

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL

ISABELLA PIMENTEL

**REGISTRO DE MARCAS E DESENHOS INDUSTRIAIS POR
DESENVOLVEDORES DE VIDEOGAMES NO BRASIL**

Rio de Janeiro
2023

Isabella Pimentel

Registro de marcas e desenhos industriais por desenvolvedores de videogames no Brasil

Dissertação apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, ao Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Inovação, do Instituto Nacional da Propriedade Industrial.

Orientador (a): Profa. Dra. Kone Prieto Furtunato Cesário

Rio de Janeiro
2023

F676 Pimentel, Isabella.

Registro de marcas e desenhos industriais por desenvolvedores de videogames no Brasil. / Isabella Pimentel. -- 2023.

212 f. ; figs.; gráfs.; quadros.

Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Inovação) - Academia de Propriedade Intelectual Inovação e Desenvolvimento, Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI, Rio de Janeiro, 2023.

Orientadora: Profa. Dra. Kone Prieto Furtunato Cesário.

1. Propriedade intelectual – Videogame - Brasil. 2. Propriedade industrial – Marca. 3. Propriedade industrial – Desenho industrial. I. Instituto Nacional da Propriedade Industrial (Brasil).

CDU: 347.772:681.3.06(81)

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta dissertação, desde que citada a fonte.

Assinatura

Data

Isabella Pimentel

Registro de marcas e desenhos industriais por desenvolvedores de videogames no Brasil

Dissertação apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, ao Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Inovação, do Instituto Nacional da Propriedade Industrial.

Aprovada em 17 de março de 2023

Banca Examinadora:

Profa. Dra. Kone Prieto Furtunato Cesario (Orientadora)
Instituto Nacional da Propriedade Industrial
Prof. Dr. Sérgio Medeiros Paulino de Carvalho
Instituto Nacional da Propriedade Industrial
Prof. Dr. Pedro Santoro Zambon
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

A ata da defesa com as respectivas assinaturas dos membros da banca encontra-se no processo de vida acadêmica do aluno

Rio de Janeiro
2023

Ao Arthur, pela inspiração

Ao Rodrigo e ao Robson, pelo apoio incondicional

A você, pelo interesse

AGRADECIMENTOS

Impossível começar os agradecimentos sem mencionar meus filhos, Rodrigo e Arthur, e meus sobrinhos Rafael e Humbertinho, por terem trazido o tema da pesquisa para a minha realidade. Que privilégio conviver com vocês!

Robson, não só marido como companheiro e amigo, por todas as vezes que ele disse “deixa que eu cuido disso, foca no mestrado,” por ter lido tudo que eu produzi e por ter assistido à minha banca. Quando eu pensei que não tinha espaço para te amar mais você me vem com essa!

Minhas avós Dulcita e Didi (*in memoriam*). Quando eu penso que estou muito velha para fazer alguma coisa eu lembro que presenciei a colação de grau de vocês duas. Meus filhos e sobrinhos me inspiram, mas são as mãos de vocês que me guiam. E todas as mulheres da minha família que as antecederam e sucederam, e que abriram os caminhos por onde eu singrei para chegar até aqui, principalmente minha mãe Dircelia e minha irmã Alessandra.

Apesar do alerta de Umberto Eco, rendo-me ao mau gosto e agradeço efusivamente à minha orientadora Kone pela condução maternal e pelos laços de amizade que pudemos aprofundar ao longo destes anos de colaboração. Agradeço também à Elaine, pelo trabalho hercúleo de normalização em pleno Carnaval.

Fernando, Marcus, Bruno e Caio, pela generosidade e ajuda com meu documento de projeto. Ana, por ter torcido tanto pela minha admissão.

Agradeço ao Pedro Zambon e ao Sergio Paulino por terem contribuído tanto com a minha pesquisa com os comentários apresentados na banca. E agradeço ao Pedro Zambon também pelo depoimento concedido, que se encontra no anexo A deste estudo.

Meus colegas de mestrado, especialmente Priscilla, Thiago, Natalia, Bruna e Caroline, por todo o incentivo e carinho. Ainda vamos publicar muito! E Soraya, Jéssica, Juliana e Thays, obrigada por terem acompanhado minha defesa. Pretendo retribuir!

A toda a equipe da Academia do INPI, em particular à Patricia por todo o carinho com que me guiou ao longo do curso, e ao Celso, por ter acreditado em mim. Leandro, Rita, Patrícias, Vinicius, Adelaide, Douglas e Alexandre, por tudo que me ensinaram nestes dois anos.

Aos gigantes em cujos ombros eu me levanto, mencionados nas referências bibliográficas deste estudo, que se interessaram e pesquisaram sobre o tema antes de mim.

Meus colegas de trabalho Liliana, Sylk, Silvano e Maria, que seguraram a onda quando eu precisei me dedicar à pesquisa. Meus supervisores José e Beatriz, que me incentivaram incondicionalmente a começar e a continuar.

Ao Heleno. Pela amizade. Pelo apoio. Pela presença. Por tudo!

E ao papai, a quem eu fiquei devendo um último eu te amo.

Um país não muda pela sua economia, sua política
e nem mesmo sua ciência; muda sim pela sua
cultura.

Herbert José (Betinho)

RESUMO

PIMENTEL, Isabella. **Registro de marcas e desenhos industriais por desenvolvedores de videogames no Brasil**. 2023. 212f. Dissertação (Mestrado em Propriedade Intelectual e Inovação) - Instituto Nacional da Propriedade Industrial, Rio de Janeiro, 2023.

A indústria de *videogames* vem se mostrando cada vez mais presente junto a novas gerações, influenciando hábitos culturais, de consumo e de educação. Trata-se também de um mercado que vem crescendo de maneira considerável, já tendo alcançado a segunda posição mundial em rendimentos dentro da indústria de Entretenimento e Mídia. O Brasil atualmente ocupa a décima posição mundial em termos de rendimentos diretos gerados por *videogames*, e a terceira com relação ao número de usuários, e vem atraindo um número crescente de investimentos internacionais. Contudo, menos de 50% das desenvolvedoras respondentes aos censos da indústria brasileira de *videogames* de 2014 e 2018 declararam tomar medidas adequadas para a proteção de sua propriedade intelectual. Este trabalho se destina a contribuir para a inovação no setor de *videogames* no Brasil através da apresentação do ecossistema de *videogames* com ênfase no mercado nacional, e da análise da atividade registral de marcas e desenhos industriais por desenvolvedoras de *videogames* brasileiras e a adequação da propriedade intelectual para a proteção de *videogames* e seu uso estratégico para o crescimento da indústria nacional. Usou-se a metodologia descritiva com pesquisa bibliográfica, documental e quantitativa. Os resultados desta pesquisa indicam que o número de desenvolvedoras que efetivamente obtiveram proteção marcária ou por desenhos industriais para seus ativos é menor que o declarado no censo, não sendo possível desta forma afirmar que as desenvolvedoras nacionais vêm lançando mão de registros destes dois ativos como estratégia para o crescimento de seus negócios.

Palavras-chave: Propriedade intelectual. Jogos eletrônicos. Marcas. Desenhos industriais.

ABSTRACT

PIMENTEL, Isabella. **The registration of trademarks and industrial designs by video game developers in Brazil**. 2023. 212f. Dissertação (Mestrado em Propriedade Intelectual e Inovação) - Instituto Nacional da Propriedade Industrial, Rio de Janeiro, 2023.

The video game industry has been increasingly present with new generations, influencing cultural, consumption and education habits. It is also a market that has been growing considerably, having already reached the second position in the world in terms of direct income within the Entertainment and Media industry. Brazil currently ranks tenth in the world on income generated by video games and third on number of users, and is attracting a growing number of foreign investment. However less than 50% of the respondent developers to the 2014 and 2018 censuses of the Brazilian video game industry declared that they took adequate measures to protect their intellectual property. This study is intended to contribute to innovation in the video game sector in Brazil through the presentation of the video game ecosystem with an emphasis on the national market, and the analysis of the registration activity of trademarks and industrial designs by Brazilian video game developers and the adequacy of intellectual property for the protection of video games and their strategic use for the growth of the national industry. The descriptive methodology was used, with bibliographical and documentary research. The results of this research indicate that the number of developers that effectively obtained trademark or industrial design protection for their assets is lower than that declared in the census, thus making it impossible to state that national developers have been using the registration of these two assets as a strategy for the growth of their business.

Key words: Intellectual Property. Video Games. Trademarks. Industrial Designs.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Interfaces dos videogames Table Tennis, da magnavox Odyssey, e Pong, da Atari	26
Figura 2 - Rendimentos gerados pelo mercado mundial de videogames em 2021	33
Figura 3 - Maiores mercados mundiais em geração de rendimentos	63
Figura 4 - Distribuição das desenvolvedoras pelo país	99
Figura 5 - Levantamento de desenvolvedoras nacionais de videogames por CNPJ e CNAE	113
Figura 6 - Registros BR 30 2016 005636 6 e BR 32 2017 005947 6 (classe 14-04), padrão ornamental aplicado em personagem de jogos de vídeo, titular Universal de Desarrollo Electronicos, AS (ES), extinto em 2021.....	119
Figura 7 - Primeiro pedido de registro de desenho industrial na classe 14-04, de interfaces gráficas, por um brasileiro (Registro BR 30 2012 006112 1, titularidade e autoria de Rodrigo Otávio Dias Campos depositado em 29/11/2012).....	120
Figura 8 - Resultados das buscas na base de desenhos industriais do INPI por subclasse 14-04 entre 2000 e 2020	122
Figura 9 - Resultados das buscas na base de desenhos industriais do INPI por palavras chave relacionadas com videogames entre 2000 e 2020	125
Figura 10 - Fluxo de buscas por desenvolvedoras nacionais de videogames na base de marcas do INPI	128
Figura 11 - Fluxo de buscas por desenvolvedoras nacionais de videogames na base de marcas do INPI por registros de marcas concedidos	129

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Tempo de operação das desenvolvedoras nacionais em 2022	98
Gráfico 2 - Faturamento das desenvolvedoras de jogos em 2022	100
Gráfico 3 - Comparativo sobre propriedade intelectual 2014/2018	101
Gráfico 4 - Dados sobre propriedade intelectual	102
Gráfico 5 - Número de registros concedidos por número de empresas por ano.....	130
Gráfico 6 - Número de registros concedidos por classe para desenvolvedoras de Videogames pelo CNPJ, 2007-2020.....	136
Gráfico 7 - Marcas registradas por apresentação.....	137

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Características principais dos desenhos industriais registrados por desenvolvedoras nacionais de videogames.....	115
Quadro 2 - Registros de desenhos industriais na subclasse 14-04 por residentes brasileiros de 2000 a 2020	120
Quadro 3 - Resultado da busca por registros de desenhos industriais por palavras chave, de 2000 a 2020	123
Quadro 4 - Depósitos de desenhos industriais por palavra chave por residentes brasileiros de 2000 a 2020	124
Quadro 5 - Quantidade de empresas por número de registros concedidos entre 2000 e 2020.....	129
Quadro 6 - Enunciado das classificações de Nice adequadas para atividades de desenvolvedoras de games.....	132
Quadro 7 - Total de marcas registradas por desenvolvedoras nacionais junto ao INPI...	134

LISTA DE ABREVIACÕES E SIGLAS

AAA (Triple-A)	Classificação informal para designar <i>videogames</i> desenvolvidos com as maiores orçamentos e níveis de promoção
Abragames	Associação Brasileira de Videogames
ACI Games	Associação Comercial, Industrial e Cultural de Games
ADVERGAMES	Jogos destinados a divulgar uma empresa marca ou produto
BNDES	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
CNAE	Classificação Nacional de Atividades Econômicas
CNPJ	Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica
CNPq	Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
FINEP	Financiadora de Estudos e Projetos
GAMENET	Rede de Excelência de Empresas de Jogos de Entretenimento
GBD	<i>Global Brands Database</i>
GDD	<i>Global Designs Database</i>
IDSA	<i>Interactive Digital Software Association</i>
INPI	Instituto Nacional da Propriedade Intelectual
IPHAN	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
MINC	Ministério da Cultura do Brasil, extinto em 2018
MMOG	<i>Massive Multiplayer Online Game</i>
MMORPG	<i>Massive Multiplayer On-line Role Playing Game</i>
OMPI	Organização Mundial da Propriedade Intelectual
PWC	Price Waterhouse Coopers
RPG	<i>Role Playing Game</i>
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SOFTEX	Associação para Promoção da Excelência do Software Brasileiro
UNCTAD	<i>United Nations Conference on Trade and Development</i>
WDO	<i>World Design Organization</i>

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	15
1.1 JUSTIFICATIVA	16
1.2 PROBLEMA E FINALIDADE DO TRABALHO	19
1.3 OBJETIVOS	19
1.4 ESTRUTURA DO TRABALHO DE DISSERTAÇÃO	20
1.5 METODOLOGIA	21
2 VIDEOGAMES: DEFINIÇÃO, EVOLUÇÃO HISTÓRICA, COMPONENTES	23
2.1 DEFINIÇÃO DE VIDEOGAMES	23
2.2 EVOLUÇÃO HISTÓRICA DE VIDEOGAMES	24
2.3 CLASSIFICAÇÃO DOS VIDEOGAMES.....	29
2.4 AGENTES DO ECOSISTEMA	31
2.4.1 Plataformas	32
2.4.2 Canais de distribuição	35
2.4.3 Atores (<i>players</i>).....	37
3 OS DIREITOS DE PROPRIEDADE INTELECTUAL E OS VIDEOGAMES.....	42
3.1 DIREITOS DE AUTOR	43
3.2 DIREITOS CONEXOS	47
3.3 PATENTES	48
3.4 SEGREDOS DE NEGÓCIO	51
3.5 DESENHOS INDUSTRIAIS (DIs)	53
3.5.1 Interfaces gráficas (GUI)	55
3.6 MARCAS.....	56
3.7 OUTROS ATIVOS DE PROPRIEDADE INTELECTUAL.....	60
4 POLÍTICAS DE INCENTIVO À INDÚSTRIA DE VIDEOGAMES NO EXTERIOR	63
4.1 CHINA.....	64
4.2 ESTADOS UNIDOS	65
4.3 JAPÃO	66
4.4 CORÉIA DO SUL	68
4.5 ALEMANHA.....	69
4.6 REINO UNIDO	70
4.7 FRANÇA	71
4.8 CANADÁ	71
5 A INDÚSTRIA BRASILEIRA DE VIDEOGAMES	73
5.1 EVOLUÇÃO DOS VIDEOGAMES NO BRASIL	73

