



MANUAL

GAME É CULTURA GAME É AUDIOVISUAL

Mecanismos Federais de **Financiamento e Promoção**
do segmento de Jogos Eletrônicos 2025

MINISTÉRIO DA
CULTURA



2025



Presidente da República **Luiz Inácio Lula da Silva**
Ministra da Cultura **Margareth Menezes**
Secretário-Executivo **Márcio Tavares dos Santos**
Secretária do Audiovisual **Joelma Oliveira Gonzaga**

Diretora de Formação e Inovação Audiovisual Milena Evangelista
Coordenadora-Geral de Fomento e Formação Ellen Meireles
Coordenadora de Formação Audiovisual Ana Paula Melo Sylvestre

Consultoria Especializada

Games: Pedro Zambon
Formação Audiovisual: Paula Alves

Ministro das Relações Exteriores Mauro Luiz Lecker Vieira
Secretário de Promoção Comercial, Ciência, Tecnologia, Inovação e Cultura Embaixador Laudemar Gonçalves de Aguiar Neto
Diretor do Departamento de Ciência, Tecnologia, Inovação e Propriedade Intelectual Embaixador Eugênio Vargas Garcia
Chefe da Divisão de Ciência, Tecnologia e Inovação Rafael Della Giustina Leal
Assistente Técnico da Divisão de Ciência, Tecnologia e Inovação Vinicius Bastos da Cruz

Agência Nacional do Cinema

Diretoria Colegiada

Diretor-Presidente Alex Braga Muniz
Diretor Vinicius Clay Araujo Gomes
Diretor Paulo Xavier Alcoforado
Diretora Patrícia Barcelos

Secretária de Financiamento

Fabiana Trindade Machado

ABRAGAMES

Presidente **Rodrigo Terra**
Gerente de Relações Institucionais **Raquel Gontijo**

É PERMITIDA A REPRODUÇÃO TOTAL OU PARCIAL DESTE MANUAL,
DESDE QUE CITADA A FONTE.
VENDA PROIBIDA.





SUMÁRIO



7	APRESENTAÇÃO
9	O MARCO LEGAL DOS JOGOS ELETRÔNICOS
13	1. MECANISMOS DE FINANCIAMENTO AO SEGMENTO DE JOGOS ELETRÔNICOS
14	PRONAC: LEI ROUANET E O INCENTIVO FISCAL
20	LINHAS DE CRÉDITO DO FUNDO SETORIAL DO AUDIOVISUAL
23	EMENDAS PARLAMENTARES
25	2. MECANISMOS DE PROJEÇÃO E INTERNACIONALIZAÇÃO DOS JOGOS ELETRÔNICOS
25	PROGRAMA DIPLOMACIA DA INOVAÇÃO (PDI) DO MINISTÉRIO DAS RELAÇÕES EXTERIORES (MRE)
33	BRAZIL GAMES EXPORT PROGRAM/APEXBRASIL E ABRAGAMES
35	3. EVENTOS DE BUSINESS DO SEGMENTO DE GAMES NO MUNDO
41	4. FORMAÇÃO EM JOGOS ELETRÔNICOS
43	CONCLUSÃO
45	ANEXO I - GLOSSÁRIO TÉCNICO-CULTURAL DO SETOR DE GAMES
48	ANEXO II - MODELO DE GAME DESIGN DOCUMENT (GDD)
50	ANEXO III - CHECK-LIST DE BOAS PRÁTICAS EM PROMOÇÃO DA EQUIDADE NOS GAMES





Secretário-Executivo do MinC, Márcio Tavares, na GamesCom 2025. Fotos: Luciele Oliveira/MinC



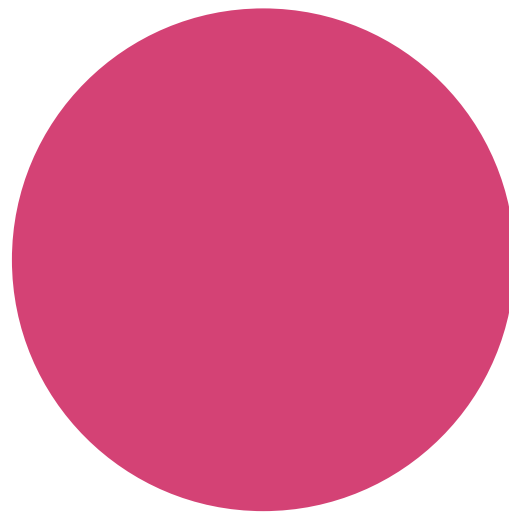
Painel Games e Políticas Públicas: oportunidades e desafios no Brasil na GamesCom 2025. Fotos: Luciele Oliveira/MinC



Stand MinC na GamesCom 2025. Foto: Luciele Oliveira/ MinC



Secretaria do Audiovisual do MinC na GamesCom 2025. Foto: Luciele Oliveira/ MinC



APRESENTAÇÃO

GAME É CULTURA! GAME É AUDIOVISUAL!

Essas afirmações expressam o reconhecimento institucional e simbólico de que os jogos eletrônicos integram o campo da produção cultural brasileira, atuando como linguagem artística, meio de comunicação e vetor de inovação. Trata-se de consolidar, no âmbito das políticas públicas, a abrangência do segmento de games no campo da cultura, das artes, da economia criativa e do audiovisual.

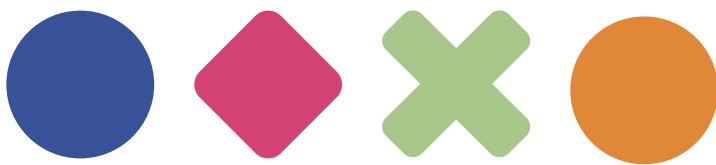
A formulação deste manual técnico sobre os mecanismos federais de financiamento e promoção dos games brasileiros responde a uma necessidade concreta: ampliar a transparência, reduzir barreiras informacionais e orientar produtores, desenvolvedores, coletivos e estúdios sobre as oportunidades de fomento e promoção disponíveis nas políticas públicas de cultura e audiovisual em âmbito federal.

As ações no campo dos games estão sendo aprimoradas e discutidas de forma atenta e direcionada pelo Governo Federal. Pela sua importância e impacto econômico, a pauta integra a formulação do Programa da Nova Indústria do Audiovisual

Brasileiro, no âmbito do Conselho Nacional de Desenvolvimento Industrial (CNDI), bem como está em discussão no âmbito do Grupo de Trabalho Interministerial para regulamentação do Marco dos Games (GTI Games).

No entanto, já há instrumentos que podem ser acessados pelos realizadores do segmento de Games! Por isso, o conteúdo aqui apresentado reúne os principais mecanismos federais de apoio hoje disponíveis: o incentivo fiscal via Lei Rouanet (Pronac), as linhas de financiamento do Fundo Setorial do Audiovisual (FSA), programas de internacionalização como o Brazil Games (ApexBrasil e Abragames) e as ações do Ministério das Relações Exteriores no âmbito da Diplomacia da Inovação.

Ao reunir essas informações em um só lugar, este manual se propõe a ser uma ferramenta que serve tanto como um guia para acesso aos recursos já existentes quanto como um instrumento para fortalecer a diversidade, o protagonismo e a sustentabilidade da produção brasileira de games no cenário nacional e internacional.



O MARCO LEGAL DOS JOGOS ELETRÔNICOS

O reconhecimento dos jogos eletrônicos como parte integrante da cultura brasileira e como expressão audiovisual já é realidade no ordenamento jurídico nacional. Instrumentos legais e normativos, como a Lei nº 8.313/1991 (Lei Rouanet), a Lei nº 14.017/2020 (Lei Aldir Blanc), a Lei Complementar nº 195/2022 (Lei Paulo Gustavo), a Lei nº 14.399/2022 (Política Nacional Aldir Blanc) vêm sendo interpretados de modo a incluir os jogos digitais em suas possibilidades de fomento e apoio institucional.

No entanto, o maior avanço normativo no que diz respeito ao segmento de games se materializa na Lei nº 14.852, de 3 de maio de 2024, que *"cria o marco legal para a indústria de jogos eletrônicos; e altera as Leis nºs 8.313, de 23 de dezembro de 1991, 8.685, de 20 de julho de 1993, e 9.279, de 14 de maio de 1996"*, que tratam dos seguintes assuntos:

LEI Nº 8.313, DE 23 DE DEZEMBRO DE 1991. - Restabelece princípios da Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) e dá outras providências. (Lei Rouanet)

LEI Nº 8.685, DE 20 DE JULHO DE 1993 - Cria mecanismos de fomento à atividade audiovisual e dá outras providências. (Lei do Audiovisual)

LEI Nº 9.279, DE 14 DE MAIO DE 1996 - Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial

Ao longo da última década, decisões administrativas e diretrizes técnicas adotadas pelo Ministério da Cultura, pela Ancine e por outras instâncias públicas têm contribuído para consolidar o entendimento de que game é cultura e audiovisual. Isso significa reconhecer os jogos digitais como manifestações artísticas, produtos simbólicos, ferramentas de memória e espaços legítimos de representação social e inovação tecnológica.

Nesse sentido, o Marco Legal dos Jogos Eletrônicos traz a definição desse produto cultural, como sendo

Art. 5º Para os efeitos desta Lei, considera-se jogo eletrônico:

I – a obra audiovisual interativa desenvolvida como programa de computador, conforme definido na Lei nº 9.609, de 19 de fevereiro de 1998, em que as imagens são alteradas em tempo real a partir de ações e interações do jogador com a interface;

II – o dispositivo central e acessórios, para uso privado ou comercial, especialmente dedicados a executar jogos eletrônicos;

III – o software para uso como aplicativo de celular e/ou página de internet, jogos de console de videogames e jogos em realidade virtual, realidade aumentada, realidade mista e realidade estendida, consumidos por download ou por streaming.

O Marco dos Games positiva no ordenamento legal brasileiro que **“o investimento em desenvolvimento de jogos eletrônicos é considerado investimento em pesquisa, desenvolvimento, inovação e cultura”**.

