

GEMINIS

[DOSSIÊ - OS ARRANJOS CONTEMPORÂNEOS DA ECONOMIA DO AUDIOVISUAL E DA ECONOMIA CRIATIVA]

UMA ANÁLISE CRÍTICA DO EDITAL JOGOSBR 2004 PARA A COMPREENSÃO DO MERCADO BRASILEIRO DE JOGOS ELETRÔNICOS

JÔNATAS KERR DE OLIVEIRA

*Foi professor substituto do Depto. de Artes e
Comunicação (DAC) da UFSCar. Mestre em
Imagem e Som pelo PPGIS - UFSCar.
E-mail: jonatasko@gmail.com*

RESUMO

O edital JogosBr de 2004 é um marco histórico na indústria do videogame no Brasil, e reflete diversos problemas mercadológicos, econômicos e sociais que remontam à reserva de mercado dos anos 80. Este artigo parte de uma análise crítica do edital JogosBR de 2004, um mecanismo de incentivo à produção de jogos em território nacional por parte do governo federal, para realizar uma reflexão sobre o setor de jogos no Brasil e no mundo. Para contextualizar o edital e reforçar sua importância, este artigo aborda a formação da indústria de jogos eletrônicos no país, e sua trajetória até o lançamento do edital, momento em que a indústria brasileira estava fortemente debilitada. A partir desta análise histórica e contextual, o edital é analisado em seu regulamento, nos projetos aprovados e nos resultados obtidos por ele, concluindo com um levantamento de problemas e falhas ocorridos na concepção e execução deste e sugestões para futuros concursos.

Palavras-Chave: Jogos eletrônicos; Videogames; Edital; Jogosbr.

ABSTRACT

JogosBr, a 2004 games edict, is an historical mark in Brazilian videogame industry. It reflects various mercadological, economic and social issues dating back to the market reserve '80s. This paper makes a critical analysis if the JogosBR 2004 edict, a game production stimulus mechanism in Brazilian territory developed by the Federal Govern, proposing to make a reflection about the games industry in Brazil and another countries. To contextualize the announcement and reinforce its importance, this paper addresses the formation of the videogame industry in the country, and its history until the release of the edict, a time when the Brazilian industry was greatly weakened. Using this historical and contextual analysis, the edict is analysed in its regulation, approved projects, and results obtained, concluding with a table of problems and failures that occurred in its conception and implementation. We will make also and suggestions for future edicts.

Keywords: electronic games, videogames, edict, Jogosbr.

1. INTRODUÇÃO

Em todo o mundo, os jogos eletrônicos¹ têm se destacado como mídia, como mercado e como forma de arte, ocupando cada vez mais espaço na sociedade. No Brasil, o mercado de jogos eletrônicos também tem crescido e chamado a atenção das entidades governamentais. Nodia 20 de agosto de 2004 ocorreu o lançamento do primeiro edital de incentivo à indústria de jogos do Governo Federal, na forma de um concurso cultural de jogos eletrônicos- de iniciativa do Ministério da Cultura, em parceria com o ITI (Instituto Nacional de Tecnologia da Informação da Casa Civil) e com a FINEP (Financiadora de Estudos e Projetos), através da Educine (Associação Cultural Educação e Cinema) - com o objetivo de estimular o desenvolvimento de jogos eletrônicos (ou *games*) no mercado nacional. Este edital surge num contexto em que a indústria nacional de jogos eletrônicos encontra-se debilitada, com uma produção inexpressiva e tecnologicamente atrasada, assim como o mercado nacional.

Este edital tem grande importância por ser a primeira movimentação do governo brasileiro para ajudar o setor de jogos e por esta primeira intervenção estatal, em favor do setor, ocorrer apenas no ano de 2004, mais de 30 anos após os primeiros relatos sobre a atividade no país. O edital vem suprir algumas das muitas necessidades do setor e demonstra uma demanda reprimida de incentivo para a produção, pois segundo relatórios do governo: “No primeiro ano do projeto, 2004, participaram mais de 5 mil pessoas” (SAV, 2008, p.17).

Sendo assim, o edital JogosBr de 2004 representa muito sobre o mercado de jogos eletrônicos no Brasil, não apenas por ser a primeira intervenção estatal em favor do setor, mas principalmente pelo contexto mercadológico em que o edital JogosBR de 2004 foi proposto, tanto em terras brasileiras como no exterior. Portanto, faz-se necessário aqui analisar o panorama do mercado de jogos eletrônicos como um todo para perceber a relevância do mecanismo de incentivo.

¹ Para melhor entendimento deste texto, os videogames e os jogos eletrônicos podem ser entendidos como qualquer forma de software de entretenimento que utilize um sistema digital, usando quaisquer plataformas, fixas ou móveis, envolvendo qualquer número de jogadores, em qualquer ambiente.

1.1. UM PANORAMA DO MERCADO DE JOGOS ELETRÔNICOS EM 2004

1.1.1. Os JOGOS ELETRÔNICOS NO MUNDO

Os jogos eletrônicos são o ápice tecnológico do entretenimento digital, refletindo o esforço de pesquisas científicas e altos montantes de investimento financeiro. Desde seu surgimento, os jogos eletrônicos mudaram substancialmente e evoluíram não apenas tecnologicamente, mas também artística e culturalmente.

No início da década de 80, os videogames não eram sofisticados. Um projeto criativo e habilidades de programação eram suficientes para qualquer um entrar no mercado. Um jogo em preto e branco básico de Ping-Pong era o suficiente para se tornar um sucesso. Esse não é mais o caso. Crianças e adultos anseiam por qualidade, realidade e dimensionalidade. E estas características demandam dinheiro e recursos. (LUGO, 2002)

Quando surgiram os primeiros jogos, o desenvolvimento era simples e barato, possibilitando a um programador sozinho criar um grande sucesso comercial, mas no contexto mercadológico do surgimento do edital JogosBr de 2004, um grande sucesso comercial, como o jogo "*Grand Theft Auto 4*"² envolvia mais de mil profissionais durante mais de três anos, com um orçamento estimado em US\$ 100 milhões (SAMPAIO, 2008), números discrepantes quando comparados com os primeiros jogos, que sequer tinham um orçamento definido.

Vale ressaltar, que ao contrário dos primórdios dos jogos eletrônicos, quando estes eram encarados com amadorismo e sem grandes perspectivas, atualmente eles se tornaram um dos setores do entretenimento mais lucrativo, com números altamente relevantes como, por exemplo, os do jogo *GTA4* anteriormente citado, que foi por alguns anos o maior lançamento da história de todo o entretenimento. Esse jogo rendeu em apenas um dia aproximados US\$ 310 milhões, totalizando a surpreendente arrecadação de US\$ 500 milhões (UOLJOGOS, 2008A) somente na primeira semana de vendas, números expressivos, mesmo quando comparados com o cinema. De acordo com os números finais de 2007 da NPD Group, nos EUA, a bilheteria de cinema arrecadou US\$9,6 bilhões, enquanto que a indústria de jogos arrecadou US\$18,85 bilhões durante o mesmo ano, o que resulta em aproximadamente o dobro de dinheiro movimentado no país (SINCLAIR, 2008).

² Embora o jogo "*Grand Theft Auto 4*" seja do ano de 2008, é um bom representante do tipo de produto que estava em destaque em 2004, e da lógica de mercado, com jogos de altíssimos orçamentos ainda sendo distribuídos em mídias físicas.

Estaperspectiva sobre o mercado de games reflete o contexto em que o primeiro edital do governo brasileiro para o setor de jogos eletrônicos foi lançado, ou seja, a perspectiva de mercado de 2004, e que na data da redação deste artigo (final de 2012), já é possível observar uma mudança considerável na lógica de todo o mercado, desde o sistema de produção até a distribuição e consumo, mas este será tema para outro artigo.

1.1.2. Os JOGOS ELETRÔNICOS NO BRASIL.

Na época do lançamento do edital JogosBr de 2004, o mercado brasileiro de produção de jogos estava em franca expansão, com taxa de crescimento de 40% do ano de 2003 para 2004 (ABRAGAMES, 2005, p.10). Embora os números de crescimento indicassem um futuro promissor para o setor, eles não refletiam a realidade do mercado no dado momento no tempo, uma vez que os jogos no Brasil movimentavam “cerca de 50 milhões de dólares, menos de 10% do seu verdadeiro potencial” (ABRAGAMES, 2004, p.3). Segundo Orlando Senna, secretário do Audiovisual do Ministério da Cultura à época, o setor de jogos eletrônicos no Brasil “pode faturar pelo menos dez vezes mais se lhe forem destinados investimentos inteligentes do Estado e do capital privado”(SENNA, 2006). Existiam vários motivos para que o Brasil se encontrasse extremamente abaixo de seu potencial, dentre eles os principais: a política de reserva de mercado nos anos 80, os altos impostos e a pirataria e/ou mercado informal.

Durante a década de 80, o Brasil adotou uma política que ficou conhecida como política de reserva de mercado para a fabricação de computadores, na qual era proibido importar equipamentos eletrônicos, em especial os da área de informática (não só hardware, mas também software), incluindo os consoles de videogame e jogos. O conjunto de atos normativos, leis e dispositivos legais criados para esta reserva de mercado culminaram com a Lei 7.232 de 29 de outubro de 1984³. Esta lei estabelecia a criação da SEI (Secretaria Especial de Informática) que era responsável pela gerência da área de informática no Brasil, e a quem os fabricantes deveriam submeter seus projetos. A SEI estipularia uma “nacionalização” desses projetos, determinando quantas e quais peças seriam fabricadas em território nacional ou substituídas por peças que já fossem fabricadas no Brasil.