5.2 MARCO NORMATIVO APLICÁVEL	79
5.3 POLÍTICAS E INICIATIVAS DE FOMENTO AOS VIDEOGAMES NO BRASIL: PERSPECTIVA HISTÓRICA	80
5.4 INICIATIVAS DE INCENTIVO À INDÚSTRIA DE VIDEOGAMES	83
5.4.1 Editais de fomento à indústria de videogames do governo Lula	83
5.4.2 Programas de incentivo à indústria de videogames	87
5.4.3 Leis de incentivo à indústria de videogames	88
5.4.4 Ancine	90
5.4.5 Outras iniciativas do Governo	91
5.4.6 Iniciativas do setor privado	92
5.4.7 Outras fontes de financiamento	93
5.4.8 Editais para a Formação de Clusters	94
5.5 O ECOSISTEMA BRASILEIRO DE VIDEOGAMES	97
5.5.1 Desenvolvedora	98
5.5.2 Associações e Coletivos	103
5.5.3 Empresas estrangeiras no Brasil	105
5.5.4 Consumidores	106
5.6 EVENTOS E FEIRAS	107
6 PANORAMA NACIONAL DAS INICIATIVAS DE REGISTRO DE DESENHOS INDUSTRIAIS E MARCAS POR DESENVOLVEDORES DE GAMES	108
6.1 METODOLOGIA DE LEVANTAMENTO DE DESENVOLVEDORAS NACIONAIS DE VIDEOGAMES EM FONTES SECUNDÁRIAS	110
6.2 PROSPECÇÃO DE DEPÓSITOS DE DESENHOS INDUSTRIAIS (DIS) COM BASE NO CNPJ	113
6.2.1 Busca por atividade registral das desenvolvedoras identificadas	114
6.2.2 Busca por interfaces gráficas levando em conta a totalidade de depósitos na subclasse 14-04 da Classificação Internacional de Locarno	118
6.2.3 Busca por palavras chave relacionadas com videogames na totalidade de base de desenhos industriais do INPI	122
6.2.4 Conclusão da prospecção de depósitos de desenhos industriais	126
6.3 PROSPECÇÃO DE DEPÓSITOS DE MARCAS	126
6.3.1 Busca por atividade registral por desenvolvedoras	126
6.3.2 Busca por números de marcas registradas por ano	129
6.3.3 Busca por marcas registradas por classe	131
6.3.4 Busca das marcas registradas por apresentação	136
6.3.5 Conclusão da prospecção de registros de marcas	137

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS E PROSPECÇÕES FUTURAS	140
REFERÊNCIAS	145
APÊNDICES	160
APÊNDICE A - Transcrição de depoimento de Pedro Zambon	161
APÊNDICE B - Relação de empresas levantadas em listas de desenvolvedoras cujo CNPJ não foi encontrado (nomes Fantasia)	163
APÊNDICE C - Relação de empresas levantadas em listas de desenvolvedoras cujo CNPJ foi encontrado, mas não apresentavam atividades relacionadas com o desenvolvimento de games em seu CNAE	169
APÊNDICE D - Relação de empresas levantadas em listas de desenvolvedoras cujo CNPJ foi encontrado, não apresenta atividades relacionadas com o desenvolvimento de games em seu CNAE, mas são reconhecidas como desenvolvedoras	172
APÊNDICE E - Relação de desenvolvedoras levantadas com CNPJ identificado e com atividades principais ou secundárias relacionadas com o desenvolvimento de videogames: resultados das buscas nas bases de marcas e desenhos industriais do INPI.....	173
APÊNDICE F - Resultado da busca de registros de desenhos industriais pela subclasse 14-04 com titulares com CNAEs correspondentes a atividades de desenvolvimento de videogames de 2000 a 2020	188
APÊNDICE G - Resultados da busca por palavras chave relacionadas com videogames na base de desenhos industriais do INPI, de 2000 a 2022	190
APÊNDICE H - Relação de empresas identificadas por CNPJ com alguma atividade marcária junto ao INPI	192
APÊNDICE I - Relação de desenvolvedoras cujos CNPJs não foram encontrados no banco de marcas do INPI mas apresentaram resultados com buscas por termo exato ou por radical nos seus nomes fantasia	198
APÊNDICE J - Relação de marcas associadas a desenvolvedoras nacionais de videogames.....	200

1 INTRODUÇÃO

Em 2018 fui convidada a dar uma aula sobre a intersecção entre *videogames* e propriedade intelectual a um grupo de jovens empreendedores latino americanos. Naquele momento percebi não só como a propriedade intelectual pode beneficiar esse setor, como a importância desta indústria dentro da minha própria casa como mãe de dois adolescentes. Como profissional da área de propriedade intelectual interessada no desenvolvimento econômico da América Latina (principalmente do Brasil) e mãe de dois homens que certamente vão trabalhar em alguma área relacionada com tecnologia, decidi aprofundar minha pesquisa para talvez contribuir um pouco para o desenvolvimento da indústria de *videogames* de forma estruturada e estratégica no Brasil.

O mercado brasileiro de *videogames*, por sua quantidade de potencial de consumo e pela qualidade dos jogos produzidos, vem atraindo a atenção e o investimento internacionais: a desenvolvedora brasileira Wildlife tornou-se o primeiro unicórnio brasileiro de *games* em 2019 ao receber um aporte de 60 milhões de dólares de um fundo norte-americano (FRONTINI, 2020), a Acquiris recebeu um investimento da norte-americana Epic Games (EPIC..., 2022), e a Gazeus licenciou seu jogo Dominoes Café para a Netflix Games (SCOLA, 2021).

Contudo, uma análise na base de dados do INPI demonstra que há pouca atividade relacionada com o registro de ativos de propriedade intelectual pelas desenvolvedoras nacionais em comparação com o número de estúdios de *games* e de *games* nacionais lançados.

Este estudo se destina a analisar a indústria nacional de desenvolvedores de *games* no que se refere ao registro de marcas e desenhos industriais, a fim de analisar o volume de registros e tendências. Para isso, apresentaremos inicialmente um panorama da indústria mundial de *videogames*, sua evolução histórica, classificação e agentes do ecossistema. Em seguida, apresentaremos os principais ativos de propriedade intelectual e como se inter-relacionam com *videogames*. Faremos então uma breve explanação dos oito maiores mercados mundiais de *videogames* e algumas políticas e marcos legais identificados relacionados com esta indústria. Passaremos então a um mergulho na indústria nacional de *videogames*: histórico, marco normativo, políticas e iniciativas de fomento à indústria e o ecossistema brasileiro de *videogames*. Ao final, faremos uma análise detalhada do registro de marcas e desenhos industriais por desenvolvedoras nacionais para daí podermos extrair nossas conclusões.

1.1 JUSTIFICATIVA

A indústria do entretenimento e mídia (E&M) gerou 2.34 trilhões de dólares em rendimentos mundiais em 2021 e espera-se que alcance uma média de 4.6% de taxa de crescimento anual composta entre 2022 e 2026 (BALLHAUS, [2021]). Dentro deste nicho, o setor de *videogames* vem crescendo de maneira considerável (32% entre 2019 e 2021) e deve alcançar os 321 bilhões de dólares em rendimentos anuais em 2026, alcançando a segunda posição em rendimentos dentro da indústria de E&M mundial, abaixo somente do setor de *streaming*. O relatório da canadense Accenture estimou que em 2021 havia 2.7 bilhões de *gamers* ao redor do mundo, 405 milhões de assinantes dos canais de Youtube dos dez principais *influencers* de *gaming*, e uma indústria relacionada ao *games* de mais de 300 bilhões de dólares (ACCENTURE, 2021).

De acordo com a Newzoo (2021), o mercado mundial de *videogames* movimentou 175.8 bilhões de dólares em 2021. Ainda que a maior parte desse mercado aconteça na Ásia, a América Latina movimentou 7.2 bilhões de dólares, o que representou um crescimento de 5.1% com relação ao ano anterior. Em 2021 o Brasil ocupava a décima posição mundial de mercado de *videogames* em geração de rendas, e representa o maior mercado na América Latina, com uma geração de 2,3 bilhões de dólares em um ano (ROUSSEAU, 2021a).

Os números significativos da indústria de *videogames* vêm despertando o interesse da indústria em geral para fins de publicidade, gerando novos empregos, e também influenciando a população mundial em temas políticos e sociais. A educação vem sendo adaptada para conter componentes de gamificação, políticos vêm se valendo de sessões ao vivo de *videogames* para fazer campanhas eleitorais ou de conscientização política e notamos referências crescentes a *videogames* e à linguagem de *videogames* em todas as camadas da sociedade.

Essa indústria, que chegou à beira do colapso no início dos anos 80, conseguiu se recuperar e desde então passou a crescer de maneira impressionante. Ela ganhou ainda mais fôlego com a pandemia, quando os outros setores de entretenimento como filmes, shows e eventos esportivos tiveram que ser cancelados. Ao mesmo tempo que o índice de rendimentos destes setores decresceu devido à crise sanitária, a indústria de *videogames* não só não parou de se desenvolver como ainda se deparou com um aumento significativo de demanda, com os usuários confinados em suas casas e sem alternativas de entretenimento. Com o confinamento, a melhora da estrutura de internet com telefones celulares e planos de internet mais acessíveis,

a população *on-line* aumentou e estima-se que chegou a 3 bilhões de jogadores *on-line* em 2021 (NEWZOO, 2021, p. 6).

A Newzoo estima que destes 3 bilhões de pessoas no mundo que estão jogando *videogames*, 55% venham da Ásia e do Pacífico, seguidos pelo Oriente médio e África, Europa, América Latina e América do Norte. A empresa também constatou um aumento no número de mulheres que jogam e na faixa etária dos *gamers*. A *Gamingscan* publicou em 2021 que a média de idade de um *gamer* hoje em dia é de 34 anos, número este que pode ter uma ligeira variação dependendo do país. Essa alteração radical no perfil dos *gamers*, que nos anos 80 consistia grandemente em homens de até 24 anos, se deve à ampla oferta de tipos de jogos (que vão desde jogos de cartas *on-line* até jogos de tiro em primeira pessoa, ou jogos de simulação como *role-playing game*) e de modalidades de jogo (hoje em dia é possível jogar em plataformas de múltiplos usuários ou individualmente).

Ou seja, hoje em dia, ainda que a maior parte do público que consome, investe e se dedica a *games* esteja na faixa etária dos 20 aos 40 anos, podemos identificar como *gamers* desde as crianças de 5 anos de idade que se dedicam a algum tipo de jogo educativo em *tablet* até a senhora de 70 anos que caça Pokémon para mostrar para o neto, ou o senhor de 80 anos que joga paciência *on-line* no celular enquanto espera um atendimento médico.

A indústria de *gaming* também está provocando uma revolução nos costumes, com a gamificação utilizada amplamente em recursos de ensino, plataformas de *gaming* sendo introduzidas em mídias sociais onde *gamers* podem interagir socialmente, e o público em geral dedicando tempo em que não está formalmente jogando assistindo a *lives* de *games* em plataformas de *streaming*, comprando livros e *e-books* e consumindo música e moda relacionados com *videogames*. Sem contar com a indústria de *eSports*, brinquedos, *cards* e os chamados *serious games*, que são jogos de simulação destinados ao desenvolvimento de habilidades específicas em medicina, pilotagem, etc.

O uso de *games* para fins de socialização também vem se acentuando. Na pesquisa da Accenture sobre tendências de mercado para 2021, 84% dos respondentes declararam que os *videogames* os ajudam a se conectar com pessoas com quem têm interesses em comum. 75% dos respondentes declararam que grande parte de suas interações sociais durante a pandemia aconteciam em plataformas de *gaming* ou similares. Ainda de acordo com a pesquisa, no mundo todo *gamers* vêm passando uma média de 16 horas semanais jogando, oito horas assistindo ou participando de *streams* relacionados com *gaming* e seis horas semanais interagindo em fóruns e comunidades de *games* (ACCENTURE, 2021).

Além das funções de entretenimento, socialização e educação, os *games* também vêm sendo significativamente importantes para outras áreas da economia como para fins militares, de pesquisa, e de ciência e tecnologia.

Novas tendências para os próximos anos, como o metaverso, *cloud gaming* e os *eSports*, indicam que os *games* em breve passarão a exercer uma função de socialização e, assim como ocorre com as mídias sociais, os indivíduos de todas as faixas etárias e níveis de consumo passarão a ter uma presença no universo *gamer* a fim de poder socializar e empreender.

Ainda que o mercado tradicionalmente tenha sido dominado pelos Estados Unidos, Japão e Europa, com as maiores produtoras e o desenvolvimento dos principais consoles de *videogame*, a distribuição digital e o crescimento do acesso aos *games* com os telefones celulares, nos últimos anos vem-se notando uma descentralização, principalmente em termos de *gamers* e desenvolvedoras. Um grande exemplo dessa mudança é o mercado chinês.

O Brasil ocupa atualmente a décima posição mundial em termos de rendimentos gerados com *videogames* e terceira em relação ao número de usuários, com uma estimativa de geração de 2.61 bilhões de dólares e 100.74 milhões de jogadores para 2022 (NEWZOO, [2021]). O mercado brasileiro de *videogames*, por sua quantidade de potencial de consumo e pela qualidade dos jogos produzidos, vem atraindo a atenção e o investimento internacionais. A título de exemplo, a desenvolvedora brasileira Wildlife recebeu um aporte de 60 milhões de dólares de um fundo norte-americano e chegou ao valor de mercado de USD 1,3 bilhões, tornando-se o primeiro unicórnio latino americano de *games* (FRONTINI, 2020). Em 2021, a Gazeus licenciou seu jogo *Dominoes Café* para a Netflix Games (SCOLA, 2021), e em 2022, a Acquiris recebeu um investimento da norte-americana Epic Games (EPIC..., 2022).

Em uma primeira análise do II Censo da indústria e *videogames* desenvolvido pelo Ministério da Cultura em 2018, naquela época a indústria de *videogames* no Brasil apresentava um crescimento médio de 30% ao ano, tendo desenvolvido mais de mil jogos e sendo o décimo terceiro maior consumidor de jogos do mundo, com um *smartphone* ativo por habitante (PENNAFORT, 2019).

Em 2018, o censo nacional da indústria de *videogames* identificou 375 desenvolvedoras em território nacional, com crescimento médio de 30% ao ano. Das desenvolvedoras entrevistadas na época, 97.9% declararam desenvolver propriedade intelectual (PI) própria. Contudo, dessas 278 desenvolvedoras respondentes, apenas 41.7% declararam conhecer e ter contato com colaboradores ou parceiros para proteger sua PI, enquanto 29.9% delas declararam

não conhecer ou ter contratos com colaboradores e parceiros para proteger sua PI. (SAKUDA; FORTIM, 2018).