[Acesse aqui a íntegra da Lei: Marco Legal dos Games.](#)

No entanto, para a efetivação da integralidade do texto legal do Marco dos Games, ainda é necessária a definição de diretrizes claras para o fomento, a classificação regulatória das obras e a integração dos games nas políticas estruturantes de cultura e audiovisual. Ciente dessa realidade, o Ministério da Cultura reafirma

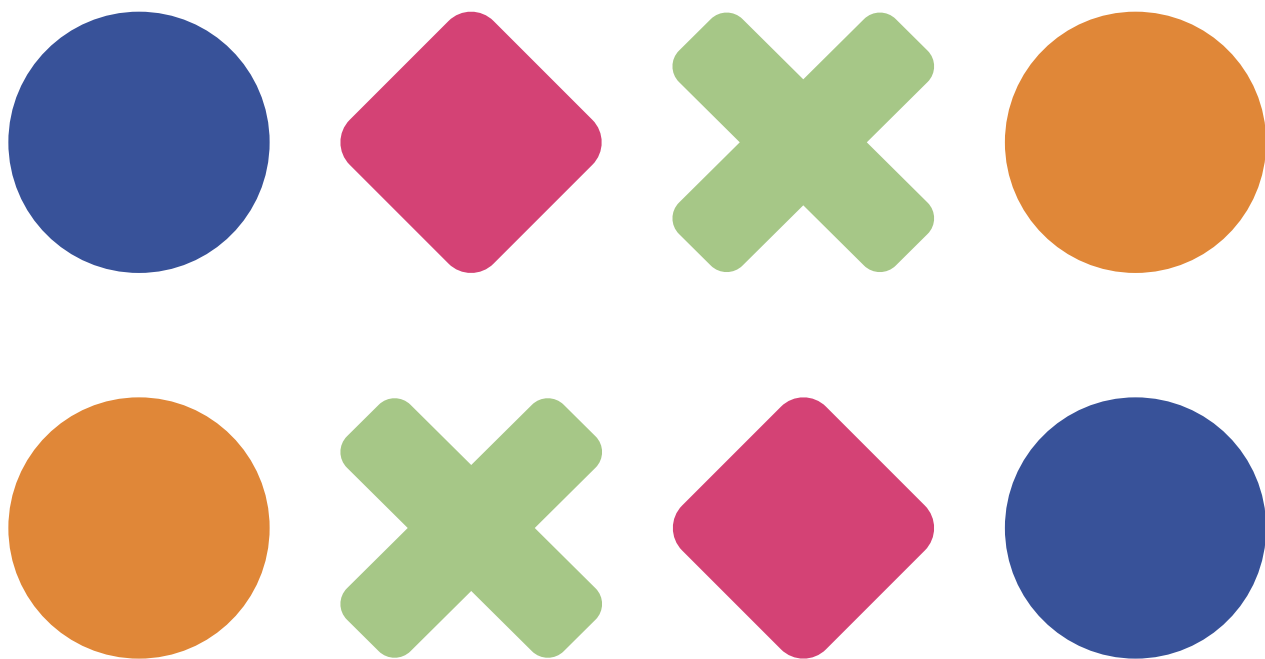
seu compromisso de avançar, até 2026, na construção de uma regulamentação abrangente e participativa para o setor de jogos eletrônicos, que vise garantir segurança jurídica, ampliar a equidade no acesso às políticas públicas e consolidar os games como componente estratégico da política cultural nacional.

Assim, o Ministério da Cultura vem atuando de maneira interministerial por meio da criação de um Grupo de Trabalho Interministerial que conjuga esforços coordenados para a constituição da regulamentação do Marco dos Games. O Grupo congrega diversos órgãos cuja competência se relaciona com o objeto do Marco, conforme listagem abaixo:

- I.** dois representantes do Ministério da Cultura - MinC;
- II.** um representante do Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços - MDIC;
- III.** um representante do Ministério da Educação - MEC;
- IV.** um representante do Ministério da Saúde - MS;
- V.** um representante do Ministério da Fazenda - MF;
- VI.** um representante do Ministério da Ciência e Tecnologia - MCTI;
- VII.** um representante do Ministério da Justiça e Segurança Pública - MJSP;
- VIII.** um representante do Ministério dos Esportes - MEsp;
- IX.** um representante da Agência Nacional do Cinema - Ancine;
- X.** um representante do Instituto Nacional da Propriedade Industrial - INPI;
- XI.** um representante da Advocacia-Geral da União - AGU; e
- XII.** um representante da Associação Brasileira de Desenvolvedores de Games - ABRAGAMES.

Este Grupo de Trabalho atuará com o objetivo de elaborar proposta de regulamentação da Lei nº 14.852, de 3 de maio de 2024, de forma a estruturar um ecossistema de fomento público integrado às políticas cultural e audiovisual já existentes, mas adequado às especificidades e singularidades do segmento de jogos eletrônicos no Brasil e no mundo.

O presente manual traz uma compilação dos mecanismos de financiamento já em operação para que os realizadores do segmento de games possam se apropriar e acessar as fontes de fomento já em operação.





MECANISMOS DE FINANCIAMENTO AO SEGMENTO DE JOGOS ELETRÔNICOS

A consolidação dos jogos eletrônicos como parte das políticas públicas de cultura e audiovisual vem se refletindo, de forma progressiva, na abertura de linhas de apoio específicas ou adaptadas às particularidades do setor. Atualmente, desenvolvedores de games podem acessar diferentes instrumentos de fomento federal, que combinam incentivo fiscal, financiamento público, programas de internacionalização e ações formativas.

Cada mecanismo tem suas especificidades, critérios de elegibilidade, formas de acesso e exigências operacionais. Por isso, este manual busca apresentar de forma clara e objetiva as principais possibilidades disponíveis hoje, contribuindo para que mais realizadores compreendam, acessem e se beneficiem das políticas públicas existentes.

Nas seções a seguir, são apresentados os principais mecanismos federais de financiamento atualmente acessíveis ao setor de games, com destaque para:

- » O incentivo fiscal via PRONAC (Lei Rouanet);
- » As linhas de financiamento do Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) e;
- » As emendas parlamentares.

O objetivo é fortalecer a autonomia dos realizadores, democratizar o acesso aos recursos públicos e ampliar a presença dos games na política cultural brasileira.

PRONAC: LEI ROUANET E O INCENTIVO FISCAL

Os jogos eletrônicos no Brasil já podem ser viabilizados com recursos de incentivo fiscal, via Lei Rouanet. A Lei Rouanet (Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991) é um dos principais mecanismos de fomento ao setor cultural no Brasil. A lei institui o **Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac)**, com a finalidade de captar e canalizar recursos para o setor de modo a:

- I - contribuir para facilitar, a todos, os meios para o livre acesso às fontes da cultura e o pleno exercício dos direitos culturais;
- II - promover e estimular a regionalização da produção cultural e artística brasileira, com valorização de recursos humanos e conteúdos locais;
- III - apoiar, valorizar e difundir o conjunto das manifestações culturais e seus respectivos criadores;
- IV - proteger as expressões culturais dos grupos formadores da sociedade brasileira e responsáveis pelo pluralismo da cultura nacional;
- V - salvaguardar a sobrevivência e o florescimento dos modos de criar, fazer e viver da sociedade brasileira;
- VI - preservar os bens materiais e imateriais do patrimônio cultural e histórico brasileiro;
- VII - desenvolver a consciência internacional e o respeito aos valores culturais de outros povos ou nações;
- VIII - estimular a produção e difusão de bens culturais de valor universal, formadores e informadores de conhecimento, cultura e memória;

IX - priorizar o produto cultural originário do País.

X – estimular a produção ou a coprodução de jogos eletrônicos brasileiros independentes.

Os principais procedimentos relativos à implementação da lei estão na Instrução Normativa MinC nº 23, de 05 de fevereiro de 2025, que traz expressamente a previsão dos Jogos Eletrônicos (Games) como produto cultural, com os limites de valor previstos conforme destaque no Art. 35:

Art. 35. Os produtos culturais do audiovisual deverão ter como limites os seguintes valores: (...)

XI - Games ou jogo eletrônico:
R\$ 1.500.000,00
(um milhão e quinhentos mil reais)

XII - Desenvolvimento de game ou jogo eletrônico:
R\$ 400.000,00
(quatrocentos mil reais)

O normativo traz também a definição desses produtos culturais no ANEXO I, que constitui um glossário dos termos relevantes para a implementação da lei. No segmento dos Jogos Eletrônicos, destacam-se os seguintes verbetes:

XXV - Games ou jogo eletrônico:
obra audiovisual interativa desenvolvida como programa de computador, em que as imagens são alteradas em tempo real a partir de ações e interações do jogador com a interface, com o objetivo de divertir, entreter e prender a atenção dos jogadores.

XII - Desenvolvimento de games: fase de produção de um game que envolve a criação e implementação dos elementos de jogabilidade gerando como resultado uma simulação ou demonstração de um jogo eletrônico que permita avaliar seu potencial. Contempla o teste e validação de um produto, a forma como será desenvolvido, o design e a experiência do usuário e suas mecânicas básicas, apresentado como um produto possível de ser jogado, servindo de referência para o produto final.

A partir do Marco Legal dos Games, os jogos eletrônicos passam a integrar de maneira expressa o Art. 18 da Lei Rouanet, que torna o fomento mais atrativo, pois segundo consta no Art. 18, os incentivadores podem deduzir 100% do valor investido, desde que o projeto se enquadre em áreas culturais prioritárias e específicas, como os Games:

Art. 18. Com o objetivo de incentivar as atividades culturais, a União facultará às pessoas físicas ou jurídicas a opção pela aplicação de parcelas do Imposto sobre a Renda, a título de doações ou patrocínios, tanto no apoio direto a projetos culturais apresentados por pessoas físicas ou por pessoas jurídicas de natureza cultural, como através de contribuições ao FNC, nos termos do art. 5º, inciso II, desta Lei, desde que os projetos atendam aos critérios estabelecidos no art. 1º desta Lei.

§ 3º As doações e os patrocínios na produção cultural, a que se refere o § 1º, atenderão exclusivamente aos seguintes segmentos: (...)

i) produção ou coprodução de jogos eletrônicos brasileiros independentes, bem como formação de profissionais do setor.

DOCUMENTAÇÃO OBRIGATÓRIA PARA APRESENTAÇÃO DE PROPOSTA DE PRODUÇÃO DE GAME/JOGO ELETRÔNICO:

» *GAME DESIGN DOCUMENT* (GDD) contendo

- Visão Geral (gênero, público-alvo);
- Game Flow (tabela);
- Estilo Estético (resumo);
- Gameplay e Mecânicas;
- Narrativa, ambientação e personagens;
- Interface e Aspectos Técnicos (plataformas de produção, hardware software de desenvolvimento, requerimentos de Rede).