Essa política de nacionalização implicou em uma defasagem tecnológica do Brasil, uma vez que as pesquisas de ponta se voltaram para o entendimento e reprodução de peças já existentes no exterior, o que muitas vezes resultou na conclusão de um projeto com vários anos de defasagem em relação ao seu lançamento no exterior. Um

³ Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L7232.htm>. Acesso em 23 jul. 2008.

breve levantamento histórico mostra que estudos da época apontavam para a política de reserva de mercado como uma estratégia bem-sucedida até o final da década de 80, considerando a defasagem tecnológica como algo que viria a ser superado em momentos futuros se corretamente abordada:

Os países europeus, apesar de terem capacidade técnica e industrial superiores à brasileira, não têm logrado o mesmo êxito na ocupação de seus respectivos mercados, devido à inexistência de mecanismos adequados de proteção. No entanto, o sucesso industrial na informática é um alvo móvel, sujeito a alterações substanciais a curto e médio prazos em função do intenso dinamismo competitivo e tecnológico do setor. Assim, o futuro da indústria nacional não está assegurado pela simples inércia dos resultados obtidos até agora. (TIGRE, 1987, p.6)

Esta política de reserva de mercado auxiliou na criação e desenvolvimento de uma indústria nacional de computadores e videogames com um objetivo de ser, acima de tudo, tecnologicamente independente, porém os resultados eram cópias dos computadores e videogames dos EUA⁴, algumas vezes de forma fraudulenta⁵, com qualidade inferior, mais caros e obsoletos na data do lançamento, repercutindo por décadas em veículos populares de imprensa como uma espécie de descaminho estúpido, como enfatiza a reportagem da revista VEJA:

“Em outra aposta patética, criou-se no Brasil na mesma época a reserva de mercado de informática, que proibia a importação de PCs. A estupidez resultou no enriquecimento de uns poucos empresários locais e num tremendo incentivo ao contrabando – além, é claro, da privação de uma geração inteira de jovens dos benefícios da era digital. Enquanto os países que hoje disputam mercados de alta tecnologia com os Estados Unidos apostavam no software – ou seja, no cérebro –, o Brasil se perdia em políticas de compadrio fabricando PCs que já saíam obsoletos da fábrica.” (FERNANDES, 2000).

Em um mercado em que um produto torna-se extremamente defasado num prazo de dois anos, isso significa que o produto já nasce morto ou com poucas chances de vida. Porém, a defasagem tecnológica gerou um fenômeno totalmente inesperado: em terras brasileiras, os jogos costumavam ter um ciclo de vida muito mais longo do que nos países conhecidos como os principais mercados de jogos. Na América Latina e em espe-

4 No artigo “Joystick antinostalgia”, de Saulo Frauches, publicado em 11/01/2007, disponível em <<http://www.overmundo.com.br/overblog/joystick-antinostalgia>>, o autor comenta sobre jogos “clonados” e adaptados em território nacional.

5 Roberto Campos comenta no artigo “Desperdício Ameaça Estabilidade Monetária” da Folha de 16/03/1986 sobre o furto de tecnologia do Macintosh efetuado pela Unitro. Appud (MATTOS, 1988)

cial no Brasil, os usuários continuavam jogando jogos antigos por muito mais tempo⁶.

Como parte da política de reserva de mercado, foram determinados altíssimos impostos de importação para produtos da área de informática, incluindo os jogos eletrônicos. Estes impostos tinham como objetivo forçar o comprador a optar por produtos nacionais, incentivando e consolidando a indústria nacional. Porém, como foi anteriormente citado, os produtos nacionais não passavam de cópias defasadas dos produtos vendidos no exterior. Tal situação incentivou o mercado de produtos importados ilegalmente, chamados muitas vezes de produtos “pirata”. Sob pressão do mercado internacional e buscando estancar a pirataria crescente, ocorreu a aprovação da Lei 8.248/91, em outubro de 1991, cuja vigência efetiva inicia-se apenas com a regulamentação em 1993.

A aprovação da nova “Lei de informática” se deu no contexto do término da vigência da “Antiga Lei de Informática” de 1984, que garantia reserva de mercado para empresas de capital nacional nos oito anos seguintes com fim efetivo de vigência em outubro de 1992 e que deixou o conjunto de atividades do complexo eletrônico sem um arcabouço institucional mínimo em relação à fabricação, desenvolvimento e comercialização de bens e serviços até a regulamentação da nova lei de informática em 1993. Esta legislação eliminou as restrições anteriores ao capital estrangeiro e definiu uma nova política de estímulo centrada na obrigatoriedade de esforços mínimos em P&D, além de reduzir os impostos de importação para produtos da área de informática, só que desta vez, excetuando os jogos eletrônicos e videogames. Em 1997, a Lei de informática foi reestruturada e mais uma vez os jogos eletrônicos não foram incluídos nos produtos que recebem incentivos fiscais.

Como resultado da nova política de tributação para produtos importados, tem-se o aumento expressivo do valor de um console de videogame em terras brasileiras, que na época do edital de 2004, obrigava o brasileiro a pagar 300% mais caro que o consumidor norte-americano. A carga tributária de um console de videogame representava 262% do custo *FoB*⁷, sem contar custos com transporte, distribuição, margem de lucro da revenda e outros custos comuns à revenda de quaisquer produtos. Essa tarifação tornava mais caro importar um console de videogame do que uma máquina de videopôquer⁸, por exemplo, demonstrando total incoerência nos valores atuais de importação.

6 Em (LUGO, 2002) a questão é abordada, porém não são levantadas as causas nem suas consequências, merecendo este assunto um estudo mais detalhado.

7 “Free on Board” é o termo utilizado para designar o preço original da mercadoria, livre de qualquer despesa relativa à exportação.

8 Na época as máquinas de vídeo-pôquer ainda eram legalizadas no país e eram comumente encontradas em bares e bingos.

Tabela 1 - Quanto um videogame pagava para entrar no Brasil

Descrição	Imposto
Imposto de Importação (II): De intenção protecionista, é um imposto federal que incide sobre a entrada de produtos estrangeiros em território nacional, evitando uma concorrência desleal com produtos fabricados no Brasil.	28%
ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços): Imposto sobre operações relativas à circulação de mercadorias e sobre prestações de serviços de transporte interestadual, intermunicipal e de comunicação. Também é aplicado sobre a entrada de produto importado, seja por pessoa física ou jurídica, mesmo quando se trata de um bem para consumo ativo ou permanente do comprador.	25%
IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados): A principal incidência é sobre mercadorias nacionais e estrangeiras que consistam na reunião de produtos, peças ou partes e da qual resulte um novo produto ou unidade autônoma.	50%
PIS (Programa de Integração Social): Pago pelas pessoas jurídicas, grosso modo incide sobre bens adquiridos para revenda.	1,65%
COFINS (Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social): Tributo cobrado pela União para atender a programas sociais do governo federal.	7,6%
Total: Como os impostos incidem um sobre o outro em cascata, a conta a ser realizada deve ser $1,28 * 1,25 * 1,5 * 1,0165 * 1,076 = 2,6250096$.	262%

A elevada cobrança tributária praticada no país inviabilizava o custo de jogos e consoles importados, fato que teoricamente favoreceria a indústria brasileira de jogos eletrônicos, porém esta se enfraqueceu a tal ponto - devido à defasagem tecnológica - que em 2004 seus números eram muito baixos em relação a seu potencial de mercado, como citado anteriormente.

Para exemplificar como a defasagem tecnológica persiste na indústria brasileira de consoles de videogame, ainda no ano de 2012, a Tectoy comercializa os consoles *Master System* e *Mega Drive* (AZEVEDO, 2012), similares aos lançados no Japão em 1985 e 1987, respectivamente, uma tecnologia defasada em mais de 25 anos. Além do

Master System, o *Mega Drive*, existem no mercado inúmeros videogames com aparência e nomes clonados dos videogames da geração atual, porém com conteúdo totalmente diferente – são cópias do *Nintendo*, videogame lançado em 1983 no Japão, também conhecido como *Nintendinho*. Dentre os mais famosos clones nacionais estão o *Dynavision*, lançado em 1989 no Brasil e vendido por décadas, sendo um produto que mais recentemente foi relançado como “*Wi Vision*” (ambos fabricados e comercializados pela Dynacom), que é exatamente o mesmo console que o *Dynavision* com um visual reestilizado e novo nome para copiar o *Wii*⁹, seguindo a política de aparelhos chineses que imitam o nome do videogame do momento para vender seu hardware defasado (*Mi Wi* e *Vii* para copiar o *Nintendo Wii*; *Polystation* para copiar o *Playstation*; *Play Zation 2000* para copiar o *Play Station 2*, dentre muitos outros). Em um setor tão competitivo quanto o dos videogames, onde um console de 5 anos já é considerado obsoleto, o mercado oficial brasileiro sobreviveu por décadas somente de clones obsoletos que muitas vezes só eram vendidos por falta de informação do consumidor ou ainda quando o usuário acabava comprando o dispositivo por engano, supondo tratar-se de tecnologia de ponta com nome e aparência similares.

Por apresentar uma indústria defasada, que não supria as necessidades de seu mercado interno e não apresentava possibilidade de importar produtos de forma oficial, - estabeleceu-se no Brasil o contrabando como principal forma de comércio de jogos eletrônicos, comumente chamado de “pirataria”. Ao contrário da tendência mundial, no Brasil os games não tinham tanto espaço no mercado oficial, e apresentavam números surpreendentes de 94% de pirataria para consoles de jogo e de 80% para os jogos utilizados nestes consoles (UOLJOGOS, 2006B).

Dez anos antes do primeiro edital JogosBr, o Brasil era o líder isolado no mercado de jogos eletrônicos dentro da América Latina, posto que no ano de 2004 foi ocupado pelo México, país que ainda na década de 90 isentou o setor de games, tal fato permitiu a um país com características semelhantes as do Brasil se estabelecer como um território relevante para a indústria do entretenimento eletrônico no mundo. Mesmo perdendo o posto na América Latina, na época deste primeiro edital, o Brasil possuía potencial para se tornar não apenas o maior mercado de games da América Latina, mas um dos maiores mercados do mundo, com características atraentes para os negócios, como: população acima dos cem milhões de habitantes, área geográfica extensa, PIB superior a US\$ 500 milhões e uma venda anual de consoles de aproximadamente 600 mil unidades, muitas vezes sem sequer existir uma distribuição oficial (UOLJOGOS, 2006A).