Comparando dados do primeiro e segundo censos da Indústria Brasileira de Jogos Digitais, em 2014, 46.2% dos desenvolvedores consultados declararam conhecer e ter contratos com colaboradores ou parceiros para proteger a PI. Esse número em 2018 caiu para 41,7%, indicando um possível desinteresse ou desconhecimento por parte dos desenvolvedores em proteger seus ativos por propriedade intelectual.

A pesquisa conduzida pela Abragames em 2022 junto a 223 desenvolvedoras nacionais não incluiu uma pergunta específica sobre medidas para a proteção de PI. Contudo, 93% das respondentes (198 empresas) declararam produzir PI própria, e 13% (27 empresas) afirmaram que licenciam PI de outras empresas (FORTIM, 2022, p.86).

Os dados acima indicam que as desenvolvedoras brasileiras de *videogames* não vêm lançando mão do registro de propriedade intelectual da forma como poderiam, ainda que as marcas sejam de alta relevância para a comercialização do *game* e para a verificação da compatibilidade do *game* com determinado console; e os desenhos industriais para interfaces gráficas, aspectos ornamentais de *hardware* associado ao *game* e, também, para personagens e outros desenhos característicos e únicos do *game*, sejam essenciais para facilitar a navegabilidade e criar uma identidade para o *game* e um relacionamento com os usuários.

1.2 PROBLEMA E FINALIDADE DO TRABALHO

Em um mercado econômico, cultural e social tão importante e ágil como o exposto na justificativa acima, faz-se importante questionar sobre a atividade de registro de marcas e desenhos industriais por desenvolvedores de *videogames* e a adequação do sistema atual para estes.

Logo, baseando-se na literatura disponível e nos resultados das pesquisas conduzidas que serão melhor explicados na metodologia, esse trabalho se destina a buscar respostas para as seguintes questões:

Como funciona atualmente o ecossistema brasileiro de *videogames*? Quem são os principais agentes, os principais conceitos, qual é a base legal para proteção e as políticas para incentivo?

Qual é a atividade registral de marcas e desenhos industriais relacionados a *videogames* junto ao INPI por desenvolvedores nacionais?

1.3 OBJETIVOS

O objetivo desse estudo é contribuir para a inovação e para o INPI, servindo como referência para a definição de políticas e o marco normativo aplicável ao mercado de *videogames*, através da metodologia descritiva.

Para o desenvolvimento desta dissertação, estabeleceram-se os seguintes objetivos específicos:

- Apresentar um panorama geral da evolução e do ecossistema do mercado de *videogames*;
- Analisar a intersecção entre os principais ativos de propriedade intelectual e a proteção estratégica para o setor;
- Elaborar um levantamento das empresas nacionais desenvolvedoras de *videogames*, de acordo com bases disponíveis na Internet;
- Mapear os pedidos de registro de marcas e desenhos industriais por desenvolvedoras nacionais de *videogames*;
- Cruzar os dados dos objetivos 1 a 4, a fim de analisar a atividade registral por desenvolvedoras nacionais perante o INPI.

1.4 ESTRUTURA DO TRABALHO DE DISSERTAÇÃO

Este trabalho se divide em sete capítulos sendo que o capítulo 1 corresponde à introdução, nos moldes determinados pelo programa de mestrado de inovação e propriedade intelectual da academia do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI). O segundo capítulo consiste na apresentação do panorama da indústria mundial de *videogames*, incluindo sua evolução histórica, classificação e agentes do ecossistema. No terceiro capítulo apresentaremos os principais ativos de propriedade intelectual e como se inter-relacionam com *videogames*. No quarto capítulo faremos uma breve explanação dos oito maiores mercados mundiais de *videogames* em termos de geração de rendimentos, e apresentaremos algumas políticas e marcos legais identificados relacionados com esta indústria. O quinto capítulo se concentra na indústria nacional de *videogames*: evolução, marco normativo, políticas e iniciativas de incentivo e o ecossistema. No sexto capítulo faremos uma análise detalhada do registro de marcas e desenhos industriais por desenvolvedoras nacionais para daí podermos extrair nossas conclusões, que se encontram no sétimo capítulo.

Por fim são apresentadas as referências, as obras sobre as quais essa dissertação foi baseada, e os apêndices com resultados de pesquisas.

1.5 METODOLOGIA

Através da metodologia descritiva, analisaremos o conceito de *videogame*, os dados secundários advindos de pesquisas elaboradas sobre esse mercado por fontes como a Abragames e o Ministério da Cultura, os dados primários resultantes de uma prospecção sobre o registro de marcas e desenhos industriais realizados por desenvolvedores nacionais de *videogames* cruzando com informações das fontes secundárias, para avaliar a atividade registral por desenvolvedores nacionais junto ao INPI.

De acordo com Gil (2008), a metodologia descritiva se destina a descrever características de uma população ou fenômeno, ou estabelecer relações entre as variáveis, principalmente fazendo-se valer de levantamentos padronizados de dados. Esta metodologia, juntamente com a exploratória, é a mais utilizada para estudos sociais visando a atuação prática, e também é a mais comumente solicitada por empresas. Acredita-se que esta metodologia seja a mais adequada, por apresentar dados concretos que poderão ser utilizados de forma prática para se obter uma fotografia do cenário de um mercado em um determinado período.

Dos capítulos 2 a 5, empregamos a pesquisa do tipo bibliográfica, com análise de livros, artigos científicos, decisões judiciais e palestras sobre o tema, a fim de apresentar conceitos, marco histórico, agentes do ecossistema de *videogames* e aspectos de propriedade intelectual relacionados ao tema.

No capítulo 6, apresentamos uma pesquisa documental para identificar desenvolvedoras nacionais de *videogames* e o registro de marcas e desenhos industriais pelas mesmas.

Para a pesquisa documental, inicialmente conduziu-se um levantamento das desenvolvedoras nacionais de *videogames* por nomes fantasia com base em listas e censos disponíveis na Internet, com especial ênfase para os dois censos da indústria nacional de jogos eletrônicos (2014 e 2018), a pesquisa da indústria nacional de *videogames* (2022) e relações de empresas associadas a associações nacionais e regionais disponíveis na Internet.

O mapeamento de empresas formalizadas pelo Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas, bem como seus nomes sociais, atividades principais e secundárias e situação cadastral foi conduzido inicialmente através dos portais casadosdados.com.br; consultacnpj.com; cnpj.info; empresasdobrasil.com e informecadastral.com.br. Os dados levantados em seguida foram

confirmados no sistema Redesim, o cadastro de empresas oficial do Governo disponível no sítio da Receita Federal.

Em seguida, conduziu-se uma nova pesquisa quantitativa para verificar o uso da ferramenta de registro de marcas e desenhos industriais junto ao órgão nacional de registro (INPI) pelas desenvolvedoras identificadas junto ao banco de dados do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (Busca Web).

Escolheu-se o recorte temporal de 2000 a 2020 para a pesquisa quantitativa. Escolheu-se este recorte com base na análise da evolução da indústria nacional de *videogames* apresentada a partir de pesquisa documental neste estudo, que identificou o ano de 2000 como o início do período de grande popularização de *videogames*, com o surgimento de mídias especializadas como Revista Oficial do Playstation, EGM Brasil e o programa G4 Brasil, e o surgimento de *lan houses*, e transcorrido tempo suficiente da extinção da Política Nacional de Informática com a Lei 8248/91 para permitir o desenvolvimento de uma indústria nacional de *videogames* sem reservas de mercado. Ademais, 2000 foi o ano em que o Brasil passou a adotar oficialmente a Classificação Internacional de Marcas estabelecida pelo Tratado Internacional de Nice para Produtos e Serviços (NICLE) e a Classificação Internacional de Locarno para registro de desenhos industriais (LOC), o que facilita a condução de buscas na base do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) do Brasil. A pesquisa quantitativa foi conduzida entre 31 de outubro e 18 de novembro de 2022.

Colheu-se também o depoimento do Pedro Zambon¹, Doutor em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista (UNESP) e coordenador da trilha de Indústria do Simpósio Brasileiro de Games desde 2016, cujo comentário sobre a falta de proteção à mecânica dos *games* pareceu ser relevante para o tema. A transcrição do seu depoimento encontra-se no Apêndice A deste documento.

¹ Ver Zambon (2021).

2 VIDEOGAMES: DEFINIÇÃO, EVOLUÇÃO HISTÓRICA, COMPONENTES

Passamos agora a apresentar um panorama geral do universo de *videogames*, com definição, evolução histórica no mercado mundial, classificação e agentes do ecossistema mundial, a fim de ambientar o leitor com conceitos importantes para a compreensão do mercado brasileiro de *videogames*, que será apresentado mais adiante, no capítulo 5.

2.1 DEFINIÇÃO DE VIDEOGAMES

O relatório sobre economia criativa da *United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD) de 2010 argumenta que produtos culturais são aqueles cuja produção requer um mínimo de criatividade humana; que sejam ferramentas de comunicação de mensagens simbólicas, e que contenham, ainda que potencialmente, alguma propriedade intelectual que possa ser atribuída a um indivíduo ou a um grupo de indivíduos. Essas características são encontradas em *videogames* e, portanto, inserem os *videogames* dentro do escopo de produtos culturais (UNCTAD, 2010).

A definição de dicionário para *videogames* são “jogos em que imagens e sons aparecem numa tela de televisão ou de computador desafiando o usuário a manipulá-los eletronicamente, a tomar decisões rápidas e/ou a responder perguntas e desafios exibidos na tela” (VIDEOGAME, 2022). Como se verá mais adiante, essa especificação “em tela” foi necessária em um primeiro momento para diferenciar as tecnologias que disponibilizavam jogos em outros suportes, como máquinas de *pinball* e painéis com lâmpadas. Contudo, com o advento e a expansão dos jogos em realidade virtual, esta especificidade vem se tornando ultrapassada.

Ainda que a legislação brasileira não tenha estabelecido uma definição oficial para *videogames*, setores especializados da sociedade vêm adotando a definição de *videogames* estabelecida pela Instrução Normativa 104 de 2012 da Ancine, que estabelece que os *videogames* são “conteúdo audiovisual interativo cujas imagens são alteradas em tempo real a partir de ações dos (s) jogador (es)” (ANCINE, 2012, art.1, § 17).

Assim, para os fins desse estudo, consideraremos como *videogames* todas as categorias de jogos gerados por software, jogáveis em monitor ou outro suporte eletrônico semelhante, para fins de entretenimento, saúde, treinamento, educacional, ou para divulgar um produto, marca, ideia ou serviço (*advergames*). Serão tratados como sinônimos os termos *games*,

videogames, jogos eletrônicos e jogos digitais (os últimos dois termos mais comumente encontrados em literatura acadêmica e oficial).

2.2 EVOLUÇÃO HISTÓRICA DE VIDEOGAMES

A história dos *videogames* se confunde com a do século XX, ainda que o hábito do ser humano de se reunir para jogar jogos tenha surgido em tempos imemoriais e algumas fontes afirmem que os computadores remontam a 200 BC com o mecanismo Antikythera (EFSTATHIOU; EFSTATHIOU, 2018). Ainda assim, com a segunda Guerra Mundial e a consequente corrida armamentista, a primeira metade do século XX viu o nascimento dos computadores modernos da forma como os conhecemos, que foram se sofisticando ao longo da guerra fria até se tornarem imprescindíveis para qualquer empresa por volta dos anos 90, para residências no início dos anos 2000, até chegarem ao formato de *smartphones* tal qual os conhecemos hoje em dia (FRASCARELLI, 2012).

A natureza humana, sempre sedenta de histórias e entretenimento, se encarregou de adaptar a tecnologia, originalmente disponível para fins mais práticos e bélicos, para atender a anseios mais artísticos e criativos da humanidade. E foi assim que os jogos de tabuleiro, desenvolvidos originalmente por empresas como a própria Nintendo, foram se adaptando aos tempos modernos, adicionando componentes de *story telling* e efeitos especiais para saciar a nossa insaciável curiosidade e busca por aventuras.

Em 1947 os físicos Thomas Goldsmith Jr. e Estle Ray Mann ligaram um tubo de raios catódicos em um osciloscópio criando um dispositivo que simulava a emissão de mísseis, o que resultou na patente US2455992A, *Cathode-ray tube amusement device* - dispositivo de entretenimento com tubo de raios catódicos (GOLDSMITH JUNIOR; RAY, 1947), que tinha gráficos e operava em uma tela, mas com eletrônica analógica e não digital (FACHIN; PINHEIRO, 2019). *Bertie and the Brain*, criado por Josef Kates em 1950 também foi um desenvolvimento predecessor aos *videogames*, mas não é considerado o primeiro *videogame* porque se tratava de um painel com lâmpadas, e não era acoplado a um monitor.

No início dos anos 50 houve algumas iniciativas destinadas a pesquisar interações entre seres humanos e máquinas. Foi assim que em 1951 Christopher Stratchey desenvolveu uma versão eletrônica do jogo de damas e em 1952 Alexander Douglas desenvolveu uma versão eletrônica de OXO, onde humanos jogavam contra máquinas. Embora sejam consideradas fundamentais para a origem dos *videogames*, estes não tinham o objetivo de entreter.

Alguns autores consideram o *Tennis for Two* como o primeiro *videogame*, por se tratar de um jogo eletrônico digital com elementos visuais para fins de entretenimento (FRASCARELLI, 2012). No caso, em 1958 o físico norte-americano William Higginbotham adaptou um computador analógico para simular uma bola em um jogo de tênis. Alguns anos mais tarde, o estudante de computação Steve Russel foi desafiado a criar um jogo interativo e desenvolveu o *SpaceWar*. No entanto, de acordo com Zambon (2012), esses dois casos ocorreram isoladamente e em espaços muito exclusivos então não poderiam ser consideradas o marco inicial da história dos *videogames*.

Ainda assim, um estudante da Universidade de Utah chamado Nolan Bushnell era um jogador apaixonado pelo *game* desenvolvido por Russell, o *Spacewar*. Ele então se juntou com seu colega de universidade, Ted Deney, para desenvolver uma versão do *game* que pudesse ser jogada fora do ambiente universitário (O *Spacewar* rodava em um computador PDP-1, que na época custava 100 mil dólares) (HANSEN, 2016).