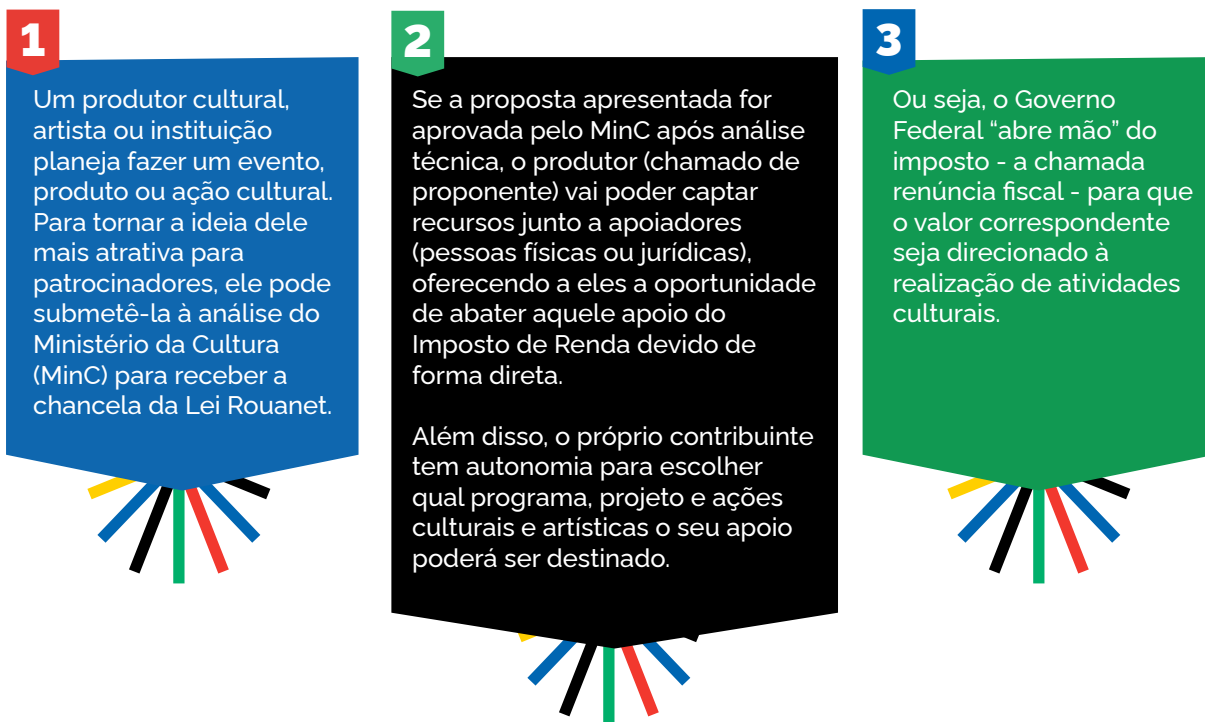
INFORMAÇÕES GERAIS SOBRE A LEI ROUANET:

Como funciona a Lei Rouanet?

A Lei Rouanet funciona como um incentivo fiscal para que empresas e pessoas físicas invistam em projetos culturais. Os proponentes cadastram projetos no Ministério da Cultura (MinC), e se aprovados, podem captar recursos diretamente de incentivadores. Esses incentivadores, em troca, abatem o valor investido no projeto do seu Imposto de Renda:

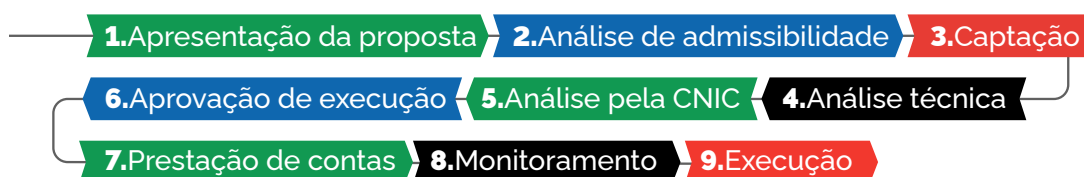
- 6% para pessoas físicas e
- 4% para pessoas jurídicas

COMO FUNCIONA



Com isso, ganha o produtor cultural, ganha o apoiador e ganham os brasileiros, que terão mais opções e mais acesso à cultura do país.

ETAPAS PARA APROVAÇÃO DE PROJETOS

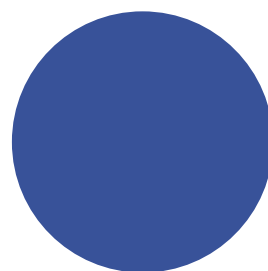
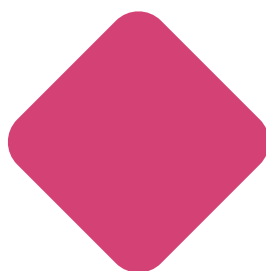
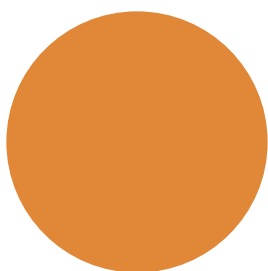


TODOS OS PROJETOS PASSAM PELAS SEGUINTE FASES ATÉ SEREM APROVADOS PARA EXECUÇÃO:

- 1. Apresentação da proposta:** o proponente (responsável pelo projeto) se cadastra no Sistema de Apoio às Leis de Incentivo à Cultura (Salic) e, em seguida, de forma eletrônica, insere uma proposta cultural preenchendo os campos da plataforma.
- 2. Análise de admissibilidade:** o Ministério da Cultura analisa a proposta a partir de critérios objetivos estabelecidos pela Lei, pelo seu Decreto regulamentador e pela Instrução Normativa em vigor. Se admitida, o nome da proposta é publicado no Diário Oficial da União (DOU) e ela se transforma em projeto, ganhando um número de Pronac. A partir daí o proponente recebe autorização para captar recursos com patrocinadores ou doadores.
- 3. Captação:** Cabe ao proponente encontrar as empresas ou pessoas que apoiarão sua ideia. Quando conseguir captar 10% do valor total aprovado, poderá adequar seu projeto à realidade de execução.
- 4. Análise técnica:** Após essa adequação, o projeto é encaminhado à análise técnica por parecerista especializado na área cultural em que o tema está enquadrado.
- 5. Análise pela CNIC:** Com a emissão do parecer técnico, o projeto cultural é apreciado pela Comissão Nacional de Incentivo à Cultura (CNIC), constituída por representantes da sociedade civil ligados às áreas culturais e das entidades vinculadas ao MinC. Saiba mais sobre a CNIC.
- 6. Aprovação de execução:** Com o aval da CNIC, é autorizada a movimentação dos recursos da conta bancária criada especificamente para o projeto, desde que tenham sido captados ao menos 20% do valor total aprovado. A execução da ação cultural também fica liberada.

- 7. Execução:** É a realização do projeto em si. O proponente entra em contato com fornecedores, artistas e outros prestadores de serviço a serem contratados e coloca em prática o espetáculo, show, festival, montagem e visitação de exposições, impressão de livros, etc.
- 8. Monitoramento:** O próprio sistema e a equipe do MinC acompanham os projetos em execução para ajudar a detectar desvios e riscos precocemente, permitindo a adoção de medidas preventivas e corretivas oportunas. O objetivo é garantir transparência e eficiência no uso dos recursos públicos destinados à promoção cultural. Veja mais detalhes de como essa etapa funciona mais abaixo.
- 9. Prestação de contas:** Após o término do projeto, o proponente precisa prestar contas de tudo o que foi realizado: como os recursos foram aplicados, como os objetivos e resultados foram alcançados, quantas pessoas foram atingidas pela proposta, qual foi a contrapartida social oferecida, etc. Tudo deve ser demonstrado por notas fiscais, comprovantes de transferência, panfletos, anúncios, matérias de jornal, fotos e outros meios.

[Acesse aqui o Manual do Proponente da Lei Rouanet para mais informações.](#)



LINHAS DE CRÉDITO DO FUNDO SETORIAL DO AUDIOVISUAL

Os jogos eletrônicos atualmente já podem acessar a Linha de Crédito do Fundo Setorial do Audiovisual – FSA, operacionalizada por meio de agentes financeiros credenciados (BRDE e BNDES), conforme Resolução nº 265, de 19 de junho de 2024, do Comitê Gestor do FSA – CGFSA.

Para o caso dos jogos eletrônicos, o enquadramento se dá na **Modalidade III – Conteúdo e Comercialização**, que abrange os seguintes projetos:

“Planos de negócios com foco em desenvolvimento, produção, comercialização e internacionalização de conteúdos audiovisuais brasileiros, incluindo jogos eletrônicos, além da capacitação, formação e qualificação de profissionais e empresas”

Modalidade de financiamento e condições: Crédito reembolsável

As operações de crédito exigem garantias, conforme os critérios de risco adotados pelos agentes financeiros.

As condições de pagamento são:

- » TAXA: TR + 2,0% ao ano;
- » PRAZO TOTAL: até 8 anos;
- » CARÊNCIA: até 2 anos;

Critérios de elegibilidade:

- » Empresas brasileiras com registro regular na ANCINE, conforme §1º do art. 1º da Medida Provisória nº 2.228-1/2001;
- » Projetos vinculados às cadeias produtivas do setor audiovisual, incluindo jogos eletrônicos;
- » Atendimento às diretrizes técnicas e financeiras estabelecidas pelos agentes financeiros (BRDE ou BNDES);

- » Valor mínimo da operação: R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais); e
- » Participação do FSA: até 90% do investimento financiável.

Itens financiáveis do projeto:

- » Despesas relativas ao desenvolvimento, produção e retenção de propriedade intelectual, comercialização de conteúdo audiovisual brasileiro, incluindo jogos eletrônicos, além de despesas com marketing, internacionalização, treinamento e capacitação.

Requisitos técnicos e documentais:

- » Apresentação do "Formulário e Orçamento para Aprovação de Enquadramento - Linha de Crédito do FSA" ([link](#))
- » Envio do Projeto, contendo uma descrição detalhada da proposta;
- » Apresentação de Plano de Negócios detalhado (Modelo de Plano de Negócios);
- » Regularidade fiscal das empresas proponentes;
- » Demonstrações financeiras e documentos específicos conforme exigência do agente financeiro no processo de análise de crédito e;
- » Os projetos deverão se adequar aos objetivos e itens financiáveis definidos na Resolução CGFSA nº 265.