Historicamente foram poucas as reivindicações do setor de jogos junto às au-

9 Videogame de última geração da Nintendo, lançado em 2006, sendo o console mais vendido no mundo por vários anos.

toridades buscando uma redução das taxas de imposto. Ao contrário do que aconteceu com o cinema no Brasil, que desde seu início já realizava reivindicações “na forma de memoriais, projetos de lei, artigos, discursos, etc., dirigiam-se diretamente ao chefe da nação” e “a corporação cinematográfica teve algumas de suas demandas atendidas pelo governo por meio da tímida legislação protecionista implantada a partir de 1932” (AUTRAN, 2004). Embora não exista nenhum registro histórico de reivindicações do setor de jogos junto ao governo antes de 2004 houve nesse mesmo ano, um primeiro pleito de questões de interesse da indústria nacional de jogos junto ao governo, por parte da recém-formada Abragames (Associação Brasileira das Desenvolvedoras de Jogos Eletrônicos, fundada em 06 de abril de 2004). A associação surge assumindo influência sobre o edital JogosBR, em carta aberta datada de 26 de agosto de 2004, afirmando que “Na elaboração do regulamento, a ABRAGAMES auxiliou em certas questões técnicas e forneceu algumas estimativas sobre o mercado de jogos.”, embora da parte do governo não exista qualquer ligação oficial da Abragames com o edital.

Além dos fatores levantados anteriormente, a alta sazonalidade das vendas de jogos eletrônicos é um fator que dificulta a permanência de pequenas empresas no setor, visto que na média, 70% das vendas se concentram no segundo semestre, o que obriga as empresas a diversificarem sua produção, como fez a Tec-Toy, Dynacom, e outras, que investiram na área de karaokês, DVDs, MP3 players e Televisão Digital, em busca de reduzir os efeitos sazonais da área de jogos eletrônicos por meio do desenvolvimento de produtos de maior valor agregado e menos sensíveis à sazonalidade (TECTOY, 2007).

Tabela 2 - Sazonalidade das vendas na área de jogos eletrônicos no Brasil

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
1º trimestre	10,8 %	11,6%	15,5%	15,5%	15,6%	12,2%	17,0%	20,7%	15,19%
2º trimestre	12,2 %	11,9%	10,3%	14,2%	13,9%	17,8%	19,8%	20,1%	17,43%
3º trimestre	36,6 %	33,6%	32,0%	33,7%	29,9%	29,7%	24,7%	32,9%	23,48%
4º trimestre	40,4 %	42,9%	41,3%	38,3%	36,8%	40,1%	33,5%	34,5%	43,90%
TOTAL	100,0 %	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Bovespa/Tec-Toy

Mesmo com preços proibitivos e uma indústria enfraquecida, o mercado de jogos no Brasil apresentava importantes mudanças, e um crescimento acima da média nacional, como citado anteriormente.

1.2. A INDÚSTRIA BRASILEIRA DE JOGOS.

Sem grande estrutura industrial na área de jogos, a produção nacional à época do edital estava focada basicamente em jogos para internet e jogos para celular¹⁰, ambos fortemente casuais e de mecânica simples, muito similares aos primeiros jogos de videogame da década de 80. Este tipo de produção tornou-se a principal produção brasileira devido ao fato de ser um produto que pode ser inteiramente desenvolvido por uma única pessoa ou por um pequeno grupo, sem carecer de uma grande estrutura já formada. Além deste fator, a rápida curva de aprendizado e o curto tempo de desenvolvimento fortaleceram os jogos pequenos praticamente como únicos produtos desenvolvidos no setor. Obviamente existem exceções, como os jogos *Outlive* (2001, *Continuum Entertainment*) e *Erinia* (2004, *Ignis Games*), que foram grandes projetos nacionais que tiveram extensa repercussão tanto dentro quanto fora do Brasil, porém trata-se de casos pontuais e de pouca relevância no cenário internacional.

Com um mercado totalmente tomado pelos produtos importados, uma das poucas formas que os desenvolvedores nacionais encontraram de atender ao mercado interno foi focar em outros nichos, em detrimento do mercado de consoles e de PCs: jogos para celular, para internet, *advergames*¹¹ e de treinamento corporativo. De forma geral, o mercado nacional de jogos sobreviveu neste período com pequenos jogos promocionais como parte de campanhas publicitárias ou jogos para celular – em sua maioria ligados a produtos e marcas tradicionais, também funcionando como campanha publicitária, se aproveitando de um produto ou marca para vender dentro desta nova mídia; e por fim, os jogos sérios, com fins educacionais, de treinamento e de conscientização social. Com a concorrência direta do produto internacional de altíssima qualidade no setor de consoles e PCs, esses nichos foram umas das poucas opções que sobraram para o brasileiro dentro de seu próprio mercado, sendo que em alguns destes nichos já existia a concorrência externa, como no caso dos jogos para celular, em que alguns jogos eram importados pelas operadoras.

Com uma história de mais de 20 anos, o mercado de jogos eletrônicos no Brasil sempre foi marcado pela falta de organização e mobilização dos desenvolvedores para lutarem por seus direitos, fato que pode ser associado à situação frágil da indústria e do mercado nacional. Logo, quando as leis anteriormente citadas foram propostas, não havia quem lutasse com força suficiente para que estas beneficiassem o setor, além do fato de normalmente os negócios envolvendo jogos eletrônicos serem criados e geridos

10 Na época, os celulares eram mais limitados, anteriores à explosão dos Smartphones, que se assemelham em muito aos computadores pessoais, com sistema operacional, personalização, instalação de aplicativos, etc, categoria que se popularizou com o lançamento do iPhone em 2007. Em 2004, os jogos para celular eram muito simples, tanto por funcionarem em um hardware extremamente limitado, se comparado aos PCs da época, quanto pelo fato de serem jogados utilizando as teclas de discagem do telefone.

11 *Advergames*: games com fins publicitários ou que sejam financiados pela propaganda dentro do jogo.

por programadores de computador, com foco muito mais na solução de problemas técnicos do que na articulação política.

Desde a década de 80, os poucos veículos que expressavam as opiniões e anseios do setor de jogos eletrônicos eram as revistas especializadas, zines¹² e publicações similares que, devido à sua natureza, focavam muito mais nas questões técnicas do setor e não abordavam um público muito diferenciado a não ser os próprios imersos na área. Portanto, mesmo que surgissem reivindicações políticas nestas publicações, elas não chegavam aos políticos que faziam as leis ou às grandes massas. Como citado anteriormente, somente no dia 6 de abril de 2004 a longa jornada sem representação oficial diante do governo e das massas começa a mudar, com a fundação da ABragames, a Associação Brasileira das Desenvolvedoras de Jogos Eletrônicos, uma associação nacional com o objetivo de promover a indústria brasileira de desenvolvimento de jogos eletrônicos.

Como o jogador brasileiro consumia praticamente só produtos piratas, a indústria brasileira de jogos eletrônicos tinha dificuldade de produzir conteúdo para o mercado interno. Portanto, algumas empresas buscaram o caminho contrário e começaram a produzir conteúdo para o mercado externo, como a Preloud, que possuía grande mercado na Alemanha; ou a Continuum que vendeu bem o jogo *Outlive* na Europa. Embora os jogos para exportação e parcerias com empresas internacionais em esquema *offshore outsourcing*¹³ sejam bons para fortalecer comercialmente a indústria, raramente eles abordam temáticas nacionais e normalmente são voltados para a cultura do país que importará o jogo.

No contexto de uma indústria fraca tentando se organizar com o surgimento da ABragames, o Governo Federal, por meio do MinC, lança seu primeiro edital na área de jogos, o JogosBR.

2. O EDITAL JOGOSBR DE 2004

2.1. A PROPOSTA DO EDITAL

O JogosBR 2004 foi um concurso cultural de Jogos Eletrônicos, de iniciativa do Ministério da Cultura, em parceria com o ITI (Instituto Nacional de Tecnologia da Informação da Casa Civil) e com a FINEP (Financiadora de Estudos e Projetos), através

12 Abreviatura de Fanzine – uma espécie de revista de produção amadora e normalmente encarada como um hobby pelos publicadores, mas que pela sua independência costuma apresentar alguns conteúdos diferenciados das grandes publicações.

13 *Offshoring* é o modelo de realocação de processos de negócio de um país para outro. Ele inclui qualquer processo de negócio como produção, manufatura e serviços.

da Educine (Associação Cultural Educação e Cinema) com o objetivo de estimular o desenvolvimento de jogos eletrônicos (ou games) no mercado nacional. Em sua primeira edição, foram investidos 240 mil reais para incentivar a criação de jogos de computadores, consoles, celulares e outras plataformas, dinheiro distribuído entre oito projetos, sendo um total de R\$30 mil para o desenvolvimento de cada demo.

Este primeiro edital foi dividido em duas etapas: uma primeira para a “Criação de Idéias Originais”, visando promover a criação de histórias para jogos através de descrição sintética do seu roteiro, concepção visual, temas, cenários, situações e personagens, aberta para qualquer pessoa ou grupo de pessoas físicas residente no Brasil, sem limite de idade ou qualquer outro requisito. A segunda etapa para a “Proposta de Projeto para a Produção de Jogos e Desenvolvimento de Demo Jogável” buscava fomentar a elaboração de projetos para a produção de jogos e demos jogáveis a partir de uma das Idéias Originais selecionadas na Primeira Etapa, podendo participar qualquer pessoa física acima de 18 anos residente no Brasil ou pessoa jurídica registrada no País, desde que demonstrasse capacidade técnica para a elaboração da proposta de projeto e do demo. A divisão em duas etapas causou algumas discussões e mal-estar entre os participantes, uma vez que, de início, não ficou clara a participação dos proponentes da primeira etapa no projeto da segunda etapa¹⁴.