Durante os anos 60 houve a febre dos jogos de *arcade* (Fliperama), quando estudantes e alguns adultos gastavam todas suas moedas em máquinas de jogo do tipo *pinball* distribuídas em bares, restaurantes e outros estabelecimentos. A proposta de Bushnell e Deney era de criar um jogo compatível com um monitor que pudesse ser distribuído no formato de *arcade*, como os jogos de *pinball* que já existiam na época. E assim surgiu o Computer Space, que vendeu apenas 1500 unidades e foi considerado um fracasso. Bushnell atribuiu o fracasso à distribuidora do *game* e também ao nível de sofisticação do *game*, que requeria a leitura de instruções para jogar, o que uma pessoa que está em um ambiente de descontração como um bar nem sempre estaria disposta a fazer.

Em paralelo, desde 1951 o engenheiro alemão radicado nos Estados Unidos Ralph Baer estava trabalhando para uma empresa eletrônica de peças para aparelhos e televisão quando propôs, sem sucesso, a criação de um aparelho de televisão interativo. Em 1966, ou seja, quinze anos depois e quando ele ocupava uma posição de liderança em outra empresa, ele apresentou um protótipo de um console que, depois de várias etapas de desenvolvimento, evoluiu para o pedido de patente número US0012966A em 1971, que ficou conhecido como a Brown Box. A tecnologia inserida no Brown Box permitia que os usuários jogassem *games* através da manipulação de gráficos no aparelho de televisão. Um dos jogos inseridos na Brown Box foi um jogo de tênis de mesa. Esta patente, considerada o primeiro console de *videogame* caseiro, foi licenciada para a Magnavox, que a nomeou Magnavox Odyssey e a lançou no mercado em 1972. O console não foi o sucesso de público esperado, talvez por questões de compatibilidade

(só operava em aparelhos de televisão Magnavox), talvez por um equívoco do *marketing*, ou talvez ainda porque o público não estivesse preparado para esse tipo de entretenimento.

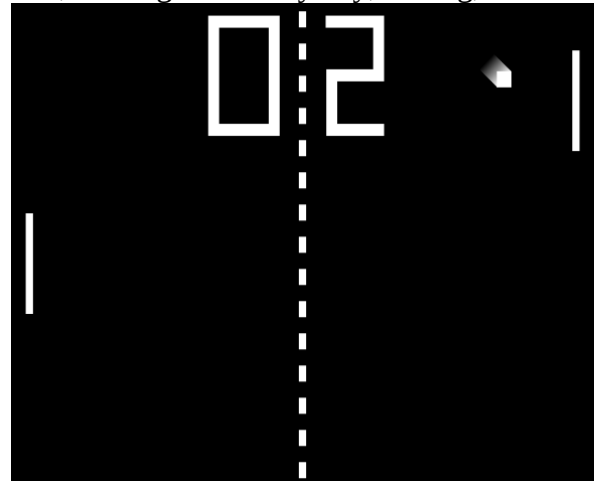
Bushnell, que estava se dedicando a criar um *game* em formato de *arcade* que fosse uma adaptação de um jogo já conhecido pelo público e que fosse simples o suficiente para atrair um público que estivesse em um momento de lazer, juntou-se com o programador Allan Alcorn para desenvolver o Pong, um jogo digital de tênis que se tornou o primeiro jogo eletrônico realmente popular e acessível. De acordo com Hansen (2016), a indústria de *videogames* nasceu em 29 de novembro de 1972, quando Bushnell instalou a primeira máquina de Pong no bar Andy Capps's Tavern, em Sunnyvale, Califórnia. O sucesso de Pong deu início à empresa Atari, que dominou o mercado de *videogames* nos anos 80.

Foi assim que o sucesso de Pong também ocasionou o primeiro processo judicial por infração de patentes de *videogames*, quando em 1973 a duas concorrentes da Atari, Allied Leisure Industries e Midway Manufacturing Inc., sobre o *layout* do quadro de circuitos de seus *videogames* de tênis, que eram versões para quatro jogadores do Pong (FORD, 2012, p. 3). No ano seguinte, a própria Magnavox iniciou processos judiciais por infração de patentes contra a Atari e outras concorrentes que estavam comercializando versões de Pong (KALAT, 2022).

Figura 1 - Interfaces dos videogames Table Tennis, da Magnavox Odyssey, e Pong, da Atari



Fonte: (PRIMERA..., 2019).
Interface de table tennis, Magnavox Odyssey



Fonte: (FILE..., 2022).
Interface de Pong, Atari

O que se seguiu ao Brown Box e ao Pong foi uma sequência de iniciativas, nem sempre bem-sucedidas, mas que estabeleceram uma cultura mundial de *videogames*, não somente nos Estados Unidos e no Japão, principais mercados dessa indústria, como em todo o mundo. Ainda

nesse período surgiram os *dedicated consoles*, consoles que tinham um único *game* inserido e não tinham cartuchos ou memória externa em que se pudesse jogar outros *games*.

A prática nos anos 70 eram os *games* vendidos em *hardwares* com softwares embutidos. Em 1976 surgiu o primeiro console que permitia a troca de cartuchos com *games* diferentes, desenvolvido pelo Fairchild Channel F. Em seguida, surgiram os icônicos Odyssey 2 e o Atari 2600, que tinha interface gráfica colorida (GALLAHER; PARK, 2002 apud PERUCIA, 2008).

Durante muitos anos, a Atari dominou o mercado estadunidense de *videogames*, chegando a responder por 80% dele em 1980. Em 1981, a Atari se tornou vítima do seu próprio sucesso, quando não conseguia mais atender à demanda do público estadunidense por mais títulos. Foi então que a própria Atari começou a comprar novos títulos compatíveis com o Atari 2600 por outras desenvolvedoras, que começaram a florescer para este fim. Uma dessas desenvolvedoras foi a Activision, que por sua vez começou a desenvolver jogos para o Atari 2600 de forma independente da própria Atari. Obviamente, a Atari tentou se opor a essa prática sem muito sucesso, e assim surgiu a figura do licenciamento de *videogames*, onde desenvolvedoras independentes criavam *games* compatíveis com o Atari 2600 e os licenciavam para a Atari mediante o pagamento de uma taxa (GALLAHER; PARK, 2002 apud PERUCIA, 2008).

Em decorrência da alta demanda e da velocidade com que os *games* eram colocados no mercado sem algum tipo de controle de qualidade, o mercado acabou sobrecarregado com jogos muitas vezes de baixa qualidade. Isso provocou queimas de estoque e baixas nos preços dos *games* pelas lojas. No Natal de 1983 a Atari anunciou publicamente os maiores prejuízos de sua história. O mercado de *videogames* na época ficou tão saturado que em 1984 a Atari enterrou no deserto do Novo México milhares de cartuchos do *game* ET, de baixíssima qualidade e desenvolvido às pressas para o Natal de 1983, e que foi um fracasso retumbante de vendas. A indústria estadunidense então viu a falência de várias pequenas desenvolvedoras, e o mercado de *videogames* despencou do faturamento de 3,2 bilhões de dólares de 1983 para 100 milhões de dólares em 1985 (KATZ, 1985).

Enquanto isso, o Japão vinha avançando no mercado de *videogames* e já estava operando nos Estados Unidos. A Nintendo, com sua estética mais lúdica e uma linha de *story telling*, já estava no mercado americano com o muito bem aceitos *Donkey Kong*, compatível com o Atari. A Nintendo lançou então seu próprio console, o *Nintendo Entertainment System* (NES), com uma política rígida de licenciamento, limite de desenvolvedoras e de *games* que pudessem ser lançados anualmente por elas, e tecnologia de ponta para evitar que cartuchos desenvolvidos por outros pudessem ser jogados nos seus consoles. Dessa forma, a Nintendo

passou a dominar o mercado estadunidense e chegou a ter participação de 80% do mercado em 1988. Em 1989, quando a Nintendo lançava no mercado estadunidense o Gameboy, que se considera o primeiro portátil, a empresa japonesa Sega emergia como um concorrente à altura (SHEFF, 1994).

De 1993 a 2002 presenciamos no mercado um número grande de empresas oferecendo *videogames* em consoles, mas também em outras plataformas, como fliperamas, computadores e consoles portáteis, e foi o período de consolidação das grandes desenvolvedoras de consoles no mercado. Em 94 foi lançado o primeiro console da Playstation, o *Playstation Controller*, houve uma intensificação dos *games* em *compact disc* (CD) e surgiram os *games* tridimensionais (3D). Em 1995 surge no mercado a Sony com seu console Playstation. O Playstation também inovou ao permitir que os usuários salvassem o jogo no ponto onde tinham parado de jogar, através de cartões de memória. Isso permitiu o desenvolvimento de *games* com narrativas mais longas. Neste mesmo ano a Sega lança o Sega Saturn. Estes dois consoles introduziram no mercado o CD em sobreposição ao cartucho de *videogames*. Essa inovação, ao mesmo tempo que facilitou a distribuição física dos *games*, também facilitou a grande onda de pirataria que surgiu nessa época. Em 1996, mesmo com o lançamento do Saturn pela Sega e do Nintendo 64, com capacidade gráfica duas vezes maior que os consoles da Sega e da Sony pelo preço das concorrentes, a Sony passou a liderar o mercado.

Os anos seguintes presenciaram uma disputa entre as empresas Sony, Sega e Nintendo pela liderança do mercado. Assim surgiram os consoles Dreamcast (1999), da Sega, Playstation 2 (2000), pela Sony, os Saturn e Dreamcast da Sega que não foram bem recebidos e levaram a Sega a se retirar do mercado de consoles e dedicar-se à criação de *games*, e o GameCube (2001), da Nintendo. Nesse ínterim, a Microsoft vinha se preparando para entrar no mercado de consoles com o XBOX, focando em um público adulto e com gráficos superiores aos da concorrência.

A nova geração de consoles que surgiu com o XBOX 360 em 2005, o Playstation 3 em 2006, e o Wii em 2003 apresentou consoles com capacidade gráfica e a possibilidade do console ter outros usos além de *videogames*, como ouvir música, assistir filmes e comunicar-se *on-line* com outros usuários. Os três consoles proviam acesso à internet, ofereciam serviços como redes sociais e lojas *on-line*, e tinham periféricos dinâmicos como sensores de movimento ou câmera. Esses consoles foram desenvolvidos para *gamers* do gênero *hardcore*, que dedicam grande parte de seu tempo e orçamento a *games*. O maior atrativo destes consoles era a possibilidade de interagir *on-line* e em tempo real com outros jogadores. Com o lançamento do WiiU em

2012 seguido do Playstation 4 e do Xbox One em 2013 surgiu uma nova geração de consoles com maior interatividade para o jogador e serviços de interatividade virtual de maior qualidade que os dos consoles da década anterior (ZAMBON, 2012).

A criação da Internet proporcionou às pessoas a oportunidade de jogarem com outros seres humanos em um ambiente *on-line*. A Distribuição digital que se seguiu ao uso da internet para jogar provocou um aumento estratosférico no consumo de *games*. A partir dela, o mercado deixou de ser restrito a pessoas que tivessem adquirido um console e qualquer pessoa em posse de um computador ou telefone celular se tornou um consumidor em potencial. E também a facilidade de acesso, onde os consumidores podem simplesmente descarregar o *game* escolhido em seus aparelhos ou jogá-los *on-line* no mesmo momento em que os adquirem, fez com que o mercado passasse a um mercado de 127 bilhões de dólares em 2020 (VALENTINE, 2021).

Essa situação se acentuou ainda mais com a pandemia do COVID 19, quando a própria Organização Mundial da Saúde, depois de ter incluído a *videogames* (*gaming disorder*) na sua Classificação Internacional de Doenças (ICD) (WHO, 2018), passou a recomendar o uso de *videogames* para combater a depressão e reduzir os efeitos do distanciamento social (WORLD..., 2020).

2.3 CLASSIFICAÇÃO DOS VIDEOGAMES

Os *games* podem ser classificados por plataforma ou por conteúdo.

A SOFTEX classifica os *games* por plataforma nas categorias console computador ou PC, aparelho celular e *tablet*, *handhelds* e consoles portáteis, TV digital e multiplataforma. O console é o equipamento que se conecta a um aparelho de televisão ou monitor de computador (STEFANUTO; TIGRE, 2005). Os consoles mais avançados são o Playstation 5 e o Xbox. Surgiram em 1972 e, de acordo com Granja (2015), foram os principais responsáveis pelo sucesso dos *game*, pois transformaram o uso da TV de um aparelho eletrodoméstico destinado à recepção de imagens em um aparelho que viabilizava a interação com seus usuários, transformados em *gamers*. Computadores ou PC são os aplicativos que se jogam através do computador. Podem ser vendidos em CDs ou DVDs, ou baixados *on-line*. Aparelhos celulares e *tablets* são jogos que se baixam no Google store ou no Apple store. *Handhelds* e consoles portáteis são aparelhos com recursos gráficos superiores ao celular que podem se destinar exclusivamente a *games* ou não (Ex: Nintendo Switch). TV digital consiste nos jogos que são rodados em TV digital e, por último, os multiplataforma são jogos que podem ser utilizados em mais de uma plataforma (consoles e consoles portáteis, por exemplo).

Esta classificação é reduzida em alguns casos (como na Newzoo) para console, PC e móvel/casual. Desta forma, os consoles operam por software dedicado, têm um alto custo para o desenvolvimento e uma ampla variedade de gêneros, o sistema é controlado pelos detentores da PI e o produto é oferecido de forma digital ou em caixa (*box*). Já os jogos para PCs operam em outros softwares (Windows, Mac ou Linus), possuem uma ampla variedade em preço e gêneros, não são dominados por um pequeno grupo, e a maioria das vendas é de forma digital. Os jogos para móvel/casual operam em *tablets* e telefones celulares, têm um desenvolvimento de baixo custo, apesar dos custos crescentes para desenvolver e da dificuldade em reter jogadores, são oferecidos em todos os gêneros, ainda que os *games* sociais e casuais dominem grande parte do mercado, e esta é a maior plataforma em termos de número de jogadores.

Outra forma de classificar os *games* apontada pela Softex é com relação ao conteúdo. A mesma Softex, estabelece a classificação por conteúdo em histórias interativas (RPG), jogos de estratégia, jogos de simulação, jogos de ação, jogos de aventura, jogos infantis, jogos de passatempo, esportes, educacionais e *advergames* (STEFANUTO; TIGRE, 2005).

Os jogos de histórias interativas (RPG) são jogos de interpretação de personagens (*Role Playing Games*) onde há um cenário (medieval, ficção científica, etc.) onde o *gamer* incorpora um determinado personagem. Exemplos de *games* deste tipo são The Witcher 3 e World of Warcraft.

