio3- Ciência da Computação	Sócio1-Desenho industrial Sócio2- Designer Gráfico Sócio3- Geografia
Formação da Empresa	“Eramos colegas na PUC e muitas escolas de aeronáutica solicitavam o serviço do colega na manutenção de simuladores. (...) perguntaram se tinha alguma empresa brasileira que fazia simuladores, dai identificamos a oportunidade”	“Os dois primeiros sócios eram colegas desde o colégio, eles tinham um projeto dai eu entrei em contato com eles através de um amigo em comum (...) Passou um ano e eles entraram em contato comigo, falaram cara vamos começar o negocio dai eu entrei com eles”.	“Tínhamos um projeto de TCC, dai erámos amigos(...) escrevemos o jogo em varias feiras, fomos observados por investidores(...) formalizamos o nosso projeto”.
Capital Social	Entraram em torneio de Empreendedorismo e foram ganhando prêmios	Foram convidados a palestrar em feiras observados por empresa	Foram observados por investidores em Feira
Redes de Relação Relevantes para o negocio	Universidade Amizade Associações	Universidade Amizade Feiras	Universidade Amizade Feiras

Fonte: Pesquisa empírica. Organização da autora

Conclusões

Observa-se que o cenário crescente da indústria de jogos digitais, acompanha o crescente numero de espaços para o estímulo da criatividade, como feiras, associações e a Universidade. Nesse espaços os empreendedores articulam redes, mobilizam diversificados recursos, utilizam estratégias de cooperação, agem com persistência e visualizam oportunidades para atingirem os seus objetivos e se inserirem no mercado.

Referência

- FLIGSTEIN, Neil. Habilidade social e a teoria dos campos. **Rev. adm. empres.**, São Paulo, v. 47, n. 2, June 2007.
- FLORIDA, Richard L. A ascensão da classe criativa, Porto Alegre, RS: L&PM, 2011