2.2. A AVALIAÇÃO DOS PROJETOS.

No regulamento¹⁵ do edital JogosBR de 2004, é definido que:

A Comissão Especializada de Julgamento será composta por especialistas e profissionais na atividade de jogos eletrônicos, designados pelo Ministério da Cultura, em conjunto com o Instituto de Tecnologia da Informação – ITI – e com a Financiadora de Estudos e Projetos – FINEP. (MINC, 2004)

Na época do concurso, uma lista de nomes foi liberada na página principal do site do concurso¹⁶, com um total de 82 pessoas indicadas para compor o corpo de jurados. Segundo o site, estas pessoas foram escolhidas pela participação na comunidade

¹⁴ Este clima de mal-estar pode ser observado no fórum do edital JogosBr, no endereço <<http://www.jogosbr.org.br/forum.php?topico=114>>, onde o proponente Fred Marinho demonstra-se insatisfeito com o cumprimento do que foi acordado com a equipe desenvolvedora do projeto “Raízes do Mal”, proposto por ele na primeira etapa.

¹⁵ Regulamento do JogosBR 2004 disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/jogosbr/regulamento.php>>, Acesso em 23 jul. 2008.

¹⁶ O site www.cultura.gov.br/jogosbr/ foi severamente mudado desde 2004 e atualmente encontra-se offline. Boa parte das citações são oriundas de sites de arquivamento como o WebArchive.com e de arquivo pessoal do conteúdo on-line no ano de 2004. A lista citada pode ser conferida na seção 3.2 deste artigo.

de entretenimento digital no Brasil, critério vago, pois não existe um consenso geral sobre o que é “a comunidade de entretenimento digital” e o que significa participar dela. Dentre os nomes contidos na lista, vários eram de renomados pesquisadores da área de jogos no Brasil; alguns de líderes de empresas na área de jogos; e outros nomes eram totalmente desconhecidos, uma vez que não foi divulgada a atividade profissional de cada jurado. A este corpo de jurados, foram distribuídas aleatoriamente algumas das 1066 ideias inscritas¹⁷, de forma que cada ideia fosse avaliada por três jurados diferentes e a nota final da proposta igual à média aritmética destes julgamentos. A informação de qual proposta foi julgada por quem não foi divulgada tornou-se exclusiva da “Comissão Organizadora”.

Para o julgamento dos projetos da primeira fase, o MinC criou um site de acesso restrito por *login* com um formulário, onde os jurados davam notas de 0 a 100 para os seguintes critérios:

Tabela 3 - Critérios de Avaliação dos Projetos

Item (a) – Jogabilidade - Peso 3	
Itens que aumentam a pontuação:	Itens que diminuem a pontuação:
<ul style="list-style-type: none"> • Capacidade do jogo em gerar, manter e estimular o interesse do usuário; • Meios de gerar novas possibilidades de escolha ao jogador. 	<ul style="list-style-type: none"> • Jogos que limitem demais as opções dos jogadores • Jogos que não despertem interesse
Item (b) - Criatividade - Peso 3	
Itens que aumentam a pontuação:	Itens que diminuem a pontuação:
<ul style="list-style-type: none"> • Diversidade de recursos imaginados para o <i>game</i> (concepção visual, temas, cenários, situações e entidades); • Inovação na concepção desses recursos; 	<ul style="list-style-type: none"> • Ideias já exploradas à exaustão em jogos comerciais ou experimentais
Item (c) - Originalidade - Peso 2	
Itens que aumentam a pontuação:	Itens que diminuem a pontuação:
<ul style="list-style-type: none"> • Singularidade e/ou ineditismo da ideia no que toca a história/entidades • Singularidade e/ou ineditismo da ideia no que toca à interface • Singularidade e/ou ineditismo da ideia no que toca à jogabilidade 	<ul style="list-style-type: none"> • Ideia já exploradas à exaustão em jogos comerciais ou experimentais.
Item (d) - Potencial de jogo - Peso 2	
Itens que aumentam a pontuação:	Itens que diminuem a pontuação:
<ul style="list-style-type: none"> • Utilização inovadora de modelos de interação com a interface do jogo • Potencial comercial e mercadológico da ideia, se transformada em jogo 	<ul style="list-style-type: none"> • Modelos de visualização e interação de alto custo e complexidade para implementação

¹⁷ Segundo o site <<http://www.jogosbr.org.br/textos.php?cod=1>>, acessado em 11 de nov. de 2012, houveram 1.537 ideias publicadas, das quais 1.317 eram públicas, e destas, 1.066 foram marcadas para o Concurso.

Item (e) - Apresentação e integralidade do projeto de idéia - Peso 1	
Itens que aumentam a pontuação:	Itens que diminuem a pontuação:
<ul style="list-style-type: none"> • Coesão e concisão do texto da ideia <ul style="list-style-type: none"> • Consistência da redação • Nível de pesquisa • Integralidade da ideia (início, desenvolvimento e fim) 	<ul style="list-style-type: none"> • Ideias descritas de maneira redundante • Projeto com tópicos obscuros ou muito vagos

Fonte: MinC

Os critérios estipulados são em parte coerentes com a proposta do edital e o peso dá preferência para uma ideia original em detrimento de um projeto bem escrito, o que favoreceria o surgimento de novas ideias, conforme a proposta original do concurso. Porém as “novas ideias” surgiram basicamente nas histórias, que muitas vezes só eram novas dentro do contexto dos jogos eletrônicos, sendo meras adaptações de livros, contos e lendas populares. Na maioria dos casos, as propostas selecionadas sequer apresentavam inovação no *gameplay*, resumindo-se apenas a um *remake*¹⁸ de jogos populares com nova temática, conforme análise na seção 2.5.

Outro fato marcante é a avaliação de diversos elementos como “Capacidade do jogo em gerar, manter e estimular o interesse do usuário”, ou “Utilização inovadora de modelos de interação com a interface do jogo”, dentre outros, que só podem ser avaliados corretamente com um protótipo funcional. São critérios que se tornam muito difíceis de aplicar a uma ideia, já que vários elementos podem variar de acordo com a forma que a ideia é implementada no software. Além disso, boa parte dos projetos sequer apresenta um estudo de *design* de interface, muitos deles se resumem a narrar a história do que aconteceria no jogo.

2.3. O FINANCIAMENTO DE PROJETOS.

Além da falta de novos estilos de jogo, uma das questões mais polêmicas foi a quantidade de dinheiro destinada para a produção de “demos”. Tecnicamente, o jogo demo é produzido como uma demonstração de um produto e normalmente ele só é lançado junto com o lançamento comercial do jogo, ou seja, após a conclusão do jogo, libera-se o demo como plataforma publicitária de um produto, cuja produção está consumada, e está pronto para ser vendido. Um jogo demo normalmente é produzido a partir do jogo completo, reduzindo o número de funcionalidades e liberando apenas parte do jogo para que os usuários possam avaliar se é válido comprá-lo ou não.

No campo dos jogos eletrônicos existe também outra categoria de jogos, os cha-

¹⁸ *Remake*: Reconstrução de um jogo, sem acrescentar nada ou acrescentando poucos elementos novos ao *gameplay*.

mados “protótipos”, que são versões experimentais criadas no início da produção, com a finalidade de avaliar a viabilidade do projeto, fazer experimentações com o *gameplay*, estudos de interface, etc., com o projeto ainda aberto para novas ideias, sujeito às limitações e novas opções dos resultados dos testes do protótipo. Obviamente os custos para a produção de um demo e de um protótipo são bem diferentes, uma vez que o demo encontra-se no final do processo de produção de um jogo e o protótipo encontra-se no início do processo.

Atualmente um grande jogo pode chegar a custar U\$100 milhões (como o *GTA4*, citado anteriormente) e mesmo um jogo de pequeno ou médio porte teria um custo muito superior ao oferecido pelo governo. Ao observar que o valor oferecido para o desenvolvimento de um demo seria de R\$30 mil, muitas pessoas acabaram desistindo de participar do concurso¹⁹, por se tornar algo inviável em se tratando de um jogo demo. Porém, os resultados do concurso mostram que o mais provável é que houve uma falha de comunicação e o que era esperado para o concurso não eram jogos demo, e sim, protótipos de jogo, que têm como finalidade, muitas vezes, conseguir o financiamento para o início da produção, fim este previsto no edital.

Ao contrário do jogo demo, que tem de funcionar perfeitamente, já livre de defeitos, o protótipo não é uma versão estável do jogo, com diversos elementos inacabados e problemas graves de compatibilidade, muitas vezes funcionando apenas em máquinas específicas. O que se pôde observar é que os jogos “demo” entregues ao final do edital, em sua maioria, não apresentavam estabilidade, e nem coerência com a documentação de usuário (quando havia documentação de usuário, pois na maioria esta não existe), continham elementos inacabados dentro do jogo e diversas outras características que os aproximam muito mais de protótipos do que de jogos demo.²⁰ Aparentemente os organizadores do concurso não estavam acostumados com a linguagem do meio dos jogos e o termo “jogo demo” foi utilizado de forma equivocada, mesmo este se tratando do principal tema do concurso.

2.4. O MODELO DE DESENVOLVIMENTO

Uma questão que deve ser levantada é a coerência da opção de modelo de desenvolvimento sugerido pelo edital com a estrutura industrial nacional. Para o Brasil e boa parte do mundo, os EUA são uma grande referência no campo de desenvolvimento

19 Segundo o site <<http://www.jogosbr.org.br/textos.php?cod=1>>, acessado em 11 de nov. de 2012, houveram 3.911 usuários cadastrados e apenas 1.066 idéias submetidas para o concurso, o que reflete um alto grau de desistência de usuários que chegaram a se cadastrar e preencher os formulários, uma vez que foram feitas 4.800 colaborações.
20 Todas estas características citadas serão detalhadas em cada projeto na seção 2.5.

de jogos eletrônicos, uma vez que este país apresenta forte estrutura industrial no setor de games e longa experiência com o desenvolvimento de jogos, sendo o berço desta atividade.