Etapas e prazos do processo seletivo:

- » Trata-se de uma Linha de Fluxo contínuo (os projetos são contemplados à medida que são recebidos e analisados);
- » [Os projetos devem ser encaminhados por meio do protocolo digital da ANCINE.](#)
- » A ANCINE irá realizar a triagem documental e prosseguirá com a análise de enquadramento da proposta. Nesse momento,

poderão ser realizadas diligências solicitando esclarecimentos e/ou documentos complementares. A análise de enquadramento irá verificar a adequação do projeto às regras estabelecidas pela Resolução do CGFSA nº 265/2024. Entre outros, serão analisados os seguintes requisitos:

- Elegibilidade da proponente;
 - Valores solicitados e percentual máximo de financiamento;
 - Compatibilidade dos itens financiáveis com o regulamento da Linha de Crédito;
 - Conformidade do projeto apresentado com os objetivos da Linha de Crédito;
 - Adequação ao Plano de Negócios apresentado e;
 - Adimplência da proponente perante a ANCINE e regularidade no CADIN.
- » Após o enquadramento pela ANCINE, segue-se a análise de crédito pelo agente financeiro e posterior contratação. As operações de até R\$10 milhões são conduzidas pelo BRDE e, acima desse valor, prioritariamente pelo BNDES.
- Na análise de crédito serão verificados pelos Agentes Financeiros aspectos cadastrais, capacidade de pagamento, suporte patrimonial, eventuais garantias oferecidas, entre outros fatores e;
 - Na definição dos prazos de carência e de amortização serão observadas pela ANCINE e pelos Agentes Financeiros as características do projeto, especialmente no que se refere ao seu prazo de execução.

[Maiores informações sobre a Linha de Crédito do FSA e instruções sobre o processo de apresentação de projetos.](#)

EMENDAS PARLAMENTARES

Você sabia que os eventos de games, ações formativas e mesmo a produção de jogos eletrônicos também podem ser viabilizados por intermédio de emendas parlamentares?

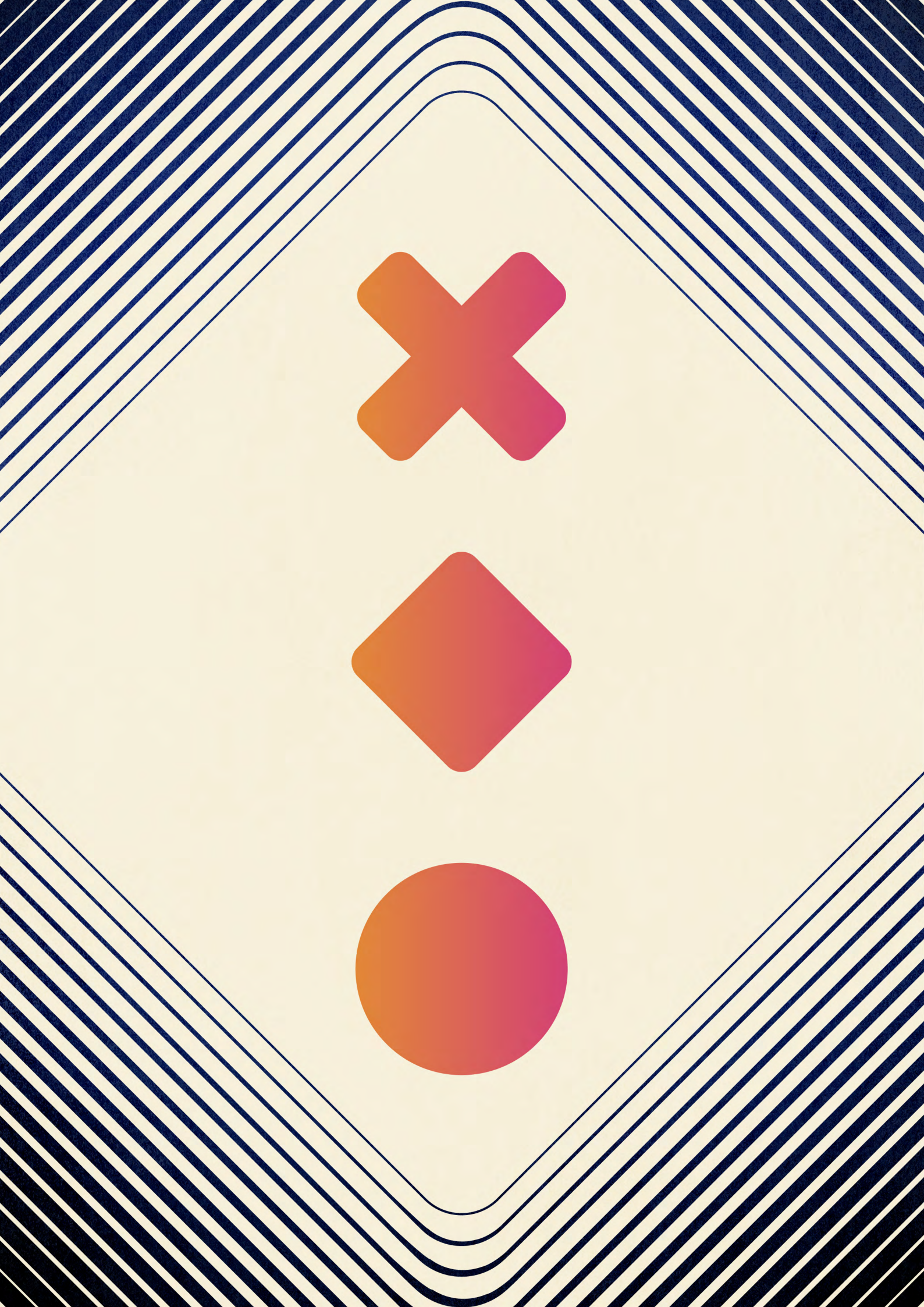
As emendas parlamentares constituem relevante expressão da atuação parlamentar, por meio da qual os congressistas buscam garantir a alocação e a execução dos recursos orçamentários federais em ações de relevância social, econômica e política.

Os beneficiários das emendas parlamentares podem ser órgãos ou entidades da administração pública direta ou indireta da União, dos Estados, dos Municípios ou do Distrito Federal, consórcio público, organização da sociedade civil ou serviço social autônomo, com os quais podem ser celebrados Convênios, Termos de Fomento, Contratos de Repasse, Termos de Colaboração ou Termos de Execução Descentralizada.

Os projetos oriundos de emendas parlamentares podem ter diversos públicos como beneficiários, dentre os quais podemos destacar comunidades periféricas, alunos de instituições públicas de ensino e jovens e adultos que tenham interesse na área audiovisual.

Converse com os parlamentares do seu território e verifique a possibilidade de parcerias e ações do segmento de games a serem desenvolvidas por intermédio de emendas parlamentares.

[Acesse a Cartilha Parlamentar MinC 2026.](#)





MECANISMOS DE PROJEÇÃO E INTERNACIONALIZAÇÃO DOS JOGOS ELETRÔNICOS

Além do fomento voltado à produção de jogos eletrônicos, destacam-se, ainda, ações desenvolvidas pelo Governo Federal em parceria com a sociedade civil organizada com foco na internacionalização e na projeção dos jogos eletrônicos brasileiros.

Nesse sentido, destacam-se as ações de internacionalização promovidas pelo Brazil Games Export Program e pelo Programa Diplomacia da Inovação (PDI), apresentadas a seguir:

PROGRAMA DIPLOMACIA DA INOVAÇÃO (PDI) DO MINISTÉRIO DAS RELAÇÕES EXTERIORES (MRE)

O Ministério das Relações Exteriores reconhece o setor de jogos eletrônicos como componente importante do ecossistema de inovação brasileiro. O Brasil ocupa a décima posição no mercado global e a primeira na América Latina, com mais de 100 milhões de jogadores. O setor movimenta R\$13 bilhões, registra faturamento anual de R\$1,2 bilhão e apresenta grande potencial para internacionalização. A quantidade de empresas desenvolvedoras brasileiras cresceu mais de 400% na última década, passando de 200, em 2014 para mais de mil, em 2023. Os dados fazem parte da 2ª Pesquisa da Indústria Brasileira de Games (2023), realizada

pela Associação Brasileira de Desenvolvedoras de Jogos Digitais (Abragames) em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil). O estudo constatou que 58% das desenvolvedoras realizam vendas internacionais e 9% possuem filiais no exterior. O potencial para uma maior internacionalização desse segmento da indústria brasileira é, portanto, muito relevante.

Nesse contexto, o MRE promove a internacionalização do setor de jogos eletrônicos por meio de iniciativas de **diplomacia da inovação**. A diplomacia da inovação busca promover a inserção estratégica de um país no cenário internacional de ciência, tecnologia e inovação (CTI) por meio da internacionalização de seus ecossistemas de inovação e da busca por parcerias internacionais com foco na inovação tecnológica. Em outras palavras, a diplomacia da inovação utiliza as ferramentas da diplomacia para fortalecer os sistemas de inovação dos países e aumentar sua competitividade na arena global.

O objetivo é aproximar esses diversos setores para promover a transferência de tecnologia, incentivar o desenvolvimento de empresas de base tecnológica, atrair projetos de pesquisa, desenvolvimento e inovação e criar soluções inovadoras para os desafios globais e para a melhora das condições de vida da população brasileira.

A internacionalização de ecossistemas de inovação é um componente importante da diplomacia da inovação. Entende-se como a atividade de conectar os ecossistemas de inovação domésticos com os ecossistemas mais dinâmicos e desenvolvidos no exterior, de forma a permitir que startups, empresas, universidades e outros atores dos ecossistemas brasileiros locais possam expandir suas redes de contato, acessem novos mercados, atraiam investimentos e se beneficiem do intercâmbio de conhecimento, conhecimentos de tendências, rotas tecnológicas e experiências com outros países.

Com este pano de fundo, o Itamaraty lançou, em 2017, o **Programa Diplomacia da Inovação (PDI)**, que tem o objetivo de quebrar estereótipos vinculados à imagem do Brasil no exterior e promover a imagem de país que produz conhecimento, produtos e serviços em setores da fronteira tecnológica. O PDI reúne as atividades de promoção tecnológica desenvolvidas pelas embaixadas e consulados do Ministério das Relações Exteriores no exterior, orientadas por três missões institucionais:

- » Promoção da imagem do Brasil como nação inovadora;
- » Fomento de conexões entre parceiros brasileiros e estrangeiros;
- » Engajamento de agentes dos ecossistemas de inovação brasileiros em processos de internacionalização.

As ações realizadas pelo Programa Diplomacia da Inovação incluem:

- » Mapeamentos de ambientes promotores de inovação no exterior;
- » Estudos de mercado e de tecnologias;
- » Missões tecnológicas;
- » Programas de incubação e aceleração cruzada;
- » Participação em feiras tecnológicas;
- » Campanhas de mídia;
- » Oportunidades de matchmaking.