Consideram-se de estratégia os jogos onde o *gamer* precisa criar estratégias, como *Age of Empires*, em que o *gamer* administra estruturas e unidades para derrotar o exército inimigo. Já os jogos de simulação são aqueles que podem ser utilizados para desenvolver uma competência, como simuladores de voo ou de cirurgias. O público alvo costuma ser o mesmo dos *serious games*, enquadrados na categoria de jogos educacionais mais abaixo.

Os jogos de ação e de aventura são os tipos de conteúdo mais antigos, com histórias simples, poucos comandos e facilidade de operação. Citamos como jogos de ação os *Tomb Raider* e *Mortal Kombat*, e como jogos de aventura aqueles em que o jogador digitava os textos de suas ações, como o *Mystery House*.

Os jogos infantis têm caráter educativo e interface simples para crianças. Podem apresentar características de quaisquer dos *games* acima. Os jogos de passatempo são programas simples e sem histórias incorporadas, como quebra-cabeças, palavras cruzadas e Sudoku. Já os jogos de esporte são aqueles que simulam esporte populares, como os desenvolvidos pela EA (FIFA, NFL, etc.)

Os jogos educacionais se destinam ao aprendizado e podem envolver características de quaisquer dos *games* mencionados acima. Nessa categoria se enquadram normalmente os *serious games*, que são jogos que vão além do propósito de entretenimento e se destinam a desenvolver habilidades. Eles se diferenciam dos simuladores porque normalmente não permitem a exploração do ambiente virtual.

Advergames é um termo criado por Anthony Giallourakis em 2000 juntando as palavras *Advertising* e *Video Games*. São jogos que visam promover marcas e produtos e criar engajamento. Eles são subdivididos de acordo com a inserção e interação da marca no jogo. Silva (2018) alerta ao fato que existe uma diferença entre os *in-game advertisings*, que são anúncios inseridos no contexto de *games* que se inserem na paisagem, mas não influenciam diretamente na jogabilidade do *game*, e os *advergames*, que são efetivamente *games* desenvolvidos em torno de uma marca. Exemplos de *advergames* no sentido estrito são Pepsi Man, Pepsi Invaders e Uber Driver. Há também os *advergames* que incitam o *gamer* a aderir a uma causa, como foi o caso do jogo *America's Army*, desenvolvido pelo Exército dos Estados Unidos com o objetivo de incentivar os jovens estadunidenses a se alistarem no serviço militar (SILVA, 2018).

Os *in-game advertisings* são os *games* onde marcas compõem a paisagem do *game*, em um *outdoor* ou um cartaz, por exemplo. Esse recurso é comum em *games* de esporte. Já os *dynamic in-game advertisings* são os *games* onde as marcas interagem com os avatares dos jogadores, por exemplo com a criação de um espaço virtual patrocinado por uma marca. No *product placement* as marcas incorporam o *game*, podendo ser a marca do carro que o jogador dirige ou algum acessório de marca disponível na loja virtual. Os jogos de engajamento, que visam estimular o jogador a apoiar uma causa. Além dessas categorias, há também os *pre-game ads*, onde os anúncios aparecem antes do jogo em si, os *games* em que os anúncios são exibidos em torno do jogo sem interferência na jogabilidade, os *interlevel ads*, que exibem anúncios aos jogadores quando eles passam de nível, e os *game skins*, que apresentam avatares (ou *skins*) patrocinados (SILVA, 2018).

2.4 AGENTES DO ECOSISTEMA

O ecossistema de *videogames* compõe-se de diversos agentes, que vão desde as grandes plataformas que hospedam os *games* até o usuário, passando por componentes eletrônicos, agentes da economia criativa e os setores de mobiliário e de confecção. A este universo vem se

juntando outros setores como os *eSports* e o ensino, que vem adotando sistematicamente componentes de gamificação à didática.

Ainda que este estudo vise especificamente o uso de marcas e desenhos industriais por desenvolvedores, enumeramos e explicamos em seguida os principais agentes do ecossistema de *videogames* que contribuem direta ou indiretamente para a geração de rendimentos e de empregos, e, por conseguinte para a movimentação de economia no setor.

O objetivo deste subcapítulo é familiarizar o leitor com as funções de alguns agentes da indústria que não são comumente encontrados em setores mais tradicionais. Ele não se destina a elaborar uma análise extensiva do setor.

Este subcapítulo se baseia na classificação elaborada por Greenspan (2022). Portanto, inicialmente apresentaremos as principais plataformas, depois enumeraremos e explicaremos os canais de distribuição e ao final identificaremos alguns dos atores (*players*) que contribuem para o desenvolvimento, promoção e consumo de *videogames*.

2.4.1 Plataformas

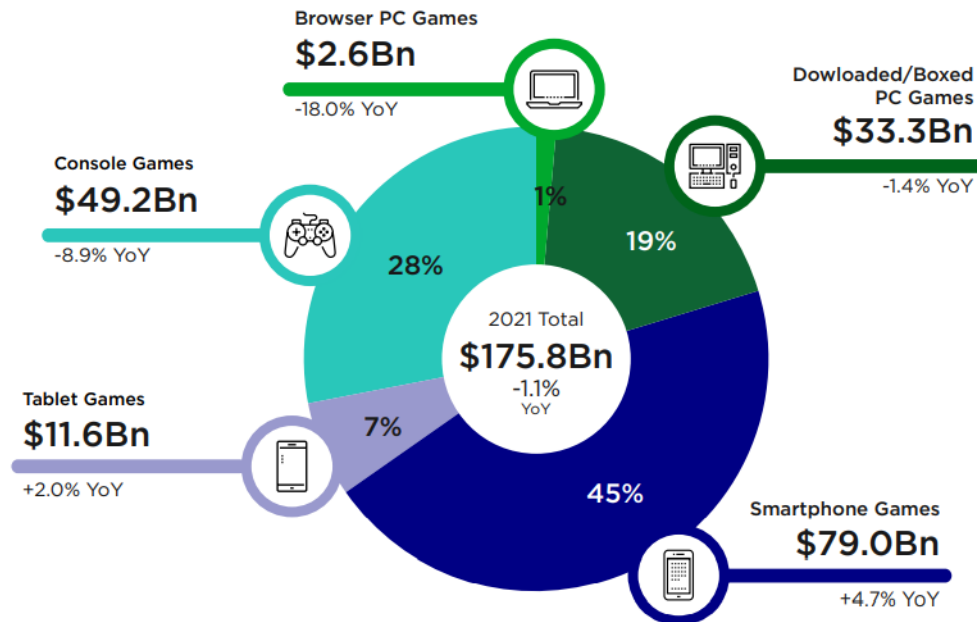
Em 2013, a indústria de *games* era dominada pelos mercados de consoles, que respondia por 80% dos rendimentos do setor. A expansão do mercado de celulares, com aparelhos com preços acessíveis e com qualidade superior, além do fácil acesso aos *games*, fez com que essa situação se revertesse (NEWZOO, 2021).

A figura abaixo foi extraída do relatório da Newzoo sobre o mercado mundial de *videogames* para 2021 e apresenta dados consolidados da indústria mundial.

Figura 2 - Rendimentos gerados pelo mercado mundial de videogames em 2021

2021 Global Games Market

Per Segment



Fonte: Newzoo (2021).

De acordo com o relatório da Newzoo de 2021, o mercado de *games* para telefones celulares e *tablets* ocupa mais da metade do mercado mundial de *games*, tendo gerado 90.6 bilhões de dólares em 2021. No entanto, as plataformas de console e PC ainda representam uma grande fatia da indústria, com Nintendo, Sony e Microsoft liderando o nicho. Os *games* de PC também vêm apresentando uma boa saúde com o crescimento dos *eSports* e das plataformas digitais e dos distribuidores digitais. Ainda que não dominem o mercado como há dez anos, as desenvolvedoras de consoles e *games* associados ainda gozam de uma excelente popularidade e geram rendimentos da ordem de 50 bilhões de dólares ao ano, de acordo com a NewZoo (2021).

Atualmente, este mercado é dominado por três multinacionais: a Nintendo com o Switch, a Sony com o Playstation e a Microsoft com o Xbox. Cada uma destas multinacionais tem sua área de domínio, ainda que os Estados Unidos respondam pelo maior consumo mundial das três. Com o lançamento do Playstation 5 e das Xbox séries S e X em 2020 que quebraram recordes de venda nos seus lançamentos, o mercado de consoles entrou em sua nona geração. Contudo, devido à escassez de matéria prima ocasionada pela epidemia da COVID-19 e da

grande base de jogadores de consoles de gerações anteriores como o Playstation 4, os desenvolvedores continuarão produzindo *games* para versões anteriores de seus consoles por alguns anos por vir (GREENSPAN, 2022).

Em julho de 2021 o console da Sony Playstation 4, lançado nos Estados Unidos em 2013, já tinha vendido mais de 116 milhões de unidades ao passo que o Console da Nintendo Switch, lançado em 2017, já tinha vendido mais de 89 milhões de unidades, e o Xbox, da Microsoft, lançado em 2013, tinha vendido ao redor de 50 milhões de unidades (BATCHELOR, 2018).

Já os *games* para celulares vêm ganhando fatias cada vez maiores do mercado em todas as regiões pela sua facilidade de acesso para os usuários e pelos custos relativamente baixos para os desenvolvedores de *games*. Acredita-se que o custo reduzido para o desenvolvimento de *games* para celular ocasionou uma expansão do mercado de desenvolvedores de *games*, anteriormente dominado pelos Estados Unidos e Japão, para outros países. Além disso, na China os consoles de *videogames* foram banidos até 2015, e as regulamentações que se seguiram à sua liberação dificultaram o consumo desta plataforma pelos chineses (CHEN, 2015). Isso levou a que o consumo de *smartphones* se tornasse muito popular neste que atualmente é o maior mercado de *games* do mundo em termos de rendimentos.

O mercado de *games* para celulares é subdividido entre o sistema operacional da Apple e o Google Play para Android, da Google. Os *games* disponibilizados pelo sistema operacional da Apple são jogáveis em Iphones e Ipads e adquiridos em uma plataforma (*app store*) supervisionada pela Apple, a Apple Store. Já os jogos do sistema operacional da Google são disponibilizados para usuários de todas as outras marcas de *smartphones* e *tablets* (GREENSPAN, 2022).

Além destas duas grandes plataformas de distribuição, outras *app stores* vêm surgindo, principalmente na China, onde o Google Play é banido. Estas plataformas são lideradas pelas principais empresas de *hardware* e telecomunicações, como Tencent, Huawei, Xiaomi e Vivo. De acordo com Mansoor (2022), estima-se que estes *app stores* estejam gerando rendimentos anuais da ordem de 8 bilhões de dólares.

Os *app stores* normalmente cobram um percentual sobre os aplicativos vendidos, que costumava ser da ordem de 30% para a Apple e Google. Recentemente, após um esforço conjunto da parte dos desenvolvedores de *games*, estas taxas foram reduzidas para 15%. Esta taxa, ainda que reduzida pela metade, ainda é considerada elevada pelos desenvolvedores, que continuam se mobilizando para que as *stores* as reduzam (MANSOOR, 2022).

O custo reduzido para desenvolvimento de *games* e a consequente maior oferta impõem riscos aos desenvolvedores que seus *games* não recebam muita visibilidade ou que seus *games* sejam clonados.

2.4.2 Canais de Distribuição

Apresentamos em seguida os principais canais de distribuição de *videogames* encontrados atualmente no mercado: o varejo, a distribuição digital e o *Cloud Gaming*.

Varejo

Para fins deste estudo, consideramos como varejo de *videogames* as lojas físicas que vendem *games* em forma de cartucho ou outras formas de suporte, para que sejam jogados independente de acesso à internet.

Com a expansão da distribuição digital, o mercado de varejo de *videogames* vem encolhendo em grandes proporções, de forma semelhante ao que aconteceu com as locadoras de filmes de videocassete no início dos anos 2000. Ainda assim, o varejo de *videogames* continua gerando rendimentos relevantes, pois apresentam diferenciais com relação aos *games* vendidos em plataformas digitais no que tange à forma de pagamento (é possível pagar por um *videogame* com notas de dinheiro no varejo), disponibilidade de internet (não é necessário acessar a internet com *games* de cartucho) e disponibilidade de memória no suporte com o qual se joga (ao baixar um *videogame*, ele passa a ocupar memória do telefone ou computador no qual é jogado). Também existe um público fiel que se adaptou muito bem ao formato de cartucho e não abandonará esse modelo.

Distribuição digital

A distribuição digital permite que o usuário carregue o *game* da sua preferência no seu aparelho pessoal (*tablet*, celular, console ou computador), sem precisar se dirigir ao varejo e adquirir um cartucho ou suporte similar. Esse recurso reduziu o custo dos *games* e, apesar de impor certos requisitos como acesso à internet e capacidade de banda, ainda assim vêm se tornando mais acessíveis e populares.

As vendas digitais incluem a modalidade *free to play*, na qual o usuário tem acesso gratuito a parte do conteúdo de um *game* (normalmente as fases iniciais) e precisa pagar para

continuar jogando. Batchelor menciona que os *games* na modalidade *free to play* representam 80% do rendimento total em jogos digitais em 2019 (BATCHELOR, 2020).

A distribuição digital é conveniente tanto para distribuidores como para usuários, e a tendência a que esse modelo se torne dominante no mercado vem se refletindo na indústria, que passou a lançar versões de consoles totalmente digitais, como a Xbox One X Series. Também hoje encontramos ecossistemas como o Google Stadia e o Quest Store, que se dedicam exclusivamente à distribuição digital (GREENSPAN, 2022).

O serviço de distribuição digital Steam, da Valve, atualmente lidera o mercado, com mais de um bilhão de contas registradas, representando a maior base de usuários existente. Contudo, a Epic Games Store, lançada em 2018 vem apresentando excelentes resultados, tendo levantado mais de 700 milhões de dólares estadunidenses em 2020 (YIN-POOLE, 2021). Além destes, há outros serviços de distribuição digital independentes como o Galaxy e o Humble Bundle da GOG, a Origin da EA e a Xbox Live Marketplace, da Microsoft

Cloud Gaming

A modalidade de *cloud gaming* consiste em acessar *games* através de servidores remotos em centros de dados (em nuvem), deixando de haver a necessidade de baixar games e salvá-los no console ou no PC. O usuário, dessa forma, não precisa ter espaço de memória em seu equipamento e consegue ter um acesso mais célere a uma grande variedade de títulos (ROACH; PARRISH, 2021).