Na estrutura tradicional de indústria de jogos eletrônicos, tendo como referência o mercado norte-americano, existe o papel do *Game Designer*, que é a pessoa responsável pela criação do conceito do jogo, interface, jogabilidade, regras, especificações, dentre outras atividades, sendo basicamente a pessoa que define o que o jogo é e como ele vai funcionar. Por se tratar do responsável por escrever a especificação do jogo, o *Game Designer* tem de ter conhecimento tecnológico para adequar sua proposta de jogo às possibilidades técnicas. Nem todos os *Game Designers* possuem formação técnica, porém existe uma relação estreita entre a criação do jogo e a tecnologia empregada neste. Muitos *Game Designers* não possuem sequer a opção de trabalhar com liberdade na proposta do jogo, tendo de elaborar uma proposta de projeto de jogo baseada na tecnologia disponível na empresa que o contratou. Atualmente, no mercado existem diversos jogos que reutilizam tecnologias preexistentes e poucos lançamentos realmente inovam utilizando uma tecnologia desconhecida e desenvolvida exclusivamente para eles. Este tipo de projeto força o *Game Designer* a optar por uma tecnologia ou outra para escrever seu projeto, porém podendo sugerir modificações para os engenheiros e cientistas em alguns casos, mas sempre ciente do contexto tecnológico.

Porém diferente da tendência mundial, o edital procurou separar a concepção do jogo de qualquer ideia tecnológica, chegando a circular entre os jurados o seguinte conselho:

Escrevo para colocar que, como já esperávamos, muitos dos autores não têm noção de game design. Mencionar a tecnologia no Game Design, lembro cá, nem é tão importante. A fase I é a concepção da idéia, certo? Idéias de tecnologia são diferentes de documentos de game design. (Trecho de um post do fórum dos jurados - arquivo pessoal, autor omitido propositalmente).

Certamente o GDD²¹ não precisa conter informações técnicas, mas é impensável um jogo ser concebido sem noções da tecnologia que dará suporte ao funcionamento deste. O modelo de desenvolvimento empregado em todo o mundo exige que o *Game Designer* faça algo que possa ser implementado, caso contrário, outra pessoa terá de fazer o papel deste: analisar uma proposta e buscar soluções tecnológicas para esta. No edital JogosBr, o participante da segunda etapa teve que ocupar este papel, assumindo a tarefa do detalhamento técnico, muitas vezes tendo de modificar a proposta original,

21 GDD: Game Design Document – Documento que descreve o jogo em cada detalhe.

caso esta estivesse fora dos padrões tecnológicos disponíveis.

Historicamente, no Brasil, até a data do edital, a situação do *Game Designer* costumava ser ainda mais distante do contexto do concurso. Este posto normalmente era ocupado por alguém de formação exclusivamente tecnológica, na maioria das vezes um programador. Pela falta de formação artística do programador, poucos foram os casos em que os resultados brasileiros foram satisfatórios. Por outro lado, as profissões que trabalham com ênfase artística acabam não possuindo profissionais com base tecnológica, deixando uma brecha no mercado. Como na época não existiam cursos que formassem profissionais para a área, o que acontecia com grande frequência era o programador tentar se tornar um *Game Designer*, já que possuía uma formação técnica. Raramente outros profissionais sem formação técnica se aventuravam neste campo. No Brasil, alguns anos depois do edital é que foram surgir as primeiras universidades com cursos voltados para a área de jogos, formando *game designers*, programadores, artistas e diversos outros profissionais que até então não possuíam formação oficial, e que atuavam no campo mais por *hobby* do que por profissionalismo.

Em se tratando de um concurso de ideias originais, este edital conseguiu atingir um nível muito raso de inovação, principalmente pela falta de originalidade no *gameplay*, área em que somente um profissional com experiência artística e tecnológica consegue atuar. Em vários casos, os jogos apresentados – e aprovados – poderiam ser plenamente implementados com simples modificações em jogos já existentes – um MOD de jogo, muito mais barato de se executar, já que toda a mecânica de jogo era praticamente a mesma.

Dentro da realidade do mercado brasileiro, seria muito mais importante que o concurso buscasse premiar projetos que tivessem apelo comercial, ao invés de temáticas originais, uma vez que um jogo idêntico a um preexistente, porém com temática nacional, tem pouco ou quase nenhum apelo comercial. Após o concurso, houve discussões indicando que uma proposta mais coerente para este tipo de edital seria a de criação de protótipos que pudessem servir de propaganda para que a ideia do jogo fosse vendida para desenvolvedores estruturados e com capital disponível para investir na produção (inclusive empresas estrangeiras). Assim, o governo faria o papel de incubadora de empresas de criação, uma vez que na época o mercado nacional não apresentava estrutura para desenvolver projetos de qualidade e tamanho similares aos internacionais sem que houvesse mudanças nas estruturas de investimento financeiro.

2.5. UMA ANÁLISE DOS JOGOS SELECIONADOS

Nesta seção serão analisados os jogos selecionados pela comissão julgadora. Busca-se realizar uma análise imparcial dos projetos entregues, tendo como único material para análise os próprios jogos disponibilizados no site da Abragames²².

2.5.1. AYRI - UMA LENDA AMAZÔNICA



Figura 1 - Ayri – Início do jogo.



Figura 2 - Ayri – Problemas ao trocar a resolução do vídeo.



Figura 3 - Ayri – Uma Oca, onde o jogo travava constantemente.

Descrição: A estória de Ayri se passa em uma tribo fictícia da Amazônia, mas baseada nos costumes e rituais de tribos reais. Nosso jovem guerreiro vive grandes aventuras para salvar o seu povo e vai se deparar com outras tribos fictícias e com a lendária tribo das Icamiabas, as mulheres guerreiras, também conhecidas como Amazonas (ABRAGAMES, 2008-A)

O Projeto foi coordenado por Sylker Teles da Silva, da *Outline Interactive* e utilizou um motor de jogo pronto para começar seu projeto. O motor de jogo comprado foi o *Torque Game Engine*²³, um motor gráfico 3D bastante poderoso para a época, com ferramentas diversas inclusas, desde geradores algorítmicos de terrenos, sistemas de iluminação, suporte a vários formatos de animação, incluindo suporte a ossos e até linguagem de *script* pronta. Com um motor pronto, os programadores precisam programar muito menos, sendo a maior parte do trabalho o da equipe de arte, com a criação de personagens, objetos, cenários e animações.

O jogo apresenta um visual *cartoon* com modelos 3D utilizando *cell shading*, obtendo resultados gráficos compatíveis com o padrão de mercado da época, porém

²² Os jogos ficavam disponíveis no endereço: <<http://www.abragames.org/JogosBR.html>>, porém foram retirados do ar. Eles foram baixados na época e guardados em arquivo pessoal, o que permitiu este trabalho.

²³ Na época Torque era um motor pago, porém se tornou gratuito e open-source em 2012 – disponível em: <<http://www.garagegames.com/products/torque/tge/>>. Acesso em 23 jul. 2008.

o sistema não se mostrou muito estável, com problemas ao escolher resoluções de tela mais altas ou o congelamento do aplicativo, principalmente dentro das ocas.

A jogabilidade é fortemente prejudicada pela fraca resposta da personagem aos controles, que muitas vezes não obedece às teclas pressionadas. O jogo torna-se cansativo quando o usuário tem de andar de um lado da floresta para o outro, sem opções do que fazer pelo caminho. Resta ao jogador apenas esperar a personagem andar, enquanto segura a tecla que a mantém andando.

Quanto à ideia, o tema foi bem abordado e conseguiu quebrar o clima pesado do tema de espíritos e mortes com um visual cartunesco e músicas suaves, - embora os elementos visuais não sejam totalmente inovadores - o uso das músicas dá uma sensação diferente ao jogador. O *gameplay* não apresenta novidades, sendo o estilo básico de andar, matar monstros e cumprir tarefas. A abordagem da temática indígena aparenta ter embasamento de pesquisa, com várias referências a nomes e histórias da cultura dos índios brasileiros.

O jogo poderia apresentar algum potencial mercadológico se a implementação fosse melhor executada, uma vez que a temática do índio por si só poderia atrair algum público pela curiosidade.

2.5.2. CAPOEIRA EXPERIENCE



Figura 4 - Capoeira – Tela de abertura do jogo.



Figura 5 - Capoeira – Capoeira na academia de capoeira.



Figura 6 - Capoeira – Capoeira na Ilha de Açores.

Descrição: Capoeira Experience é uma simulação da jornada por auto-conhecimento de um capoeirista. Evidentemente o jogador viaja por cenas populares interagindo com costumes e estereótipos brasileiros, mas a jornada consiste principalmente de enfrentar o próprio corpo. Apesar da ação constante e ritmada, Capoeira Experience não é sobre repetições e rotinas - cada movimento leva a luta para uma nova situação. Muito mais amplo que no xadrez, o universo de Capoeira Experience é sobre o sentido e elo entre movimentos. Aprenda os rudimentos e parta pra arte. Use a criatividade para dominar o adversário e a platéia.(ABRAGAMES, 2008-C)

O projeto foi coordenado por Andre Ivankio Hauer Ploszaj, e também utilizou um motor pronto, o Quest3D²⁴, voltado para a criação de aplicações 3D em tempo real, não apenas para jogos, mas para visualização de produtos, demonstrações de arquitetura, treinamentos, produção de filmes e programas de televisão.

Os primeiros gráficos de *Capoeira Experience* impressionam com belíssimas iluminações de ambientes, porém ao entrar no jogo, os personagens se encontram inacabados, sem textura, com iluminação deficiente e com movimentos não satisfatórios. O demo apresenta apenas a possibilidade de jogar na opção “Roda Livre”, com possibilidade de jogar apenas com dois jogadores, embora um jogador sozinho não consiga testar o jogo.