**Mapeamentos
de Ambientes
Promotores de
Inovação**



**Estudos de
Mercado e
Tecnologias**



**Missões
tecnológicas**



**Programas de
Incubação e
Aceleração
Cruzada**



**Feiras
Tecnológicas**



**Mercados não
tradicionais**



**Projetos em
expansão**

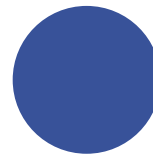
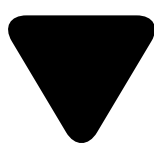
O PDI possui diversas iniciativas voltadas à promoção e internacionalização do setor brasileiro de jogos eletrônicos, abaixo detalhadas:

PANORAMA INTERNACIONAL DE MERCADO DE JOGOS ELETRÔNICOS

Com o objetivo de projetar o ecossistema nacional de games no exterior, as embaixadas e consulados do Brasil no exterior realizaram levantamento de informações acerca dos mercados de jogos eletrônicos, com vista a apoiar processos de internacionalização de empresas de base tecnológica brasileiras do setor. Essas informações encontram-se consolidadas no “**Panorama Internacional de Mercado de Jogos Eletrônicos**”, estudo publicado em 2022 e atualizado em 2025, que contém dados sobre o mercado de games de mais de 60 países.

O relatório serve como um guia para os inovadores brasileiros em processo de internacionalização. Para cada país ou região, o relatório informa dados sobre os principais estúdios e publicadoras; os veículos da imprensa especializada em games e os influenciadores de relevo; os eventos específicos do setor de games; assim como associações, clusters e outros ambientes de

inovação voltados especificamente para o setor. Fornece, ainda, informações analíticas, esclarecendo o perfil do consumidor local, as medidas governamentais de apoio para o setor de games, além da avaliação de cada missão diplomática sobre as oportunidades que aquele ecossistema oferece para desenvolvedores brasileiros.



[Acesse o Panorama Internacional de Mercados de Jogos Eletrônicos.](#)

PARTICIPAÇÃO EM FEIRAS INTERNACIONAIS

Além da produção de material de inteligência, as embaixadas e consulados do Brasil no exterior apoiam e desenvolvem eventos de promoção tecnológica em suas respectivas jurisdições. O Programa Diplomacia da Inovação participa ativamente de feiras globais, como Web Summit (Lisboa), South Summit (Madri), Viva Technology (Paris) e SWITCH (Singapura). Entre as feiras de jogos eletrônicos, destacam-se a **Game Developers Conference** (São Francisco), a **Gamescom** (Colônia) e a **Gamescom latam** (São Paulo).

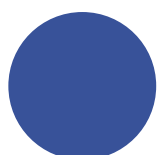


Em 2025, o Consulado-Geral do Brasil em São Francisco prestou apoio à delegação brasileira participante da **Game Developers Conference (GDC)**. A GDC, que já ocorre há 30 anos, é o principal evento anual dedicado a profissionais da indústria de jogos

eletrônicos, reunindo desenvolvedores, artistas, programadores, investidores e entusiastas para compartilhar conhecimentos e inovações no campo do desenvolvimento de jogos. Em 2025, o GDC atraiu cerca de 30 mil visitantes, que participaram de mais de 725 eventos e visitaram 400 estandes de mais de cem países. Coordenada pela APEX e Abragames, a delegação brasileira foi composta por cerca de 200 integrantes representando cerca de 50 startups brasileiras do setor.

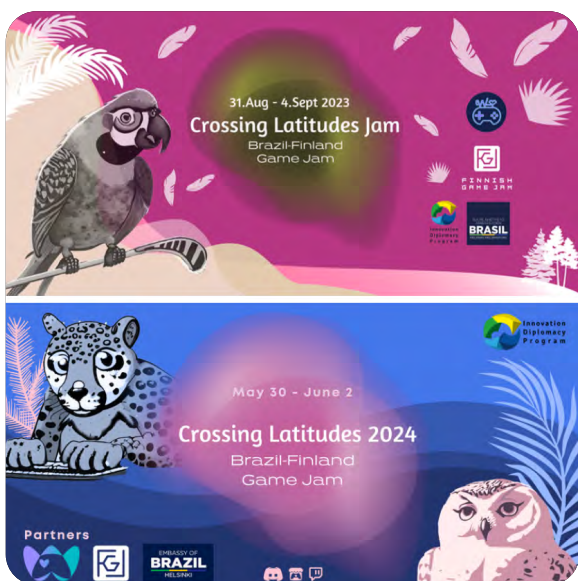
ENCONTROS DE DESENVOLVEDORES BRASILEIROS NO EXTERIOR

O Programa Diplomacia da Inovação promove também a conexão entre brasileiros desenvolvedores de games que vivem no exterior. Em 2024, foi realizado o encontro de **Game Devs Brasileiros em Vancouver**, com o objetivo de fortalecer as relações profissionais entre Brasil e Canadá e construir conexões entre brasileiros desenvolvedores vivendo em Vancouver. O evento abordou os principais desafios e oportunidades da indústria de games no Brasil e no Canadá, incluindo diálogos sobre as dificuldades para entrar no mercado de games no país, dicas sobre como começar a empreender e diferenças entre a contratação no Brasil e no Canadá.

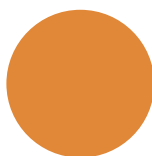
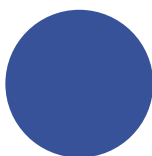


CROSSING LATITUDES GAME JAM

A **Crossing Latitudes Game Jam** foi uma game jam de caráter colaborativo organizada pelas Embaixadas do Brasil em Helsinque e em Haia, em parceria com as associações finlandesas Finnish Game Jam e W Love Games. O evento ofereceu uma oportunidade de colaboração multicultural no desenvolvimento de jogos, com desenvolvedores de diversas partes do mundo se reunindo para criar jogos em equipes internacionais, em um espaço promotor de diversidade e intercâmbio cultural. Em três edições, a Crossing Latitudes já contou com a participação de desenvolvedores residentes no Camarões, na Colômbia, nos Estados Unidos, na Itália, no Peru e na República Tcheca, além dos representantes do Brasil e da Finlândia.



[Saiba mais sobre o Programa Diplomacia da Inovação.](#)



BRAZIL GAMES EXPORT PROGRAM/APEXBRASIL E ABRAGAMES

O Projeto Setorial de Exportação Brazil Games é um programa sem fins lucrativos, criado pela Abragames (Associação Brasileira das Desenvolvedoras de Games) em parceria com a ApexBrasil (Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos), com o objetivo de fortalecer a indústria brasileira de jogos digitais, capacitando e criando novas oportunidades de negócios para as empresas brasileiras no mercado internacional.

ESCOPO DO BRAZIL GAMES:

- » Promoção internacional das empresas desenvolvedoras de jogos digitais;
- » Apoio na divulgação de produtos no mercado internacional;
- » Capacitação das empresas nacionais desenvolvedoras e distribuidoras para o entendimento dos modelos de negócios do mercado internacional;
- » Apoio para participar dos principais mercados internacionais;
- » Stand brasileiro em feiras de negócios internacionais;
- » Rodadas Internacionais de Negócios no Brasil: Projeto Comprador BIG Festival;
- » Presença das empresas nos materiais de divulgação desenvolvidos pelo projeto;
- » Trabalho de PR e posicionamento de matérias junto a imprensa internacional;
- » Newsletters;
- » Estudos de Mercado;
- » Consultorias especializadas;
- » Planejamento Estratégico do setor de desenvolvimento de Jogos Digitais visando estabelecer metas e ferramentas para

fortalecer o desenvolvimento de jogos no Brasil e a conquista de mercados internacionais;

- » Apoio técnico e financeiro para registro de software junto ao INPI e a órgãos internacionais de propriedade intelectual;
- » Guia de registro e proteção internacional de IP (EUA, UE, Coreia, Japão, Canadá, entre outros);
- » Roteiro de acesso aos programas de internacionalização com etapas, prazos e critérios claros;
- » Indicadores de resultado (delegações, exportações, coproduções, bolsas, intercâmbios).

COMO PARTICIPAR:

Podem integrar o Projeto Setorial de Exportação Brazil Games as empresas brasileiras desenvolvedoras de serviços e produtos ligados à indústria de Jogos Digitais, em território nacional, que tenham por objetivo a internacionalização de suas atividades, porém o aceite no Projeto depende de análise prévia do perfil da empresa.

Fazer parte do Projeto Brazil Games não garante a participação da empresa em todas as atividades do Projeto. Há número limitado de credenciais para cada evento apoiado pelo Brazil Games e perfis diferentes de maturidade exportadora das empresas que serão atendidas. O "Questionário de Segmentação", solicitado a todas as empresas entrantes e às empresas já associadas, é de preenchimento obrigatório.

Para participar do Brazil Games a empresa deve escolher o Plano Global, Embaixador ou Afiliado da Atragames, ou então associar-se apenas ao Projeto Brazil Games.

Saiba mais em:

**[Atragames - Manual do Projeto Setorial de Exportação
Brazil Games](#)**

[Acesse aqui o Manual de Contrapartidas do Projeto Brazil Games.](#)



EVENTOS DE BUSINESS DO SEGMENTO DE GAMES NO MUNDO

O mapeamento a seguir apresenta eventos internacionais direcionados ao Ecossistema de Jogos Digitais catalogados e foi desenvolvido pelo Doutor Pedro Zambon, a partir de consultoria encomendada pelo Ministério da Cultura:

Foram considerados eventos:

- A.** B2B (Business-to-Business), focados em estímulo à promoção de transações comerciais entre empresas e;
- B.** B2B2C (Business-to-Business-to-Consumer), eventos que tanto promovem reuniões de negócio, como promoção de jogos para o público final.