O *cloud gaming* funciona como um serviço de streaming como a Netflix, com a diferença que o servidor que abriga o *game* também pode receber retroalimentação do usuário. Esta modalidade requer muita capacidade de Internet, o que poderia ser uma restrição ao seu uso. Contudo, com a expansão do acesso à Internet e ampliação dos planos de wifi, o *cloud gaming* vem sendo identificado como a próxima geração de distribuição. Apesar das grandes possibilidades, essa tecnologia ainda não está completamente amadurecida e vem enfrentando algumas críticas, sendo a principal delas o *delay*. Para que se tenha uma experiência positiva com *cloud gaming* é necessário ter uma disponibilidade larga de banda, principalmente para jogar *videogames*. Caso a banda seja reduzida, há um atraso (*delay*) entre as ações do *gamer* e a ação refletida na tela. Isso não só prejudica o desempenho do *gamer* como pode levá-lo a se frustrar e a se desinteressar pelo jogo (GREENSPAN, 2022).

Ainda assim, o *cloud gaming* tem um potencial imenso de alcance a usuários de mercados emergentes, principalmente onde o custo de consoles e computadores os torna inacessíveis para uma grande parcela da sociedade. A empresa de pesquisa de mercado Niko Partners estima que o número de usuários de *cloud gaming* na Ásia passará de 3 milhões em 2019 para 60 milhões em 2023, e ainda pode alcançar 500 milhões em 2028 (CLOUD..., 2019).

Estima-se que o modelo de negócios que virá a se tornar tendência no mercado de *cloud gaming* será a venda de assinaturas, pelas quais os usuários terão acesso a um determinado catálogo de *games* mediante o pagamento de uma mensalidade. Também há alguns provedores que oferecem *games* de forma gratuita mediante a inserção de publicidade ou com limitações de acesso para os usuários (que eles podem eliminar pagando por um acesso privilegiado), e alguns que vendem o acesso individual a um determinado *game*. Os maiores serviços de *cloud gaming* atualmente são o Google Stadia, o GeForce Now e o Xbox Cloud Gaming (ROACH; PARRISH, 2021).

A forma como os *publishers* são compensados no ambiente de *cloud gaming* varia de acordo com o distribuidor. Alguns distribuidores oferecem vantagens, garantias ou honorários fixos por número de acessos ou fixos para atrair os maiores *publishers*. Já para os *publishers* menores e desenvolvedores independentes, a plataforma *cloud gaming* pode ser bastante atrativa pelo potencial alcance que elas oferecem aos seus *games* (GREENSPAN, 2022).

2.4.3 Atores (*players*)

Passamos a analisar algumas das principais empresas, organizações, associações e profissionais (*players*) que atuam na indústria de *videogames*.

First Party Players

O termo *first party player* é utilizado para empresas que desenvolvem os consoles e também desenvolvem e publicam os *games*. No cenário atual, os maiores *first party players* são Microsoft, Nintendo, Sony e Valve.

A Microsoft passou de desenvolvedora de PCs e *games* para PC a desenvolvedora de consoles específicos para *videogames* em 2001, com o lançamento do Xbox. A Microsoft se firmou no mercado com distribuição digital e vem focando no modelo de assinatura e multiplataforma. A Microsoft tem mais de 20 estúdios para desenvolvimento de *games* dedicados em diversos países (MEITZLER, 2020).

A Nintendo, originalmente uma empresa de brinquedos japonesa, se lançou no mercado de *videogames* em 1983 e vem se mantendo estável no mercado pelos últimos 40 anos como líder no desenvolvimento de *games*. A empresa conta com vários desenvolvedores dedicados (*first party developers*), tanto internos quanto externos. A divisão de análise e desenvolvimento de entretenimento da Nintendo sua é principal desenvolvedora, mas a Nintendo também tem contratos de exclusividade com desenvolvedores dedicados ao redor do mundo.

Outra empresa japonesa de muita relevância no mercado de *games* é a Sony, que se lançou no mercado de *videogames* em 1994 com o Playstation. O modelo de negócios da Sony prevê contratos de exclusividade com uma série de *first party developers*, o que lhe confere um catálogo vasto de *videogames* exclusivos para Playstation.

A Valve desenvolve *games* para PC, então nem sempre é considerada uma *first party developer*. Ainda assim, a empresa baseada nos Estados Unidos é líder no desenvolvimento de *games* para PCs e vem desenvolvendo consoles para computador destinados unicamente a *videogames* (GREENSPAN, 2022).

Editores digitais ou publishers

Grande parte dos *games* disponíveis no mercado são desenvolvidos por estúdios independentes dos *first party players*. As editoras ou *publishers* são empresas que viabilizam a venda e distribuição destes *games*. As *publishers* cuidam das estratégias de *marketing*, capa, lançamento e distribuição (STEFANUTO; TIGRE, 2005).

As editoras exercem grande influência no mercado de *games* como um todo, pois são as empresas que fazem a ligação entre o desenvolvedor e o consumidor, principalmente no caso de desenvolvedores microempresários, compostas de jovens com muita qualificação técnica e criatividade, mas pouco acesso ao mercado.

Além de contratar desenvolvedoras, cuidar de licenças, testes, distribuição, *marketing* e programação visual, a *publisher* também é responsável pelo financiamento do desenvolvimento dos jogos. As *publishers* desenvolvem e distribuem *games* para todas as plataformas (consoles, PC e telefones celulares) e frequentemente contam com seus próprios estúdios de desenvolvimento de *games* além de terceirizarem desenvolvedores ou publicarem e distribuírem *games* de estúdios independentes (CARDOSO, 2013).

Tradicionalmente, as *publishers* comercializam *games* em todas as plataformas, mas recentemente esse cenário vem mudando e as *publishers* vêm se especializando em

determinadas plataformas. Algumas *publishers* se dedicam exclusivamente a *games* para telefones celulares ou mídia social.

Desenvolvedores

O desenvolvedor é a empresa que desenvolve o *videogame* ou contrata um terceiro para fazê-lo. É o responsável pelo desenvolvimento, promoção, comercialização e cobrança dos direitos relacionados com a sua exploração. O desenvolvedor é o detentor de todos os direitos de propriedade intelectual sobre o *videogame* (reprodução, comunicação ao público, exploração da marca, licenças de uso, etc.)

O desenvolvimento de um *game* consiste nas fases de *design*, criação artística e desenvolvimento tecnológico. O *design* define como funcionará o *game*, sua mecânica e sua interface. A criação artística define os aspectos visuais do jogo, modelagem gráfica e aspectos ornamentais, trilha sonora e os outros aspectos de ambientação do *game* (conhecido nos Estados Unidos como *look and feel*). Já o desenvolvimento tecnológico cuidará da programação do jogo. Aqui, além da tecnologia de *software* pré-criada para *games*, também se definirá a aplicação de inteligência artificial, rede para múltiplos jogadores, entre outros (PERUCIA, 2008).

Os desenvolvedores independentes são pessoas ou empresas que além de desenvolver os *games*, publicam seus próprios produtos.

Outros agentes: prestadores de serviço, suporte técnico, distribuidoras e locadoras

Além destes principais agentes, há uma série de profissionais liberais e estúdios que atuam no mercado de *videogames*, mas que não se dedicam exclusivamente ao mercado. Costumam ser prestadoras de serviços com base em contratos de terceirização para os desenvolvedores ou para os *publishers*. São estes: estúdios de animação e arte, de som e dublagem, de captura de movimento, laboratórios de teste, agências de *marketing* e publicidade, gravadores de CDs, etc.

Suporte técnico são os parceiros que disponibilizam tecnologia aos desenvolvedores, normalmente de forma gratuita. São as desenvolvedoras de *software* de desenvolvimento, como Microsoft e Apple, fabricantes de processadores e fabricantes de processadores gráficos

Já as distribuidoras fazem a ponte entre os *publishers* e o varejo. O distribuidor adquire estoques dos *games* produzidos por um determinado *publisher* e os revende.

As locadoras de *videogames* são empresas que adquirem cópias em caixa de *videogames* e disponibilizam temporariamente para usuários mediante o pagamento de uma locação. Esse modelo de negócio, que tinha caído em desuso e sido praticamente extinto em 2019, recuperou o fôlego durante a pandemia. Além das locadoras físicas, há serviços de locação de *videogame on-line* como Evolution Games e Playgame, que se fazem valer de um modelo de negócio semelhante ao da Netflix para locação de filmes no início dos anos 2000.

Consumidores

Usuários finais são os que adquirem a licença para jogar o *videogame*. Em alguns casos, podem receber remuneração pelo uso do *videogame*, quando se tornam *streamers* ou *casters* jogando em plataformas de *streaming* ou *broadcast*, ou atletas de *eSports*, quando passam a competir profissionalmente.

Perucia (2008) subdivide os *gamers* em aficionados (*hardcore gamers*), os muito competitivos (*core gamers*), os que preferem jogos de aprendizado e com alguma complexidade, e casuais (*casual gamers*), que normalmente não se consideram jogadores, e jogam para passar o tempo.

Entende-se por *broadcasters* e *streamers* os jogadores que se fazem valer de plataformas *on-line* ou de televisão (especializadas, como o Twitch, ou variadas, como o Youtube) para se retransmitir jogando ou comentando sobre *videogames* para outros consumidores interessados. Os rendimentos de um *streamer* podem chegar a 40 milhões de dólares americanos, como foi o caso do *streamer* Tyler Blevin, conhecido como Ninja (WALLIN, 2022). Eles podem ser autônomos e obter rendimentos através da oferta de assinaturas aos seus seguidores, o recebimento de moedas virtuais dos usuários, como a Bit do Twitch ou por doações em espécie, através de acordos de publicidade ou com parcerias para divulgação de produtos de plataformas (se um usuário adquirir um jogo da Amazon enquanto estiver assistindo a uma transmissão, o *streamer* recebe uma percentagem da venda) (ENTENDA..., 2021).

Os *streamers* também podem ser contratados por uma plataforma (caso do Facebook Gaming), por empresas como o Gaulês, que foi contratado pela KaBum! (SENA, 2022) ou por times de *eSports*

Também no campo de *eSports* encontramos tipos de usuários que faturam com os *games*. Com relação às premiações de campeonatos, ainda que os grandes torneios de *eSports* tenham distribuído mais de 90 milhões de dólares em prêmios em 2020 (ABREU, 2020), grande

parte dos campeonatos têm premiações irrisórias e os valores, apesar de não se equipararem aos dos esportes tradicionais mais populares como futebol e tênis, ultrapassam os das premiações de esportes tradicionais como atletismo, remo ou ciclismo (PEREIRA, 2014, p. 55).

Quanto à profissionalização na área, o *eSport* abre uma ampla gama de empregos para diversos profissionais: dentro de uma equipe costuma haver, além dos atletas e do técnico, o diretor, os departamentos jurídicos, de *marketing*, de recursos humanos, os produtores de conteúdo, etc. Por causa da estreita relação entre os *eSports* e a internet, a produção de conteúdo é uma das principais fontes de divulgação e de receita para a equipe.

3 OS DIREITOS DE PROPRIEDADE INTELECTUAL E OS VIDEOGAMES

O mercado de *videogames* gera um volume considerável de rendimentos. No entanto, o desenvolvimento dos *games* em si também envolvem orçamentos que podem ser maiores que os da produção de filmes de Hollywood (GREENSPAN, 2022). Além do custo, por se tratar de um produto multimídia, os *games* envolvem um número grande e variado de profissionais que, por sua vez, dedicarão horas de trabalho especializado para o desenvolvimento de elementos específicos de um *game*.

Estes aspectos são convertidos em valores que estão refletidos seja no preço do *game*, seja na publicidade embutida nos *advergames*, ou outras formas de engajamento e monetização. Assim, é importante para os *players* envidar as medidas necessárias para a proteção de seus investimentos e esforços, e a propriedade intelectual consiste em uma ferramenta importante para garantir tal proteção.

Os jogos eletrônicos podem ser enquadrados em diversos tipos de proteção por propriedade intelectual. Por exemplo, o *hardware* pode ser protegido por patente ou topografia de circuitos integrados, o *software* pode ser protegido por direitos autorais e seus componentes artísticos por desenhos industriais e em alguns casos marcas, e ainda verificamos a incidência de proteção por indicações geográficas, concorrência desleal, e outros ativos reconhecidos em alguns países como *trade dress*, conhecimentos tradicionais e direitos de personalidade. De acordo com Pimentel e Borges Barbosa (2022), cada um destes componentes pode conferir direitos com maior ou menor oponibilidade (*enforceability*), que podem fortalecer a proteção e apropriabilidade com maior ou menor intensidade.

Os *videogames* não são amparados em âmbito internacional por uma tutela específica, mas cobertos no marco de diversos tratados internacionais para categorias específicas de ativos de propriedade intelectual envolvidos.

Desta forma, o artigo 2 do Convênio de Berna, que define as obras suscetíveis de proteção por *videogames*, não especifica que os *videogames* estão incluídos nesta categoria. No entanto, o Tratado de OMPI de Direitos de Autor (o *WIPO Copyright Treaty*, ou WCT) estabelece em seu artigo 4 que os programas de computador estão amparados como obras literárias no âmbito do artigo 2 da Convenção de Berna. Já o Acordo sobre Aspectos da Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio (ADPIC ou TRIPS, pelo seu acrônimo em idioma inglês) estabelece em seu artigo 10.1 que os programas de computador se protegem como obras literárias no marco da Convenção de Berna.

Considerando que o cerne dos *videogames* é a criatividade humana de um grupo de indivíduos, temos em um único *videogame* a contribuição criativa de diversos agentes. Assim, a propriedade intelectual está intrinsecamente ligada a esta indústria.

Componentes distintos de *videogames* podem ser protegidos sob direitos distintos de propriedade intelectual. Dessa forma, a razão social e logotipo de empresa ou do título do *videogame* podem ser protegidos como marcas, as inovações técnicas podem proteger-se como patentes, código fonte e roteiro por direitos autorais, e assim por diante.

Esse capítulo se dedica a demonstrar de forma resumida e genérica como os diferentes componentes de *videogames* podem ser protegidos por direitos de propriedade intelectual. Cumpre ressaltar que, ainda que haja tratados internacionais estabelecendo padrões mínimos de proteção, cada país dispõe de um conjunto de leis específico que inclui especificidades, como patentes de *software* (EUA), marcas sonoras (existente em vários países, mas não em todos), desenhos não registrados (disponíveis na UE) e direitos sobre bases de dados (disponíveis na UE).

3.1 DIREITOS DE AUTOR

A OMPI define direitos de autor como os direitos dos criadores sobre suas obras literárias e artísticas. A Organização, em seu *website*, continua a definição de direitos autorais mencionando que os direitos autorais cobrem “desde livros, músicas, pinturas, esculturas e filmes até programas de computador, bases de dados, anúncios, mapas e desenhos técnicos” (WIPO, [2022a], tradução nossa). Por causa da ampla cobertura, duração da proteção (normalmente 70 anos a partir do falecimento do autor), flexibilidade e inexigência de formalidades para o registro, os direitos autorais costumam ser a forma de proteção mais utilizada pela indústria de *games*.