O jogo apresenta pouquíssimas opções e não consegue manter o jogador estimulado por muito tempo, e torna-se maçante logo na primeira jogada. O único fator favorável do jogo é a criatividade ao adaptar o esporte para um jogo, porém a jogabilidade é muito fraca e o jogo não possui nenhum outro atrativo além do nome e do visual dos cenários. Uma pesquisa melhor poderia levantar mais opções de passos e pesquisar melhor os elementos presentes na capoeira, uma vez que esta foi muito mal representada no jogo, prejudicando qualquer possibilidade de comercializá-lo.

2.5.3. CIM-ITÉRIO



Figura 7 - Cim-itério
- Visão superior



Figura 8 - Cim-itério –
Personagem cochilando



Figura 9 - Cim-itério
– Cemitério em sua
normalidade

Descrição: Simulação muito bem humorada, ao estilo “Sim City”, onde o jogador deve administrar um... cemitério! (ABRAGAMES, 2008-C)

O projeto foi coordenado por Wagner Gomes Carvalho e como a própria descrição oficial já diz, não passa de um clone dos jogos de simulação já existentes. Este jogo apresenta apenas algumas poucas opções de construção, dois tipos de plantas e a opção

²⁴ Quest3D. Disponível em: <www.quest3d.com>. Acesso em 22 jul. 2008.

de adicionar três tipos de funcionários. Embora o visual remeta à série “The Sims”, as funcionalidades de “Cim-itério” estão muito aquém das da série e não consegue manter alguém que conheça qualquer outro jogo de simulação entretido, principalmente pela quantidade reduzida de opções, e pela –não menos importante– instabilidade do jogo, que costuma congelar com frequência.

Quanto à criatividade e bom humor destacados na descrição original, em poucos momentos o bom humor aparece e não é o suficiente para entreter um usuário, pois o jogo não oferece muitas opções do que fazer. Ele realmente não atingiu um nível mínimo de jogabilidade e segundo o site da própria produtora²⁵, eles preferem chamá-lo de um “conceito” ou um “estudo” do que, de um jogo.

Com praticamente nenhuma inovação, este jogo poderia ser produzido como uma extensão para o “The Sims” e ficaria muito melhor.

Não aborda nenhum tema nacional e não apresenta qualquer potencial de comercialização.

2.5.4. INCORPORATED



Figura 10 - Incorporated – Conversando



Figura 11 - Incorporated – Preparando um trabalho



Figura 12 - Incorporated – Entregando um trabalho

Descrição: Incorporated é um simulador empresarial onde o jogador cria um personagem que começa como estagiário numa grande empresa. O personagem do jogador progride em sua carreira de acordo com seu desempenho profissional – medido pelos relacionamentos com os colegas e pelo rápido cumprimento dos trabalhos. Vive desde momentos de pressão a situações cômicas do dia-a-dia empresarial. O objetivo é se aposentar na Presidência da empresa. Bons relacionamentos melhoram sua reputação no escritório e ajuda na competição pelas promoções. Já os trabalhos são de vários tipos, e variam conforme o setor da empresa onde o personagem trabalha. Elas são realizadas em maior

²⁵ No site da Produtora Greenland, no endereço <<http://www.greenlandstudios.com>>, dentro da seção produtos existe um link chamado "Lab", que tem como cabeçalho o texto "Aqui apresentamos alguns jogos os quais podemos chamar de 'conceito' ou 'estudo.'", e nesta categoria se encontra o jogo "CIM-ITÉRIO". Acesso em 15 nov. 2012.

ou menor tempo de acordo com os atributos dos personagens. Na Informática, por exemplo, os trabalhos de manutenção de computadores são realizados rapidamente por personagens com alto atributo Técnica. (ABRAGAMES, 2008-C)

Projeto coordenado por Tiago Pinheiro Teixeira, da Interama, que utilizou o motor de jogo *Truevision3D*²⁶. O motor proporcionou ótimos gráficos ao jogo, bem próximos do jogo “The Sims 2”. *Incorporated* copia o estilo da série “The Sims”, porém se passa em uma grande empresa. Mais uma vez, algo que poderia ser produzido como uma expansão ou um MOD de um jogo já existente, porém *Incorporated* consegue manter e estimular o interesse do usuário oferecendo várias possibilidades de escolha. Embora o estilo já tenha sido exaustivamente explorado no mercado (somente para o jogo “The Sims 2” já existem mais de 10 expansões com temas diversos) e não apresente temática nacional, *Incorporated* consegue manter um bom nível técnico e boa jogabilidade. A saturação do mercado e a falta de originalidade no *gameplay* pode ser um problema para a comercialização de um produto como este.

2.5.5. IRACEMA AVENTURA



Figura 13 - Iracema – Sobre um monte.



Figura 14 - Iracema – Correndo no rio.



Figura 15 - Iracema – Andando na tribo.

Descrição: Iracema Aventura é uma adaptação livre da obra Iracema de José de Alencar para o formato de jogo eletrônico onde jogador irá vivenciar os fatos que marcaram a colonização do Ceará. (ABRAGAMES, 2008-C)

O projeto foi coordenado por Odair Gaspar e também utilizou a “Torque Game Engine” (mesmo motor de jogo utilizado no projeto Ayri). A liberdade de mobilidade e o tamanho do mapa surpreendem e conseguem manter o jogador entretido em um primeiro momento, porém após muito tempo andando em busca do objetivo o jogador

²⁶ Truevision3D: Disponível em < <http://www.truevision3d.com> >. Acesso em 23 jul. 2008.

pode se desestimular e perder o interesse.

As missões não chegam a ser muito criativas, porém a mecânica do jogo consegue entreter o jogador nessa versão demo. Em uma versão completa, uma pesquisa mais abrangente da cultura indígena poderia dar mais profundidade ao jogo e conferir maior potencial comercial, uma vez que o jogo já apresenta alguma condição de ser comercializado se for finalizado.

2.5.6. NEVROSE



Figura 16 - Nevrose
– Praça central



Figura 17 - Nevrose
– Soldado



Figura 18 - Nevrose - Bug

Descrição: Em meio a uma serra na caatinga, a seu centro existe uma imensa pedra furada com inscrições de mais de 10 mil anos que descrevem um ritual perdido sobre a utilização das forças das águas. Um homem, solitário, conseguiu decifrar o segredo das águas e passa então a buscar por seguidores para construir uma cidade preparada para a execução do ritual. Milhares são as pessoas que seguem tal homem. Para as autoridades locais a cidade surge como uma ameaça a ser eliminada. Começa então uma guerra sem precedentes. Nosso protagonista é um dos guerreiros de elite incumbidos da defesa da cidade e do preparo das condições para realização da profecia; O sertão vai virar mar... (ABRAGAMES, 2008-C)

O projeto foi coordenado por Rodrigo Queiróz de Oliveira, da Gamion, e foi o único projeto a utilizar um motor de jogo *Open-source*, o *Blender Game Engine*²⁷, um motor de jogo 3D programável em *python* que além de ser gratuito possui código-fonte disponível para modificações. O jogo mantém a mesma estrutura dos jogos de tiro em primeira pessoa e não tem cenários muito grandes. Como um jogo FPS (*First-Person Shooter*), a única inovação é a troca de roupa dos personagens por roupas características do cangaço, já que nem mesmo o cenário é típico do agreste nordestino, e se caracteriza basicamente por um conglomerado de casas que formam corredores no mesmo estilo

²⁷ Blender Game Engine: Disponível em <<http://www.blender.org>>. Acesso em 23 jul. 2008.

dos primeiros FPS's. Uma pesquisa da temática cultural poderia dar mais consistência e extensão ao jogo, com o acréscimo de civis e animais, além da mudança do cenário. Por se tratar de mais um jogo de primeira pessoa sem nenhum diferencial a não ser a roupagem, o potencial comercial do jogo é praticamente nulo.

2.5.7. RAÍZES DO MAL



Figura 19 - Raízes do Mal - Personagem na floresta



Figura 20 - Raízes do Mal - Objetos inacabados e mensagem



Figura 21 - Raízes do Mal - Personagem sobre a fogueira e mensagem

Descrição: Uma tradução mal feita... Uma civilização antiga, que deu origem aos nossos índios... E um mal tão antigo quanto o tempo está livre. Experimente o primeiro RPG com aventura interativa, passada nas florestas brasileiras. (ABRAGAMES, 2008-C)

O projeto foi coordenado por Marcos Cruz Alves, da Ignis Entretenimento e apresenta bons gráficos e boa jogabilidade, mantendo o jogador interessado e estimulado, porém tornando-se cansativo quando é necessário atravessar grandes áreas do mapa, algo normal em jogos de RPG. Em alguns lugares é possível encontrar pequenos defeitos e objetos inacabados, como na Figura 20, onde existem estátuas sem textura, porém no geral a arte do jogo é muito bem feita.

Em alguns lugares surgem mensagens que limitam a atuação do jogador de forma primária, como na figura 20, onde está escrito "Uma força além do seu controle bloqueia o caminho... Talvez um poderoso amuleto possa ajudá-lo a atravessar". Além disso, pequenos defeitos estão presentes, como na figura 21, onde o personagem fica parado sobre a fogueira sem tomar qualquer dano, ou nas conversas com os personagens controlados pelo computador, que ocorrem várias vezes da mesma forma, independente das ações realizadas pelo jogador - defeitos que com certeza seriam corrigidos para o lançamento de uma versão completa. Embora o estilo de jogo não apresente nenhuma novidade no *gameplay*, a temática foi muito bem adaptada e "Raízes do mal" tem bom potencial comercial, além de possuir boa quantidade de elementos da cultura indígena, o que pode chamar atenção.