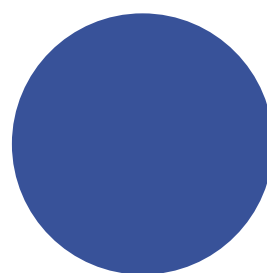
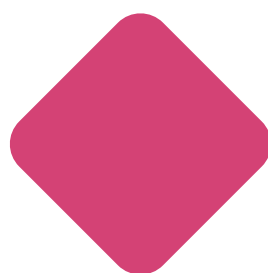
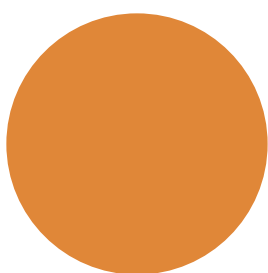
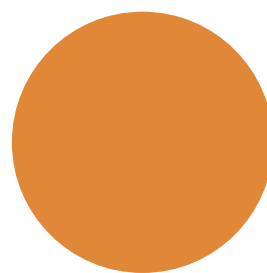
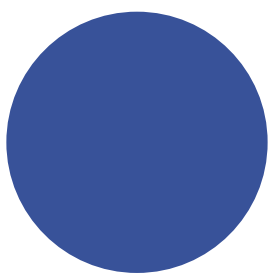
Mês	Nome do evento	URL	Local	Região	Tipo
Janeiro	PG Connects London	https://www.pgconnects.com/london/	Londres - Reino Unido	Europa	B2B
Janeiro	Umea Game Conference	https://ugconf.se/	Umea - Suécia	Europa	B2B
Janeiro	Asia Pacific Game Summit (APGS)	https://tgs.tca.org.tw/apgs/index.php?lang=e	Taipei - Taiwan	Ásia	B2B
Fevereiro	GameDev Summit	https://gamedevsummit.co/	Boracay - Filipinas	Ásia	B2B
Fevereiro	Gamesforum Barcelona	https://www.globalgamesforum.com/barcelona/	Barcelona - Espanha	Europa	B2B
Fevereiro	WN Conference - Abu Dhabi	https://wnconf.com/	Abi Dhabi - Emirados Árabes	Ásia	B2B
Fevereiro	DICE Summit	https://www.dicesummit.org/	Nevada - USA	América do Norte	B2B
Fevereiro	Devcom Leadership Summit	https://www.devcom.global/	Lisboa - Portugal	Europa	B2B
Fevereiro	Enjmin Game Confereces (EGC)	https://enjmin.cnam.fr/enjmin-game-conferences/2025-programme-1515683.kjsp	Angoulême - França	Europa	B2B
Fevereiro	DevGAMM Gdansk Conference	https://devgamm.com/gdansk2025	Gdansk - Polônia	Europa	B2B
Fevereiro	GameDev Summit (GDS)	https://www.gamedevsummit.co/	Clark - Filipinas	Ásia	B2B
Fevereiro	Boden Game Changer	https://www.bodengamechanger.se/	Boden - Suécia	Europa	B2B
Março	HIT Games Conference - Istambul	https://hgconf.com/istanbul-2025	Istambul - Turquia	Europa	B2B
Março	GDC - The Game Developers Conference	https://gdconf.com/	São Francisco - EUA	América do Norte	B2B
Abril	Games Gathering Conference	https://www.ggconference.com/en/conference/games-gathering-2025-lviv/	Lviv Odesa e Kiev - Ucrânia	Europa	B2B
Abril	FIS Games Summit	https://ardan.ie/events/fis-games-summit/	Galway - Irlanda	Europa	B2B
Abril	Game Accessibility Conference	https://www.gaconf.com/	Londres/ Online	Europa	B2B
Abril	Reboot Develop Blue	https://rebootdevelopblue.com/	Dubrovnik - Croácia	Europa	B2B
Abril	Addon	https://addon.events/en/	Rennes - França	Europa	B2B

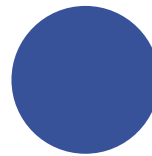
Abril	LA Games Conference	https://lagamesconference.com/	Los Angeles - EUA	América do Norte	B2B
Maio	PAX East	https://east.paxsite.com/	Boston - EUA	América do Norte	B2B
Maio	Gamescom Latam	https://latam.gamescom.global/en/home/	São Paulo - Brasil	América Latina	B2B2C
Maio	Nordic Game	http://nordicgame.com/	Malmö - Suécia	Europa	B2B
Maio	GameExpo Summit by PG Connects	https://www.pgconnects.com/dubaigameexposummit/	Dubai - Emirados Árabes	Ásia	B2B
Maio	Digital Dragons Conference	https://digitaldragons.pl/en/	Cracóvia - Polónia	Europa	B2B
Maio	Games Beat	https://gbs.gamesbeat.com/	Los Angeles - EUA	América do Norte	B2B
Maio	Indigo	https://indigoshowcase.nl/	Rotterdam - Países Baixos	Europa	B2B
Maio	For The Win	https://ftwconference.com/	Belgrado - Sérvia	Europa	B2B
Maio	GDCy Fest	https://gdcy.eu/	Limassol - Chipre	Europa	B2B
Maio	Game Access	https://game-access.com/conference/	Brno - Tchéquia	Europa	B2B
Junho	Pocket Gamer Connects Barcelona	https://www.pgconnects.com/barcelona/	Barcelona - Espanha	Europa	B2B
Junho	Dev.Play	https://dev-play.ro/	Bucareste - Roménia	Europa	B2B
Junho	Gamesforum Hamburg	https://www.globalgamesforum.com/hamburg	Hamburg - Alemanha	Europa	B2B
Junho	First Playable	https://firstplayable.it/	Florença - Itália	Europa	B2B
Julho	Pocket Gamer Connects Summit Shanghai	https://www.pgconnects.com/summit-shanghai/	Shanghai - China	Ásia	B2B
Julho	Video Game Law Summit - Shanghai	https://www.tickettailor.com/events/vgba/1669910	Shanghai - China	Ásia	B2B
Junho	XP Game Summit	https://xpgamesummit.com/	Toronto - Canada	América do Norte	B2B
Junho	Game Camp	https://gamecamp.fr/en/home/	Lille - França	Europa	B2B
Junho	Portside Game Assembly	https://portsideassembly.com/	Hamburg - Alemanha	Europa	B2B

Junho	Black Sea Game Summit	https://bsgs.bg/	Burgas - Bulgária	Europa	B2B
Junho	Mythique Summit	https://www.mythique-summit.com/	Mykonos - Grécia	Europa	B2B
Julho	Phillipine GameDev Expo	https://pgdx.ph/	Manila - Filipinas	Ásia	B2B2C
Agosto	Gamescom	https://www.gamescom.global/en	Colônia - Alemanha	Europa	B2B2C
Agosto	ChinaJoy	https://en.chinajoy.net/#/englishPage/englishHome?language=En&	Shangai - China	Ásia	B2B2C
Setembro	DICE Europe	https://www.diceeurope.org/	Edinburgo - Escócia	Europa	B2B
Setembro	Gamesforum London	https://www.globalgamesforum.com/london	Londres - Reino Unido	Europa	B2B
Setembro	Northern Game Summit	https://northerngamesummit.com/	Kajaani - Finlândia	Europa	B2B
Setembro	HIT Games Conference Hanoi	https://hgconf.com/hanoi-2025	Hanoi - Vietnã	Ásia	B2B
Setembro	NZGDC	https://www.nzgdc.com/	Wellington - Nova Zelândia	Oceania	B2B
Setembro	PAX West	https://west.paxsite.com/en-us.html	Seattle - EUA	América do Norte	B2B2C
Setembro	XDS - External Development Summit	https://xdsummit.com/	Vancouver - Canadá	América do Norte	B2B
Setembro	Tokyo Game Show	https://tgs.cesa.or.jp/en	Tóquio - Japão	Ásia	B2B2C
Outubro	NEXUS Games Conference	https://nexusdublin.ie/	Dublin - Irlanda	Europa	B2B
Outubro	IGDA Leadership Day	https://www.finnishgamesweek.com/	Helsinki - Finlândia	Europa	B2B
Outubro	GCAP - Games Connect Asia Pacific	https://gcap.com.au/	Melbourne - Austrália	Oceania	B2C
Outubro	Pocket Gamer Connects Helsinki	https://www.pgconnects.com/helsinki/	Helsinki - Finlândia	Europa	B2B
Outubro	W Love Games	https://www.wlovegames.org/	Helsinki - Finlândia	Europa	Festival
Outubro	BGS - Brasil Game Show	https://www.brasilgameshow.com.br/	São Paulo - Brasil	América do Sul	B2B2C
Outubro	Gamescom Asia	https://gamescom.asia/	Bangkok - Tailândia	Ásia	B2B2C

Outubro	Game Conference MX	https://www.gameconferencemx.com/	Guadalajara - México	América Latina	B2B
Outubro	GiC - Games Industry Conference	https://gic.gd/	Poznan - Polónia	Europa	B2B
Outubro	Games Executive Summit Europe	https://gamesexecutivesummit.com/	Luces - Espanha	Europa	B2B
Outubro	Pocket Gamer Connects Summit Korea	https://www.pgconnects.com/summit-korea/	Goyang - Coreia do Sul	Ásia	B2B
Outubro	Games Industry Law Summit	https://gameslawsummit.org/	Porto - Portugal (itinerante)	Europa	B2B
Outubro	Game Dev Days	https://gamedevdays.com/	Graz - Austria	Europa	B2B
Outubro	IGDX	https://www.igdx.id/	Bali - Indonesia	Ásia	B2B
Outubro	PlayCon	https://playcon.eu/	Ta'Qali - Malta	Europa	B2B2C
Outubro	Game Dev Revolution	https://gamedevrev.com/	Skópia - Macedônia do Norte	Europa	B2B
Outubro	Mobidictum Conference	https://mobidictum.com/events/mobidictum-conference-2025/	Istambul - Turquia	Europa	B2B
Outubro	Paris Game Biz	https://parisgamebiz.com/	Paris - França	Europa	B2B
Outubro	Games Executive Conference	https://gamesexecutivesummit.com/	Espanha	Europa	B2B
Novembro	DevGAMM Lisbon Conference	https://devgamm.com/portugal2025/lisbon/	Lisboa - Portugal	Europa	B2B
Novembro	Pocket Gamer Connects Aqaba	https://www.pgconnects.com/jordan/	Aqaba - Jordânia	Ásia	B2B
Novembro	MIGS	https://migs.biz/fr/	Montreal - Canada	América do Norte	B2B
Novembro	Games Ground	https://www.gamesground.de/	Berlin - Alemanha	Europa	B2B2C
Novembro	G-STAR	https://gstar.or.kr/eng	Busan - Coreia	Ásia	B2B2C
Novembro	Indie Developers Conference	https://indiedevconf.jp/	Tóquio - Japão	Ásia	B2B
Novembro	IGDC - India Game Developers Conference	https://indiagdc.com/	Chennai - India	Ásia	B2B2C
Novembro	Level UY	https://www.leveluy.com/	Montevideo - Uruguai	América Latina	B2B

Novembro	Expovit	https://www.expovitcr.com/index.html	San José - Costa Rica	América Latina	B2B
Novembro	CiGA Developer Conference	https://www.cigadc.com/english	Shangai - China	Ásia	B2B
Novembro	EVA - Exposicion Videojuegos Argentina	https://expoeva.com/en/	Buenos Aires - Argentina	América Latina	B2B
Novembro	GAMACON	https://gamacon.mx/	Mexicali - Mexico	América Latina	B2B
Dezembro	Africa Games Week	https://gamesweek.africa/	Cidade do Cabo - África do Sul	Ásia	B2B
Dezembro	Pocket Gamer Connects Summit Canary Islands	https://www.pgconnects.com/summit-canary-islands/	Las Palmas - Gran Canária	Europa	B2B