Ao contrário do que ocorre com obras literárias, artísticas e científicas, ou mesmo com outras obras audiovisuais como filmes, os *videogames* não costumam ser listados em legislações nacionais de direitos autorais como passíveis de proteção. Contudo, quando analisamos componentes de *videogames* isoladamente, percebemos que muitos destes derivam de criações do intelecto humano e, portanto, são passíveis de proteção por direitos de autor. Assim, no que tange aos *videogames*, os direitos autorais podem proteger o roteiro, a trilha sonora, os personagens, as histórias de passagem de fase, o conceito dos personagens, a concepção artística, as reproduções de obras arquitetônicas e vários outros componentes (GREENSPAN, 2013).

Com relação especificamente a programas de computador, os artigos 4 do Tratado de Direitos de Autor da OMPI (WCT) e 10(1) do Acordo de Direitos de Propriedade intelectual Relacionados ao Comércio (Acordo TRIPS), da Organização Mundial do Comércio, estabelecem que programas de computador devem ser entendidos como passíveis de proteção por direitos autorais no contexto do artigo 2 da Convenção de Berna (artigo que define as obras que podem ser protegidas por direitos de autor) (WIPO, [2022c]; WTO, 2022). Esse entendimento deriva do fato de programas de computador consistirem em uma sequência de palavras, números e símbolos armazenados em algum tipo de mídia que se convertem em códigos fonte.

Porém, existe um entendimento equivocado que a totalidade dos *videogames* pode ser protegida por este ativo. Como a proteção por direitos autorais exige somente como pré-requisito que a obra seja fixada em meio tangível (nos Estados Unidos) ou no momento da expressão da criação (na União Europeia e nos países de tradição de direito continental), a obtenção de proteção por direitos autorais acaba sendo muito mais simples e barata que a proteção por outros ativos de propriedade intelectual como marcas, patentes e desenhos industriais (GREENSPAN, 2022).

A duração mínima da proteção de uma obra por direitos autorais de acordo com a Convenção de Berna, o tratado internacional por excelência sobre a proteção de direitos autorais adotado em 1886 e administrado pela Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI), é de 50 anos após a morte do autor (WIPO, [2022c]). Legislações nacionais vêm expandindo o termo dessa proteção, podendo chegar a até 100 anos após o óbito, como é o caso do México (INDAUTOR, [2020]).

Ainda cabe verificar que diferentes países podem prever exceções para casos específicos, como quando o autor é um veterano da Segunda Guerra Mundial - as obras de Antoine de Saint Exupéry, autor do Pequeno Príncipe e morto em combate em 1944, só entrarão em domínio público na França em 2032. Além disso, os Estados Unidos, que só aderiram à Convenção de Berna em 1988, têm um sistema complexo de prazos de proteção de direitos autorais dependendo do ano da publicação da obra e outras disposições, como renovação do registro após 28 anos para obras publicadas antes de 1978.

Com relação a *videogames*, alguns países preveem durações específicas em suas legislações. É o caso dos Estados Unidos, que concedem 95 anos de proteção para as obras criadas depois de 1978 e 120 anos para obras corporativas, e a infração a direitos autorais pode

resultar em penas de até USD 150,000 nos Estados Unidos e penas de prisão, especialmente em casos de venda ou distribuição não autorizadas (GREENSPAN, 2022).

Vejamos o caso do *videogame* Donkey Kong, publicado em julho de 1981: por se tratar de obra corporativa publicada depois de 1978, a proteção da obra nos Estados Unidos por Direitos Autorais se estende até 2102. Adicionalmente, de acordo com a legislação estadunidense, obras derivadas do *videogame* como camisetas, desenhos animados, livros etc. também gozam de proteção por direitos autorais até o vencimento da proteção da obra original (no caso, 2102).

Ao criar componentes de um *videogame* passíveis de proteção por direitos autorais, o autor também deve levar em consideração a proteção por direitos autorais sobre obras as quais ele se inspira. Este é o caso particularmente para obras derivadas, ou seja, obras que se originam de uma obra pré-existente. Ocorre que uma obra derivada costuma incluir componentes originais (por exemplo, um *videogame* que desenvolve uma arma que não estava prevista no livro original), misturar elementos de outras obras, ou ainda, inserir elementos desenvolvidos pelos seus usuários (*User Generated Content*, ou UGC), o que acaba tornando as relações bastante complexas. Ou ainda, quando uma obra literária gera um filme, que por sua vez gera um *videogame*, que por sua vez gera uma série de *streaming*.

O desenvolvedor também deve levar em conta o domínio público de obras protegidas por direitos de autor: a proteção por direitos autorais tem um limite no tempo e, decorrido um prazo previsto em lei, passa a ser de domínio público. Ou seja, seu uso prescinde de autorização por parte do criador. Convém ainda ressaltar que em casos de mitos ou lendas ou outras histórias muito antigas que remontam ao imaginário popular para as quais já foram criadas outras obras derivadas (por exemplo, lendas do folclore brasileiro), é necessário verificar se a nova obra não está colidindo com elementos existentes nestas obras derivadas a fim de assegurar-se que não há violações de direitos autorais.

No universo de *videogames*, é comum que um tema seja utilizado por vários desenvolvedores, como por exemplo um fato histórico (o dia D, da Segunda Guerra Mundial) ou um campeonato de futebol ou de luta. Neste caso, aplica-se a doutrina de *scènes à faire*, que exclui da proteção por direitos autorais expressões de ideias que são características de um gênero (por exemplo, cactos e cangaceiros em um *game* ambientado no sertão do Nordeste).

Ao lidar com obras criativas, também é importante verificar as limitações aos direitos de autor. Ou seja, as situações nas quais não é necessário obter a autorização do detentor dos direitos para explorar a obra (resguardando sempre o direito do autor de ser creditado e reconhecido como tal).

A Convenção de Berna estabelece em vários pontos do seu texto que cada país é livre para estabelecer determinados critérios com relação aos limites à proteção dos direitos de autor, que geralmente englobam textos oficiais, citações, discursos políticos e notícias. Além disso, o artigo 9 da Convenção estabelece em seu item dois que os países membros poderão estabelecer em suas legislações nacionais situações em que as obras podem ser reproduzidas sem o consentimento do autor, com a condição que isso aconteça em casos especiais, que não afetem a exploração comercial da obra e não prejudique injustificadamente os interesses legítimos do autor (BRASIL, 1975). Os autoralistas chamam esse conceito da regra dos três passos (*three-step test*).

Foi assim que cada país estabeleceu seus próprios critérios para determinar o que seria limitação aos direitos autorais (desde que estivessem dentro do que foi determinado na Convenção de Berna, especialmente levando em consideração o *three-step test*). Os países latinos, que adotam o sistema de *droit d'auteur*, optaram por criar listas de situações onde se admite a reprodução não autorizada. Já os países anglo-americanos, que adotam o sistema de *Copyright*, adotaram uma série de critérios, deixando para a interpretação do judiciário quando uma situação se enquadra nos critérios de limitação, ou seja, quando se acomoda na doutrina do *fair use*, ou usos honrados. Essa doutrina acabou sendo adotada também por outros países, como a Coréia do Sul, Israel e Singapura.

No escopo de direitos autorais, ainda existe um conjunto de direitos morais, que são direitos personalíssimos atribuídos ao autor da obra. Os dois principais direitos morais previstos em tratados internacionais são o direito a ser reconhecido como titular da obra (direito à paternidade ou à titularidade), e o direito de não ter a obra mutilada ou transformada a ponto de acarretar prejuízos à moral do autor. Legislações nacionais costumam adicionar outros direitos morais a estes (GREENSPAN, 2022).

Ao contrário dos outros direitos autorais, conhecidos como direitos patrimoniais, os direitos morais são intransferíveis e não se extinguem com o tempo. Ou seja, ainda que a obra esteja em domínio público, os herdeiros do autor ainda podem se opor a que ela seja exposta sem atribuição da titularidade ou de forma que prejudique a moral do antepassado que a criou.

Algumas legislações podem ainda impor que os direitos morais devem ser declarados expressamente para que sejam válidos, e outras preveem que os direitos morais podem ser renunciados, no todo ou em parte. Algumas legislações, como a estadunidense, ainda definem que os programas de computador não são passíveis de proteção por direitos autorais. Portanto,

é raro nos depararmos com questões relacionadas a direitos morais com *videogames*, ainda que existam.

3.2 DIREITOS CONEXOS

Direitos conexos são os direitos conferidos a intérpretes e executantes, produtores de fonogramas, empresas radio difusoras e, mais recentemente, atores (*performers*). No contexto dos *videogames*, este conjunto de direitos oferece amparo jurídico a um grupo importante de pessoas que contribuem para o desenvolvimento de *videogames*.

Tomemos por exemplo o caso do *videogame Guitar Hero*, desenvolvido pela norte americana Activision. Trata-se de um jogo de ritmo, no qual a música toca no monitor e o jogador simula comandos em um controlador para marcar um instrumento musical da canção. Este *videogame*, desenvolvido para consoles multiplataforma, dispõe de controladores em formato de guitarras nos quais os jogadores acionam determinados controles para marcar o ritmo de músicas que são expostas no monitor. Versões mais recentes do jogo passaram também a incluir controladores em formato de bateria e de microfone.

O jogo se tornou um fenômeno cultural e econômico e, em 2009 já tinha gerado mais de dois bilhões de dólares em vendas no varejo (GUITAR..., 2009).

O *Guitar Hero* ficou conhecido no meio musical por sua capacidade de aumentar consideravelmente as vendas digitais das canções que são incluídas nos *games*. Um caso emblemático deste efeito foi o que ocorreu com a banda Aerosmith que, em 2007 licenciou 29 canções juntamente com o uso da marca e a imagem dos componentes da banda para que a Activision lançasse o *game Guitar Hero: Aerosmith*. O *game* vendeu 600,000 cópias já na primeira semana, gerando 25 milhões de dólares em vendas no varejo. De acordo com o CEO da Activision, Bobby Kotick, o *game Guitar Hero: Aerosmith* gerou mais rendimentos aos membros da banda que qualquer um de seus álbuns (AEROSMITH..., 2014).

A Activision normalmente licencia os direitos autorais e conexos sobre as canções inseridas em seus *games*, e quando não é possível licenciar os direitos conexos, a empresa terceiriza uma equipe de músicos para fazer versões *cover* das canções.

E foi assim que em 2007 a Activision obteve uma licença de sincronização da EMI sobre os direitos autorais da canção *What I Like About You*, composta e interpretada pela banda The Romantics em 1979. Este tipo de licença permite que o licenciado faça uma nova gravação da composição para fins comerciais. A versão gerada pela equipe de músicos do estúdio

WaveGroup Sound foi então inserida na edição *Guitar Hero: Rock the Eighties*, em 2007, junto com outras 29 canções de outras bandas dos anos 80.

Alguns membros da banda the Romantics entenderam que a versão *cover* era muito semelhante à versão original a ponto de induzir os consumidores em erro e ajuizou um processo junto à Corte Distrital de Michigan contra a Activision para que retirasse do mercado o *game* em sua totalidade alegando concorrência desleal, violação dos direitos de publicidade e violação do direito sobre as marcas (*Lanham Act*). Na ocasião, o tribunal decidiu a favor da Activision (MICHIGAN, 2008).

3.3 PATENTES

A patente é um contrato social entre o Estado e o titular de uma invenção: o Estado confere ao titular uma proteção ampla sobre essa invenção em seu território por um período pré-determinado e, em contrapartida, o titular explica detalhadamente o funcionamento da sua invenção, que poderá ser utilizado por todos fora do território ou depois do prazo em que a proteção é conferida.

A patente confere ao seu titular o direito de impedir que terceiros reproduzam para fins de comércio ou comercializem suas invenções dentro do território onde a proteção foi conferida por um tempo determinado por lei (período mínimo de 20 anos de acordo com a Convenção da União de Paris). Consideram-se passíveis de proteção por patentes invenções que sejam novas, tenham atividade inventiva e aplicabilidade industrial.

Do ponto de vista de *videogames* encontramos dois agrupamentos onde podemos encontrar invenções passíveis de serem protegidas por patentes: o *hardware*, incorporando controladores, consoles, fones de ouvido, mouses, teclados, e outras incorporações tangíveis, e o *software*, envolvendo os programas de computador, sistemas operacionais, recursos de interação e comunicação, entre outras invenções intangíveis.

As tecnologias embutidas em *hardware* são mais fáceis de serem identificadas, especificadas e explicadas em um relatório descritivo de um formulário de pedido de registro de patentes, e sua aplicabilidade industrial é mais facilmente comprovada. Por isso, é mais comum encontrarmos proteções a patentes relacionadas a *hardware* que a *software* na indústria de *videogames*.

Já no caso de *software* existe uma insegurança maior com relação à concessão da patente. Em um primeiro momento, *softwares* ou programas de computador costumam ser

excluídos de patentabilidade, como veremos adiante. Ademais, entende-se que a patente é uma solução técnica para um problema, e ainda que invenções para *videogames* possam ser aplicadas para *serious games* e simuladores, entende-se que as invenções associadas a *videogames* têm fins de entretenimento e, portanto, não constituem uma solução técnica para um problema (ainda que possam ser aplicados para razões profissionais como os *serious games*), e sim um artefato para fins de entretenimento.

De acordo com Marques (2016, p. 4), um programa de computador é um “acervo de instruções sequenciadas que aplicam um algoritmo”, e algoritmo é um “expediente técnico geral de resolução de um problema”.

O processo de obtenção de patentes, caro (pode chegar a USD30,000 nos Estados Unidos) e demorado, não se adapta ao modelo de negócios de *videogames*. Seria de se imaginar que o registro de patentes no mercado mundial não seria frequente devido aos custos e à insegurança. No entanto, as tecnologias relacionadas com computador representaram o terceiro maior campo onde se buscaram registros de patentes europeias em 2021 (PATENT OFFICE FOR EUROPE, 2021), o que indica uma urgência por parte da indústria na pacificação da possibilidade destas invenções serem protegidas por patentes.

Além disso, muitos países se opõem à proteção por patentes a programas de computador. A própria Convenção Europeia de Patentes, em seu artigo 52(2), exclui os programas de computador da proteção por patentes, e no inciso (3) prevê que não são excluídos da patentabilidade elementos de programa de computador “na medida em que o pedido de patente europeia ou a patente europeia se refira a um desses elementos considerados como tal” (PORTUGAL, 1991). Isso vem sendo interpretado no sentido de conferir patentes a *softwares* que produzam um efeito técnico que não reflita unicamente sobre o *software* em si.