2.5.8. SANDBOARD BRASIL



Figura 22 - Raízes do Mal
- Personagem na floresta



Figura 23 - Raízes do Mal -
Objetos inacabados e mensagem



Figura 24 - Raízes do Mal -
Personagem sobre a fogueira

Descrição: Sandboard Brasil é o jogo eletrônico do esporte radical de descer dunas com uma prancha semelhante a um skate. O objetivo principal é descer dunas e colinas de areia, competindo com outros 'atletas' em diversas categorias de manobras diferentes, baseadas no esporte oficial. (ABRAGAMES, 2008-C)

O projeto *Sandboard* Brasil foi coordenado por Jorge Manuel Vitória Caetano Jr., da Okio Entretenimento, e também utiliza o motor pronto Quest3D (Utilizado no *Capoeira Experience*). O jogo busca retratar o esporte praticado nas dunas nordestinas conhecido como *Sandboard*, num estilo de jogo igual aos jogos de *snowboard*, sem nenhum elemento de *gameplay* novo, mudando a roupagem das terras frias para as praias nordestinas. O jogo é estimulante e consegue manter o interesse dos usuários, com bons gráficos, músicas cheias de energia e animações de personagens muito bem feitas. O jogo dá duas opções de estilo de jogo, além de várias opções de manobra, garantindo diversão para o usuário por um bom tempo. Embora tenha como forte concorrente os jogos internacionais, como *Tony Hawk Pro Skater*, o game extrapola nos visuais e poderia encontrar seu espaço no mercado pela competência e visual diferente.

3. ANÁLISE DOS RESULTADOS

3.1. OS PRAZOS

Pelo regulamento do edital, cada um dos vencedores deveria desenvolver o projeto completo de produção de jogo eletrônico e do demo jogável, com no mínimo duas fases, no prazo máximo e improrrogável de 8 (oito) meses. Desde que foram divulgados os projetos vencedores não houve muitas notícias, sendo que o prazo de oito

meses acabou e após mais de quatro anos os projetos ainda não haviam sido disponibilizados. Somente no dia 25/06/2008 a Atragames disponibilizou para download em seu site os jogos premiados nas primeiras edições do concurso JogosBR. Muitos foram os questionamentos feitos ao MinC, Atragames e à Educine a respeito do resultado do edital, a sua maioria por e-mail, havendo também relatos de pessoas que ligaram ou conversaram pessoalmente buscando respostas, porém estes nunca se pronunciaram sobre o assunto. A única notícia relacionada, durante estes mais de quatro anos sem resposta, foi publicada no site do concurso JogosBR, em 26/04/2006, afirmava que os projetos já estavam sendo avaliados, porém o acesso do público aos jogos só se deu em 25 de junho de 2008.

Pela 10ª cláusula do contrato firmado entre os vencedores e a Educine:

A não entrega dos demos, no prazo previsto (8 meses), obrigará o responsável legal do projeto perante à EDUCINE, a devolver o valor integral de R\$ 30 000,00 (trinta mil reais), à EDUCINE, e ela transferir este valor aos selecionados em seqüência dos lugares 9 a 12 pela ordem da classificação. (WEBARCHIVE, 2004C)

Sendo assim, ou os contratos foram renegociados sem que a população ficasse sabendo, ou os contratos não foram honrados. Obviamente o desenvolvimento de um *game* está sujeito a problemas técnicos e seria justo haver um tempo adicional caso ocorresse algum problema, porém caso isto acontecesse, a população que está pagando para que estes jogos sejam desenvolvidos tem o direito de saber o que está acontecendo e acompanhar o procedimento adotado pelos organizadores do edital com total transparência. Como o edital previa o acesso da população aos jogos gerados por meio deste edital, faltaram no regulamento outros prazos, como o prazo para a liberação dos jogos para o público, posto que existia apenas uma data de entrega para o MinC.

3.2. A PARTICIPAÇÃO DOS JURADOS

Uma questão delicada e que deve ser sempre abordada com sensatez é a seleção dos projetos em um concurso como este. Como é de se esperar em um edital público, as etapas devem ser realizadas com toda transparência possível, divulgando quem fará parte das comissões de avaliação e quais critérios serão utilizados para selecionar os projetos. No caso deste edital, uma lista da comissão julgadora da primeira etapa foi divulgada no site do concurso, porém foi retirada após a segunda etapa e só pôde ser utilizada como referência nesta pesquisa graças ao arquivamento do site, tanto de forma pessoal (salvando o site no computador na época) como por meio de sites de ar-

quivamento, como o *WebArchive*²⁸. A lista se encontrava no site do edital no dia 09 de dezembro de 2004 como se segue:

A Comissão Julgadora foi formada e concluiu os trabalhos de avaliação. Abaixo segue a lista dos membros da Comissão Julgadora (em ordem alfabética):

Alexandre Cabral; Alexandre Carvalho; Alexandre Fernandes; Alexandre Machado; André Araújo; André Battaiola; André Faure; André Gontijo Penha; Andréa Midori Simão; Angelo Moscozo Silveira; Araken Leão; Ariel Gomide Foina; Augusto Bulow; Bertrand Caudron; César Augusto Barbado; Caio Mariano; Camila Ohara Tanabe; Carolina Agabiti; Cauê Ueda; Christopher Kastensmidt; Claudio Campelo Batistuzzo; Daniel Pádua; Danilo Bechara Denis Zucherato; Eduardo Benaim; Eduardo Trivella; Elton Mattos; Emiliano de Castro; Esteban Clua Gonzalez; Esther Hambúrguer; Fabio Bernardes; Fábio Binder; Fabio Santana; Fernanda Cianciarullo Dias; Fernanda Cristiane Oliveira; Fernando Steler; Gabriella Campedelli; Geber Ramalho; Gilson Schwartz; Giuliano Schiavon; Jacques Brancher; Jeferson Valadares; João Carlos Massarolo; Jocelyn Auricchio; Leandro Jardim; Lilian Starobinas; Luciano César Dantas; Marcelo Marcatti; Marcelo Matas; Marcelo Walter; Márcio Carvalho; Márcio Corso; Marcos Augusto Takeda; Marcos Cardoso; Marcos Cuzziol; Maria Cândida de Almeida Castro; Mauricio Martins; Murilo Junior; Odair Gaspar; Pablo Miyazawa; Paulo Henrique Ferreira; Paulo Mattos; Paulo Morelli; Rafael Dolzan; Raquel Ravanini; Reinaldo Normand; Renata Gomes; Renato Degiovani; Rodrigo Dal'Asta; Rodrigo Daniel Souza; Romero Tori; Ronny Marinto; Roseli Lopes; Samara D'Sá Benevides Werner; Scilla Costa; Sérgio Mindlin; Sunami Chun; Tarquinio Teles; Thelma Guedes; Théo Azevedo; Vicente Gosciola; Wagner Carvalho; Itamar Alves do Santos. (WEBARCHIVE, 2004A)

A comissão julgadora da primeira etapa esteve envolvida na avaliação dos projetos de “ideias originais”, utilizando os critérios expostos na tabela 3, na seção 2.2. Já na segunda etapa do edital, a lista dos jurados foi divulgada na internet, sendo encontrada no site do edital no dia 09 de dezembro de 2004 como se segue:

Abaixo segue a lista dos membros da Comissão Julgadora. Emiliano de Castro (Abragames - SP), Newton Cannito (Educine - SP), Alexandre Cabral (FINEP - RJ), Sunami Chun (Monkey - SP), Gustavo Goedert (Southlogic Studios - RS), Christian Lykawka (Southlogic Studios - RS), Romero Tori (USP / Senac - SP) e Simone de Lima (Coordenação - SP). (WEBARCHIVE, 2004B)

Sendo assim, a comissão julgadora que efetivamente avaliou os projetos da segunda etapa é diferente da que avaliou a primeira etapa, embora alguns dos nomes

28 WebArchive: <<http://web.archive.org>>. Visitado em 23 jul. 2008.

presentes na segunda também se encontrem na equipe da primeira etapa. Um fato curioso é que vários dos jurados da primeira etapa participaram como inscritos no edital e infelizmente o regulamento do edital não indeferia a participação dos próprios jurados ou dos organizadores, como é de costume em qualquer concurso público. O indeferimento de organizadores e participantes da organização do próprio concurso é uma ferramenta para evitar que pela proximidade de relacionamento, os resultados sejam afetados e não sejam parciais.

Na edição de 2004 do edital JogosBR houve a participação dos membros da “comissão julgadora da primeira etapa” como inscritos no concurso. Estes jurados da primeira etapa foram selecionados para receber o prêmio em dinheiro da segunda etapa, sendo eles: Odair Gaspar da Perceptum, Wagner Gomes Carvalho da Greenland Studios, e a Ignis Entretenimento, cujo presidente é César Augusto Barbado²⁹. Todos os três nomes citados acima foram jurados na primeira etapa do edital, totalizando ao menos 3/8 dos projetos selecionados, ou 37,5%.

Até onde se sabe ninguém entrou com um recurso contra os resultados finais e os projetos foram concluídos conforme os relatos anteriores. Fatos como estes podem levantar suspeitas a respeito da postura ética dos organizadores de um concurso público e devem ser evitados.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os jogos eletrônicos têm se tornado uma mídia de extrema importância no cenário mundial e iniciativas de incentivo à produção de jogos eletrônicos no Brasil por parte do Governo Federal são extremamente importantes para que nossa indústria se consolide e tenha capacidade de competir no mercado globalizado.