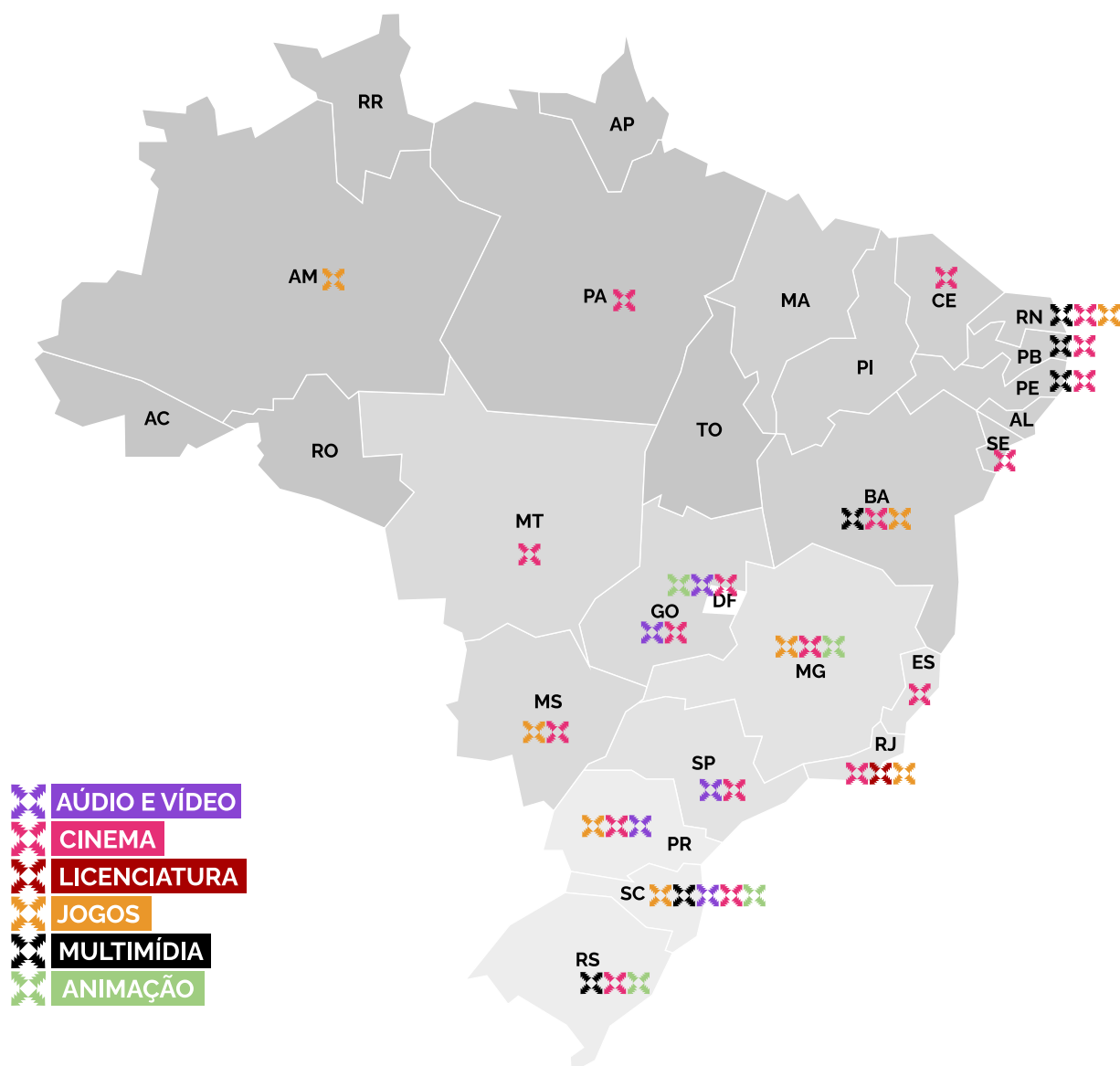
FORMAÇÃO EM JOGOS ELETRÔNICOS

O Ministério da Cultura divulgou a pesquisa **Mapeamento da Estrutura de Formação Audiovisual no Brasil**, desenvolvida a partir de pesquisa realizada em parceria com a Organização de Estados Ibero-americanos por intermédio do Termo de Referência nº 10410 (Edital nº 271/2024), OEI/BRA/22/002 – Fortalecimento dos instrumentos das Políticas para o Setor Cultural, pela Consultora Paula Alves.

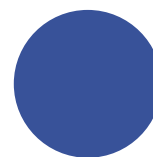
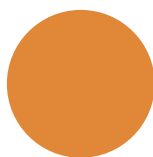
O estudo visa levantar informações sobre os cursos de formação em cinema e audiovisual de instituições de ensino federais em atividade no Brasil.

O mapeamento apresenta a distribuição de cursos de Games na esfera Federal, conforme destaques a seguir:

Sigla	Instituição	Curso	Tipo de Curso	Duração
IFAM	Instituto Federal do Amazonas	Jogos Digitais	Técnico Subsequente	3 semestres
IFB	Instituto Federal de Brasília	Animação	Técnico Subsequente	3 semestres
IFBA	Instituto Federal da Bahia	Jogos Digitais	Superior Tecnólogo	2,5 anos
IFMS	Instituto Federal de Mato Grosso do Sul	Jogos Digitais	Superior Tecnólogo	3 anos
IFPR	Instituto Federal do Paraná	Jogos Digitais	Técnico Integrado	4 anos
IFRJ	Instituto Federal do Rio de Janeiro	Jogos Digitais	Superior Tecnólogo	3 anos
IFRN	Instituto Federal do Rio Grande do Norte	Jogos Digitais	Técnico Integrado	4 anos
IFTM	Instituto Federal do Triângulo Mineiro	Jogos Digitais	Técnico Subsequente	3 semestres
UFPEL	Universidade Federal de Pelotas	Design de Jogos	Bacharelado	4 anos
UFSC	Universidade Federal de Santa Catarina	Animação	Bacharelado	3,5 anos



[Acesse aqui a íntegra do Mapeamento da Estrutura de Formação Audiovisual no Brasil.](#)



CONCLUSÃO

GAME É CULTURA! GAME É AUDIOVISUAL!

Certamente ainda há muito a ser feito para fomentar cada vez mais o potente segmento do audiovisual que são os jogos eletrônicos! O Brasil possui um mercado consumidor relevante e está preparado para jogar, cada vez mais, títulos desenvolvidos no país — contando nossas histórias, transmitindo nossas narrativas e difundindo a cultura brasileira por meio de celulares, consoles e computadores, no Brasil e no mundo. Este manual representa um marco na consolidação dos jogos eletrônicos como expressão cultural e audiovisual no país. Ao sistematizar os mecanismos federais de financiamento, formação e internacionalização, ele busca orientar os agentes do setor e afirmar o compromisso do Estado brasileiro com a valorização dos games como linguagem artística, espaço de inovação e componente estratégico da economia criativa.

A partir do reconhecimento legal e institucional dos jogos como obras audiovisuais interativas, o documento evidencia que o Brasil já dispõe de instrumentos para fomentar o setor. Esses mecanismos, quando articulados com políticas de formação e com a regulamentação do Marco Legal dos Games, têm o potencial de transformar o ecossistema nacional de desenvolvimento de jogos em um campo dinâmico, plural e competitivo internacionalmente.

Como política pública, este manual cumpre uma função estratégica: democratizar o acesso à informação, reduzir barreiras técnicas e promover a inclusão de novos agentes no circuito produtivo dos

games. Como instrumento técnico, ele oferece diretrizes e caminhos para que coletivos, estúdios, desenvolvedores e instituições possam planejar, financiar e internacionalizar suas criações.

Assim, este manual é um convite à ação. O desejo é que ele inspire políticas públicas mais integradas, projetos inovadores e trajetórias criativas que reflitam a diversidade cultural brasileira. Para que, assim, os games, reconhecidos como cultura e audiovisual, ocupem seu lugar nas políticas estruturantes do país, como expressão artística, como tecnologia, como memória e como futuro.

O Ministério da Cultura, por meio da Secretaria do Audiovisual, reafirma seu compromisso de ampliar, qualificar e regulamentar o apoio público ao segmento de jogos eletrônicos, promovendo o diálogo com a sociedade civil, o setor produtivo e as instituições de ensino, com vistas à construção de uma política nacional para games que seja democrática, descentralizada e transformadora.

Que este manual seja, portanto, um ponto de partida e não de chegada, um instrumento que inspire, informe e impulsione novas ideias, projetos e trajetórias criativas diversas, em todas as regiões do país.



ANEXO I

GLOSSÁRIO TÉCNICO-CULTURAL DO SETOR DE GAMES

1. Termos de Desenvolvimento e Produção

Alfa (Alpha): Primeira versão funcional de um jogo, ainda incompleta, geralmente contendo todos os sistemas centrais, mas com bugs e placeholders. Serve para testes estruturais.

Beta: Versão mais avançada do jogo, já com conteúdo praticamente completo, usada para testes de estabilidade, balanceamento e identificação de problemas antes do lançamento.

Build: Versão compilada e executável do jogo, gerada durante o processo de desenvolvimento para testes internos ou externos.

Vertical Slice: Recorte jogável totalmente finalizado que representa a experiência completa do jogo em pequena escala — arte, gameplay, música, narrativa, UI e performance final. Usado em pitch, captação e editais.

Prototype (Protótipo): Versão inicial e experimental de um jogo, criada para validar mecânicas e hipóteses de design. Geralmente curta e com visual simples.

Core Loop: Conjunto de ações principais que o jogador repete continuamente ao longo da experiência do jogo (ex.: "explorar → coletar → melhorar → repetir"). Define o engajamento central.

Gameplay: Conjunto de interações, mecânicas, desafios e respostas do jogo que compõem a experiência do jogador.

Game Engine: Software-base que fornece ferramentas para criação de jogos (ex.: Unity, Unreal Engine, Godot).

Devkit (Development Kit): Kit oficial fornecido por fabricantes de console (Nintendo, Sony, Microsoft) para desenvolver, testar e enviar jogos para suas plataformas.

SDK (Software Development Kit) : Conjunto de bibliotecas, ferramentas e documentação que permite integração de serviços externos (pagamento, anúncios, analytics, multiplayer etc.).

UI (User Interface): Interface do usuário: menus, botões, HUD e elementos visuais de navegação.

UX (User Experience): Experiência do usuário: fluxo, usabilidade, clareza de informações e facilidade de interação.

Polish: Fase final do desenvolvimento para melhorar visuais, áudio, comportamento, animações e detalhes.

Assets: Elementos gráficos, sonoros ou textuais utilizados no jogo (sprites, modelos 3D, trilhas, animações, fontes etc.).