Sendo o edital JogosBr de 2004 a primeira movimentação do governo brasileiro para intervir no setor de jogos na tentativa de ajudá-lo a crescer, precisamos refletir muito mais sobre este marco e suas implicações, sobre o contexto histórico, social e econômico, sobre o reconhecimento da indústria de jogos perante a sociedade. Como apresentado, este edital representa muito sobre o mercado de jogos eletrônicos no Brasil, pois não apenas indica a necessidade de investimento no setor, mas principalmente expõe os diversos dilemas econômicos do mercado brasileiro, que remontam à época da reserva de mercado e que ecoam até hoje nas estruturas da sociedade. Por meio da lente do contexto histórico e social podemos compreender eventos relevantes para a economia, observando-os com muito mais clareza, facilitando a compreensão dos

²⁹ Informação encontrada no site <<http://www.lavca.org/lavca/allpress.nsf/pages/1063>>. Acesso em 23 jul. 2008

rumos que este setor tem tomado nos últimos anos e que poderá tomar em tempos vindouros. Sendo assim, esta pesquisa será continuada em outros artigos, em que serão analisados os editais posteriores ao JogosBr de 2004 e o panorama geral do mercado de jogos eletrônicos no Brasil e no mundo.

A partir desta perspectiva, o fato de apontar problemas e falhas no edital não deve ser encarado como uma tentativa de desacreditar as entidades organizadoras, ou apenas como um ato de protesto vazio, mas principalmente como uma chamada de atenção para estes problemas, para que eles não se repitam, para que possamos aprender com a história e possamos olhar para um futuro com os olhos de quem aprendeu e cresceu com os erros. Sendo assim, as entidades organizadoras destes editais devem buscar a total transparência, evitando situações questionáveis, para que todos tenham iguais chances de competir por um incentivo que seja coerente com o cenário econômico e social.

O fato de ter ocorrido este primeiro edital já pode ser considerado um primeiro passo para o crescimento do setor, visto que o governo começa a dar importância para os *games*, como pode ser observado no discurso do então secretário do Audiovisual do MinC:

Os games são a síntese revolucionária das novas tecnologias com a imaginação, que é o bem maior do ser humano. É um passo além do cinema e da televisão. Estamos falando de uma arte lúdica, eletrônica, interativa; uma avançada expressão humana no que se refere ao lazer, à educação, ao desenvolvimento do raciocínio e da percepção sensorial (SENNA, 2006)

Com as atenções voltadas para o setor dos jogos, a sociedade deve então lutar para que as leis sejam mudadas, para que existam mecanismos de incentivo duradouros, como incentivos fiscais para o setor, e não apenas um concurso cultural esporádico de tempos em tempos, pois isso não será o suficiente para que o setor de estruture e volte a ocupar o cargo que chegou a ocupar, quando era o líder isolado no mercado de jogos eletrônicos dentro da América Latina, ou ainda muito mais.

5. BIBLIOGRAFIA

AUTRAN, Arthur. **O pensamento industrial cinematográfico brasileiro**. Campinas: tese de doutoramento apresentada ao Instituto de Artes da UNICAMP, 2004. p. 81 e 83.

FURTADO, Celso. **Economic development of Latin America**. Cambridge. Cambridge University Press. 1970.

TIGRE, Paulo Bastos. **Indústria brasileira de computadores; perspectivas até os anos 90**. Rio de Janeiro: Campus: IMPES / IPEA, 1987.

TIGRE, Paulo Bastos. **Liberalização e Capacitação Tecnológica: O Caso da Informática Pós-Reserva de Mercado no Brasil**. IEI-UFRJ, 1993.

5.1. SITEGRAFIA

ABRAGAMES, **Pesquisa - A Indústria de Desenvolvimento de Jogos Eletrônicos no Brasil**. 2005. Disponível em: <<http://www.old.pernambuco.com/diario/arquivos/Pesquisaabragames.pdf>>. Acesso em 15 nov. 2012..

ABRAGAMES, **Plano Diretor da Promoção da Indústria de Desenvolvimento de Jogos Eletrônicos no Brasil – Estudo Preliminar**. 2004. Disponível em: <[http:// http://pt.scribd.com/doc/60751975/PD-Estudo-Preliminar-gamespdf](http://pt.scribd.com/doc/60751975/PD-Estudo-Preliminar-gamespdf)>. Acesso em 15 nov. 2012.

ABRAGAMES, **Associação Brasileira das Desenvolvedoras de Jogos Eletrônicos**. 2008A. Disponível em: <<http://www.abragames.org>>. Acesso em 23 jul. 2008.

ABRAGAMES. **A indústria brasileira de jogos eletrônicos: Um mapeamento do crescimento do setor nos últimos 4 anos**. Associação Brasileira das Desenvolvedoras de Jogos Eletrônicos. 2008B. Disponível em <<http://www.abragames.org/docs/Abragames-Pesquisa2008.pdf>>. Acesso em 23 jul. 2008.

ABRAGAMES. **Jogos Premiados - JogosBR**. 2008C. Disponível em: <<http://www.abragames.org/JogosBR.html>>. Acesso em 23 jul. 2008.

AZEVEDO, Théo. **Vinte anos depois, Master System e Mega Drive vendem 150 mil unidades por ano no Brasil**. 2012. Disponível em: <<http://jogos.uol.com.br/ultimas-noticias/2012/07/30/vinte-anos-depois-master-system-e-mega-drive-vendem-150-mil-unidades-por-ano-no-brasil.htm>>. Acesso em 15 nov. 2012.

FERNANDES, Manoel. **Novas Fronteiras: Israel, Irlanda, Índia e Finlândia acham o próprio caminho no mundo tecnológico**. Revista VEJA Edição 1 642 - 29/3/2000. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/290300/p_156.html>. Acesso em 15 nov. 2012.

GARCIA, Renato; ROSELINO, José Eduardo. **Uma avaliação da Lei de Informática e de seus resultados como instrumento indutor de desenvolvimento tecnológico e industrial**. Gest. Prod. São Carlos, v. 11, n. 2, 2004. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-530X2004000200004&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 19 jul. 2008.

LUGO, Jairo; SAMPSON, Tony; LOSSADA, Merlyn. **Latin America's New Cultural Industries still Play Old Games.** The International Journal of Computer Game Research. Volume 2, Issue 2, December 2002. Disponível em: <<http://www.gamestudies.org/0202/lugo/>> , Acesso em 19 jul. 2008.

MATTOS, Antonio Carlos M. **RESERVA DE MERCADO DE INFORMÁTICA: O ESTADO DA ARTE.** Revista de Administração de Empresas, set-88. Disponível em <<http://www.amattos.eng.br/Public/RES-MERC.HTM>>. Acesso em 23 jul. 2008.

MINC. **Regulamento do Concurso de Idéias Originais e de Demos de Jogos Eletrônicos.** 2004. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/jogosbr/regulamento.php>>, Acesso em 23 jul. 2008.

TIGRE, Paulo Bastos. **LIBERALIZAÇÃO E CAPACITAÇÃO TECNOLÓGICA: O CASO DA INFORMÁTICA PÓS-RESERVA DE MERCADO NO BRASIL.** 1993. Disponível em: <<http://www.schwartzman.org.br/simon/scipol/pdf/tigre.pdf>>. Acesso em 23 jul. 2008.

SENNÁ, Orlando. **Jogos BR 2005/2006.** [14 de março de 2006]. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/site/2006/03/14/jogos-br-20052006/>>. Acesso em 23 jul. 2008. Entrevista cedida a Déa Barbosa.

SAMPAIO, Henrique. **Jogos casuais tomam conta da indústria.** UOL Jogos. 2008. Disponível em: <<http://jogos.uol.com.br/reportagens/ultnot/2008/06/24/ult2240u131.jhtm>>. Acesso em 23 jul. 2008.

SINCLAIR, Brendan. **Report: US gaming sales surpass DVDs.** Gamespot.com. 2008. Disponível em: <<http://www.gamespot.com/news/report-us-gaming-sales-surpass-dvds-6234660>>. Acesso em 23 jul. 2008.

UOLJOGOS. **"GTA IV" bateu recorde de "Halo 3", segundo produtora.** UOL Jogos. 2008A. Disponível em: <<http://jogos.uol.com.br/ultnot/multi/2008/05/07/ult530u6029.jhtm>>. Acesso em 23 jul. 2008.

UOLJOGOS. **Games no Brasil: potencial para ser um dos grandes.** UOL Jogos. 2006A. Disponível em <<http://jogos.uol.com.br/reportagens/ultnot/2006/12/15/ult2240u117.jhtm>>. Acesso em 23 jul. 2008.

UOLJOGOS. **Games no Brasil: progresso no preço do software.** UOL Jogos. 2006B. Disponível em: <<http://jogos.uol.com.br/reportagens/ultnot/2006/12/15/ult2240u118.jhtm>>. Acesso em 23 jul. 2008.

SAV. **RELATÓRIO DE GESTÃO 2003-2006.** Secretaria do Audiovisual,

Ministério da Cultura, 2008. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2008/12/sav1.pdf>>. Acesso em 15 nov. 2012.

TECTOY. **Relatório da administração aos acionistas**. Bovespa. 2007.

Disponível em: <<http://www.bovespa.com.br/Empresas/InformacoesEmpresas/ExecutaAcaoConsultaDemFinDownl.asp?CodCVM=14133>>. Acesso em 23 jul. 2008.

WEBARCHIVE. **Concurso de Idéias Originais e Demos de Jogos Eletrônicos: Idéias selecionadas na primeira fase do concurso**.

Arquivamento do site WebArchive. 2004A. Disponível em:

<http://web.archive.org/web/20041209033004/www.cultura.gov.br/jogosbr/primeira_etapa.php>. Acesso em 23 jul. 2008.

WEBARCHIVE. **Concurso de Idéias Originais e Demos de Jogos Eletrônicos: Resultado da Segunda Etapa**. Arquivamento do site WebArchive.

2004B. Disponível em: <http://web.archive.org/web/20050405053151/www.jogosbr.org.br/vence_segetapa.php>. Acesso em 23 jul. 2008.

WEBARCHIVE. **Contrato de realização de obra certa e licenciamento de direitos**.

Arquivamento do site WebArchive. 2004C. Disponível em: <http://web.archive.org/web/20050405053151/http://www.jogosbr.org.br/Contrato.doc>>. Acesso em 23 jul. 2008.