2. Termos de Design, Narrativa e Arte

Game Design Document (GDD): Documento técnico que descreve mecânicas, sistemas, regras, narrativa, arte, fluxo e estrutura do jogo.

Game Bible: Documento mais amplo que o GDD, consolidando visão, identidade, estética, história, personagens e diretrizes criativas gerais.

Level Design: Planejamento, criação e balanceamento de níveis, mapas, fases ou ambientes de jogo.

Narrativa Interativa: Estrutura narrativa que responde às escolhas e ações do jogador.

Atlas / Sprite Sheet: Arquivos que agrupam múltiplos elementos gráficos em uma única imagem para otimização.

Concept Art: Arte conceitual inicial que define estilo, atmosfera e direção visual do jogo.

3. Termos de Produção, Gestão e Metodologias

Sprint: Período de trabalho definido (geralmente 1–4 semanas) para entrega de tarefas específicas em metodologias ágeis.

Backlog: Lista priorizada de tarefas, funcionalidades e melhorias.

Milestone: Marco importante do projeto com entregas específicas (ex.: protótipo, vertical slice, beta).

Pipeline: Fluxo organizado de produção (arte → implementação → teste → revisão etc.).

QA (Quality Assurance): Processo de testes para identificar bugs, falhas e problemas de jogabilidade.

Bug Tracking: Sistema de rastreamento e controle de erros e ajustes

4. Termos de Publicação, Mercado e Distribuição

Porting: Adaptação de um jogo para outra plataforma (ex.: PC → console).

Store Page / Landing Page: Página de apresentação do jogo em loja digital, com trailer, screenshots e descrição.

ASO (App Store Optimization): Otimização para melhorar visibilidade e conversão em lojas mobile (Google Play, iOS App Store).



LiveOps: Operações contínuas para manter um jogo vivo após o lançamento (eventos, atualizações, novidades no jogo, comunidade etc...). Sem tempo determinado para acabar, o que garante a cauda longa do projeto.

Monetização: Modelo pelo qual um jogo gera receita (premium, ads, IAP, assinatura).

F2P (Free to Play): Modelo em que o jogo é gratuito, mas oferece monetização adicional.

Premium: Modelo de venda direta por preço fixo.

5. Termos de Cultura Digital e Acessibilidade

Acessibilidade Digital: Princípios e práticas que permitem que diferentes públicos joguem, incluindo PCDs.

Pode conter :

- remapeamento de controles
- dublagem e legendas
- audiodescrição
- inclusão de janela de LIBRAS
- contraste adequado
- modos daltônicos
- acessibilidade cognitiva
- navegação simplificada

Localização Cultural: Adaptação do conteúdo para um contexto cultural específico, indo além da tradução literal.

Memória de Games: Processo de preservação de builds, documentação, assets e versões históricas de jogos.

7. Termos de Internacionalização

Publisher: Empresa responsável pela aquisição, marketing e distribuição do jogo.

Pitch Deck: Apresentação visual usada para captar investimento ou apresentar o jogo a publishers.

Showcase: Evento ou sessão dedicada à demonstração de jogos para o mercado.

Build de Apresentação: Versão otimizada para rodar em eventos, feiras e demonstrações.



ANEXO II

MODELO DE GAME DESIGN DOCUMENT (GDD)



GAME DESIGN DOCUMENT (GDD)

Não é obrigatório preencher todos os subitens, pois determinados projetos podem não conter todos os elementos listados, mas é ideal que o GDD seja o mais completo possível. Imagens e links de vídeos também podem ser utilizados para elucidar as descrições.

1. Página de título

- a) Nome do Game
- b) *High Concept* do Game (conceito do game em até 150 caracteres)

2. Visão Geral

- a) Gênero
- b) Público Alvo
- c) *Game Flow* (tabela)
- d) Estilo estético (resumo)

3. Gameplay e Mecânicas

- a) *Gameplay*.
- b) Progressão do Game.
- c) Estrutura de Missões/Desafios.
- d) Objetivos – Quais são os objetivos do game?
- d) Mecânicas – Quais são as regras do game? (Implícitas e Explícitas). Como as partes (personagens, cenários) do jogo interagem entre si?
- e) Movimentação dentro do Game/ Física.

f) Objetos – o que fazem e como o jogador interage com eles.

g) Ações, incluindo interações com objetos, botões, etc, e quais meios de comunicação são utilizados.

h) Combate – Se há combate / conflito, como acontece?

i) Economia – Como funciona no seu jogo? Há um sistema de ouro / moedas? Para que servem?

j) Opções de Jogo – Quais são e como afetam o game?

k) Salvar & Replay - como funcionam no seu game? Há Auto-Save? Há modo *New Game Plus*?

l) *Easter Eggs*, *Cheats* e conteúdo bônus (roupas, modos, etc).



4. Arte do Game – Elementos-chave; qual o estilo.

a) Elementos Visuais - Direção de arte, paleta de cores, inspirações;

b) Elementos Sonoros - Estilo musical, efeitos sonoros, inspirações.

5. Narrativa, Ambientação e Personagens

a) História e Narrativa – Inclui *back story*, trama, progressão do game, *cutscenes*.

b) *Game World*- Mundo do seu game

c) Visão geral e apresentação visual do mundo do seu game



d) Áreas do jogo, incluindo a descrição geral características físicas de cada uma. Exemplo: fase dentro do vulcão, fase com temática de gelo, fase sub-aquática, etc.

e) Personagens. Personalidade, aparência, *back story*, animações, habilidades, relevância para a narrativa e relação com outros personagens.

f) Fases (*Levels*). Cada fase deve incluir sinopse, objetivos e detalhes dos acontecimentos que se desenrolam em seu percurso.

g) Fase de Treino e/ou Tutorial

6. Interface

a) Sistema Visual. Se você tem *HUD*, o que há nela? Quais são os menus? Qual é o modelo de câmera/focalização?

b) Sistema de Controle – Como o jogador controla o game? Como são os comandos específicos?

c) Sistema de Ajuda - caso o jogador não saiba como prosseguir, há um sistema de dicas?

7. Inteligência Artificial (AI)

a) Oponentes e AI inimiga – Inimigos que impedem o avanço do jogador e, portanto, necessitam de ações. Como funcionam? Quais suas prioridades?

b) AIs parceiras ou não-inimigas (*NPCs* variados: vendedores, animais, etc)

c) AI de Suporte - Detecção de colisão, *Pathfinding*

8. Aspectos Técnicos

a) Plataformas de produção (o jogo foi produzido para quais? PC, Xbox, Mobile, etc)

b) *Hardware* e *Software* de Desenvolvimento - Qual a *engine* utilizada? Utilizam algum *hardware* especial para alcançar um resultado específico?

c) Requerimentos de Rede - Utiliza a internet? De que forma?

Local e data.

RESPONSÁVEL

(ASSINATURA DIGITAL,
por meio do [GOV.BR](https://gov.br))



ANEXO III

CHECK-LIST DE BOAS PRÁTICAS EM PROMOÇÃO DA EQUIDADE NOS GAMES



- Assegurar representatividade regional, étnico-racial, de gênero e diversidade cultural no âmbito da produção do jogo eletrônico e das narrativas que o integram.
- Garantir respeito ético às narrativas culturais e ao patrimônio imaterial.
- Permitir a reconfiguração de controles para aumentar o conforto: Oferecer aos jogadores a liberdade de reposicionar os controles (também conhecido como remapear controles, ou reconfigurar controles) tornando-os mais adequados para eles ou para controles não convencionais. Quando relevante, permitir o ajuste da sensibilidade dos controles, inversão dos eixos y e x, e disponibilizar modos para canhotos. Idealmente, permitir que o perfil de controle seja convenientemente salvo e acessado.
- Disponibilizar suporte a controles alternativos: Não limitar o jogador a usar somente o controle padrão ou teclado, ou limitar o uso de um controle padrão para o seu jogo. Oferecer suporte para pelo menos um controle alternativo e/ou um esquema de controle simplificado. Considerar aqueles que são incapazes de utilizar os métodos convencionais de input como joy-pads e microfones.
- Oferecer alternativas ao som: Procurar transmitir o humor, significado e informações do som do seu jogo ou aplicativo para aqueles que não conseguem ouvir. Considerar o uso de legendas/closed-caption e outros métodos criativos de transmissão dos feedbacks sonoros, como visuais ou vibração;
- Disponibilizar volumes separados para música, efeitos sonoros e diálogo, quando aplicável: Ser capaz de customizar os níveis de volume podem ajudar a compreensão e o nível de conforto.



- Alta visibilidade dos gráficos: Evitar ou oferecer alternativas para fontes pequenas e/ou indistintas. Considerar esquemas de cor com alto-contraste, ou oferecer o modo de alto-contraste como opção. Realçar itens importantes para ajudar a compreensão.
- Design favorável para usuários daltônicos: Entender que algumas combinações de cores podem ser impossíveis para jogadores e usuários daltônicos distinguirem. Evitar essas combinações (e.g. vermelho sobre cinza ou verde) e/ou oferecer modos alternativos de transmitir significados que não sejam somente através de cores. Se estiver incerto da sua seleção de cor, buscar referencia de tabelas de cores que mostram as cores que daltônicos podem não enxergar.
- Disponibilizar vários níveis de dificuldade e/ou ajustes de velocidade, quando aplicável: Entender que para alguns jogadores não há algo que seja fácil demais. Um grande número de pessoas podem se beneficiar de versões mais lentas e fáceis de um jogo, incluindo jogadores com problemas de visão.
- Oferecer modo de prática, treinamento, modo free-roaming e/ou tutorial, se aplicável: Esses modos podem ajudar na compreensão, ajuste de controles, desenvolvimento de habilidades, e podem oferecer também maneiras divertidas para aqueles que têm alguma dificuldade com o jogo padrão. Os tutoriais também podem ser interessantes para explicar o funcionamento de aplicativos.
- Tornar os menus mais acessíveis quanto possível: Considerar o uso de modos de acesso rápido, a importância de um input-digital de navegação e alternativas textuais, como símbolos ou tecnologia text-to-speech.



- Incluir legendagem para surdos e ensurdecidos, audiodescrição e janela de Libras, bem como considerar estas e as demais ferramentas de acessibilidade desde o momento da concepção do jogo.
- Listar os recursos de acessibilidade disponíveis e os requerimentos do jogo: Certificar-se de que essas informações são fáceis de obter e entender. Essa informação pode ser publicada no website do desenvolvedor ou dentro do próprio aplicativo. Considerar também submeter o jogo para websites que fazem análise de acessibilidade em jogos.