Um *software* pode ser considerado para proteção por patentes quando o programa afeta processos que acontecem fora do sistema do computador; quando o programa opera de maneira independente do próprio computador; quando o programa leva o computador ou o sistema a operar de uma maneira nova; quando o programa aumenta a capacidade do sistema informático, ou quando o programa supera um problema identificado em sistemas informáticos.

A Convenção Europeia de Patentes ainda exclui da proteção por patentes esquemas, regras ou métodos para jogar jogos, se reclamados como tal. O Quadro Técnico de Apelações do EPO (TBA) tende a rejeitar pedidos de patentes para programas de computador que se destinem a aperfeiçoar operações internas ou performance de computadores, por isso entende-se que a tendência do TBA é de rejeitar patentes para algoritmos e programas de computador. Contudo, os países que aderiram à Convenção Europeia de Patentes (EPC) não são obrigados

a acatar as decisões do TBA, e por isso concessões de patentes sobre programas de computador divergem. Por exemplo, enquanto a Itália e a Finlândia não excluem a possibilidade de conceder patentes sobre programas de computador para IA contanto que sejam depositadas como Invenções Implementadas por Computador (*Computer Implemented Inventions* ou CIIs), a Alemanha, a República Checa, a Irlanda e a Espanha proíbem expressamente proteção por patentes a programas de computador (FOSS-SOLBREKK, 2021).

No entanto, decisões do TBA ao longo da história demonstram uma imprevisibilidade e dificuldade em obter proteção por patentes a algoritmos e *videogames*, pois é difícil comprovar atividade inventiva e novidade. Por isso, a insegurança jurídica e o alto custo de uma patente levam que desenvolvedores não se arrisquem pela via de obtenção de proteção de patentes (FOSS-SOLBREKK, 2021).

A única maneira de obter proteção por patentes a um *videogame* na Europa é que a invenção produza um efeito técnico que não incida sobre o *game* como tal. Greenspan (2022) menciona que regras ou efeitos que sirvam para manter o interesse dos jogadores ou que tornem a jogabilidade atrativa não seriam considerados para proteção por patentes, pois se tratam de efeitos psicológicos e não técnicos.

Um exemplo desta situação é o caso T. 0012/08, em que a corte de apelações do escritório europeu de patentes concedeu a proteção por patentes à Nintendo pela mecânica de jogo do Pokémon que associava a probabilidade de um Pokémon aparecer a uma determinada hora, vinculando o programa a um relógio. No caso, a Corte considerou que essa funcionalidade tinha um efeito técnico posterior (EPO, 2009).

Outra situação onde existe segurança que a patente será concedida a um invento relacionado a *videogame* é quando ela está associada a um *hardware* de *videogame* (como o Wii da Nintendo, ou o Playstation). No caso T1504/17, a corte europeia concedeu proteção por patente à Nintendo sobre o uso de um sensor de movimento embutido no controlador que determinava como os objetos dispostos no *game* eram selecionados e expostos no monitor. Neste caso, a corte do EPO considerou que a patente regia uma maneira técnica de controlar um objeto em um espaço virtual, e não sobre um aspecto do *game* (EPO, 2020).

Quando uma invenção relacionada a um programa de computador atinge os parâmetros de patenteabilidade de acordo com as legislações nacionais, ela ainda vai precisar atingir os pré-requisitos de novidade, atividade inventiva e aplicabilidade industrial.

Por atividade inventiva entende-se que a invenção é inovadora a ponto de um perito na área técnica não a considerar apenas uma consequência natural de uma determinada mistura de

elementos. Ou seja, um especialista na área, ao ser confrontado com um determinado problema técnico, não chega naturalmente à invenção para a qual se postula a patente.

De acordo com Marques (2016, p. 25), no caso o especialista seria um engenheiro informático, e o problema técnico seria um paradigma orientado a um objeto. O objeto em questão possui três componentes: a estrutura dos dados, as funções ou operações executáveis, e a interface.

Ocorre que grande parte dos programas de computador são soluções a problemas relacionados com a adaptação dos *softwares* e linguagens já existentes a realidades específicas para *gamers* (por exemplo, um sistema de coleta de pagamentos para colecionáveis de jogo). Ou seja, são problemas relacionados com a construção dos programas e com a ligação dos periféricos. Assim, grande parte das invenções relacionadas a programas de computador para *videogames* são adaptações de sistemas e linguagens sobre sistemas e programas já conhecidos e, portanto, podem carecer de atividade inventiva aos olhos de um especialista (FOSS-SOLBREKK, 2021).

Alguns países, como o Brasil, ainda preveem nas suas legislações a figura do modelo de utilidade, que é uma invenção cuja atividade inventiva não seja tão alta como a das patentes. A proteção por modelo de utilidade confere uma exclusividade sobre a proteção por um período normalmente mais curto que o previsto em lei para patentes. Normalmente os procedimentos e taxas de exame também são mais céleres que das patentes.

Os modelos de utilidade não são contemplados na legislação americana e, ainda que haja previsão de proteção por modelos de utilidade em alguns países da União Europeia, não há uma harmonização das legislações na União. Eles podem ser uma alternativa para os casos onde a patente não é possível.

3.4 SEGREDOS DE NEGÓCIO

O segredo de negócio foi previsto como ativo de propriedade intelectual no Acordo de Direitos de Propriedade Intelectual relacionados ao Comércio (TRIPS) em seu artigo 39.2 (WTO, 1994). O Acordo dispõe que informação não divulgada pode ser passível de proteção à condição que seja secreta, tenha valor comercial por ser secreta e que seu titular tenha tomado medidas adequadas e razoáveis para que seja mantida secreta. Este Acordo, que prevê padrões mínimos de proteção à propriedade intelectual por seus Estados Membros, estabelece que o titular de informação confidencial tem o direito de impedir que terceiros divulguem ou comercializem essa informação sem sua autorização. A violação a segredos de comércio normalmente incorre em multas e compensações de prejuízos. Normalmente, não há pena

criminal por infrações a segredos de comércio, ainda que não haja restritivo por acordo multilateral que impeça essas imposições (GREENSPAN, 2021).

Cabe mencionar que engenharia reversa não constitui violação de segredos de comércio. Ou seja, se um concorrente conseguir encontrar a informação cujo titular esteja tomando todas as medidas razoáveis para manter secretas, este concorrente não estaria cometendo nenhuma infração e, portanto, não estaria sujeito a qualquer tipo de penalidade.

Qualquer tipo de informação que possa ser mantido em sigilo e que não esteja sujeito a engenharia reversa é, em princípio, passível de proteção por segredos de comércio. Exemplos de ativos sujeitos a proteção por este instituto são listas de *e-mail* de *players* de um *videogame on-line*, dados de *gamers* ou usuários de plataformas de *streaming*, ferramentas de desenvolvimento, *software* e algoritmos. A proteção é válida pelo tempo que o desenvolvedor conseguir manter a informação sigilosa (ou seja, que não seja descoberta através de engenharia reversa ou que seja deliberadamente publicada pelo próprio titular da informação), e a única formalidade necessária para a obtenção deste tipo de proteção é poder comprovar, através de contratos de confidencialidade ou documentos similares, que foram empreendidos esforços razoáveis para manter a informação em sigilo (GREENSPAN, 2022).

As legislações dos Estados Unidos e da União Europeia já dispõem de legislações específicas sobre segredos de negócio: os Estados Unidos com o *Federal Trade Secrets Act* de 2016 e o *Uniform Trade Secrets Act*, incorporado pelos Estados de forma independente, e a União Europeia com a Diretiva de Segredos de Comércio da EU. De acordo com estas legislações, o principal aspecto que a informação não divulgada deve ter para ser considerada um segredo de comércio é que o seu titular tenha tomado medidas adequadas para manter a informação em sigilo. Os segredos de negócio prescindem de qualquer tipo de registro e consequente custo com registros, e sua proteção pode ser feita de forma quase que imediata.

Tendo em vista a insegurança da proteção por patentes a invenções e algoritmos associados a *videogames*, é comum que desenvolvedores lancem mão desse tipo de proteção para seus ativos. No entanto, este tipo de proteção é um desvio do propósito original dos segredos de negócios, que foi de proteger a relação entre o empregador e o empregado, e quando utilizados para proteger o que deveria ser protegido por PI, podem obstruir o acesso à informação em casos civis e criminais. Os segredos de comércio são a única forma garantida de proteção atualmente para algoritmos; os algoritmos da Google, do Facebook e da Yahoo estão protegidos desta maneira. Contudo, esta forma de proteção não garante direitos exclusivos à informação, e depende que medidas cabíveis sejam tomadas a fim de garantir a

confidencialidade do ativo. Desta forma, os desenvolvedores se veem obrigados a manter sigilo sobre seus algoritmos e, assim, impedem acesso aos mesmos, o que pode ser de interesse público (FOSS-SOLBREKK, 2021).

3.5 DESENHOS INDUSTRIAIS (DIS)

O Comitê de Práticas Profissionais da *World Design Organization* (WDO), em sua 29ª Assembleia Geral, revisou a definição de desenho industrial, que passou a ser a seguinte:

O desenho industrial é um processo estratégico de solução de problemas que impulsiona a inovação, constrói o sucesso nos negócios e leva a uma melhor qualidade de vida por meio de produtos, sistemas, serviços e experiências inovadores. O desenho industrial preenche a lacuna entre o que falta e o que é possível. É uma profissão transdisciplinar que utiliza a criatividade para resolver problemas e co-criar soluções com a intenção de aperfeiçoar um produto, sistema, serviço, experiência ou negócio. Em sua essência, o desenho industrial oferece uma maneira mais otimista de olhar para o futuro, reenquadrando os problemas como oportunidades. Ele vincula inovação, tecnologia, pesquisa, negócio/s e clientes para fornecer novo valor e vantagem competitiva nas esferas econômica, social e ambiental (WDO, [2022], tradução nossa).

Já a Organização Mundial da propriedade Intelectual (OMPI), em seu *website*, determina que “em seu sentido jurídico, um desenho industrial é o aspecto ornamental de um item. ” (WIPO, 2022d, tradução nossa). Desta forma, entende-se como *design* a atividade inovadora voltada ao aperfeiçoamento de produtos e solução de problemas, enquanto desenho industrial se refere ao aspecto ornamental aplicado a um produto industrializado que é passível de proteção pelos países membros da OMPI.

Este aspecto ornamental pode ser protegido como desenho industrial mediante registro e exame, como é o caso no Brasil, ou como patente de *design*, sob a égide da legislação patentária, como é o caso dos Estados Unidos. Ainda em alguns casos como Reino Unido ([2022]) e Moldova (2007), os desenhos industriais também podem ser protegidos por direitos autorais, conhecidos como *unregistered industrial designs*. No caso, os *unregistered designs* são protegidos automaticamente sem necessidade de registro ou pagamento de taxas. Porém, a proteção conferida através do registro formal constitui uma proteção com aspectos e duração definidos pelo governo do país onde o registro é concedido e, portanto, mais fácil de fazer valer ante tribunais. O fato dos desenhos industriais poderem ser protegidos de três formas diferentes de acordo com a legislação nacional faz com que ele seja conhecido como um sistema híbrido.

Nos países onde a proteção é concedida mediante legislação patentária (patente de *design*), o pedido de registro é sujeito a um exame substantivo onde o examinador verifica novidade e originalidade e a proteção concedida se equipara em oponibilidade à da patente. Já nos casos onde a concessão é contemplada como desenho industrial, como é o caso do Brasil e da Austrália, o pedido de registro não passa por um exame substantivo e o registro é concedido mediante preenchimento de formalidades e pagamento de taxas (exame formal). Este sistema reduz os custos e acelera o processo de registro. Contudo, em casos de controvérsias jurídicas, a proteção é passível de um exame de mérito (PIMENTEL; BORGES BARBOSA, 2022).

De acordo com Cornwell (2019), o Tribunal de Justiça da União Europeia não apresenta muitos casos de controvérsia relacionados com desenhos industriais, sendo o primeiro caso a apresentar questões de mérito diretamente relacionadas com desenhos industriais o caso *BigBen vs. Nintendo*, de 2017 (UNIÃO EUROPEIA, 2016). Neste caso, a japonesa Nintendo Co. Ltd moveu uma ação contra a alemã BigBen Interactive GmbH e sua *parent company*, a francesa Bigben Interactive AS. No caso, a BigBen produzia acessórios para jogos eletrônicos compatíveis com os consoles Wii, de titularidade da Nintendo, e reproduzia manuais e embalagens protegidas por meio de desenhos industriais de titularidade da Nintendo. Isso motivou a Nintendo a alegar infração de seus desenhos industriais registrados ante à União Europeia (conhecidos como *community designs*). O Tribunal Europeu entendeu que se tratavam de citações de um desenho industrial para fins didáticos e, portanto, não constituíam infração a desenhos industriais conferidos. O autor considera que esta decisão se prestou a enfraquecer a oponibilidade de direitos sobre desenhos industriais a fim de incentivar o livre comércio.

No Brasil, os desenhos industriais, assim como todos os outros ativos de propriedade industrial, são regidos pela lei 9279/96, conhecida como a Lei de Propriedade Industrial (LPI). O procedimento de registro de desenhos industriais está disposto na LPI no seu título II, artigos 94 a 121. Pela legislação brasileira, o autor que tenha o registro de seu desenho industrial concedido tem garantido um direito temporário de “usar, gozar e dispor de sua obra: explorá-la, comercial e industrialmente de modo exclusivo” (QUEIROZ, 2020, p. 92).

O artigo 95 da referida LPI define desenho industrial como “a forma plástica ornamental de um objeto ou o conjunto ornamental de linhas e cores que possa ser aplicado a um produto, proporcionando resultado visual novo e original na sua configuração externa e que possa servir de tipo de fabricação industrial” (BRASIL, 1996). O Manual de desenhos industriais instituído a partir da Resolução INPI/PR no. 232/19 extrapola essa definição em seu item 2.4 para estabelecer como requisitos para registrabilidade que o desenho apresente: aspecto ornamental,

novidade, originalidade, configuração externa e tipo de fabricação industrial. Este mesmo manual apresenta diretrizes que condicionam todos os pedidos de registro de desenhos industriais no Brasil e, conseqüentemente, influenciam o registro de interfaces gráficas: como esse manual não define parâmetros para o registro de interfaces gráficas, essas seguem as mesmas diretrizes aplicadas a ornamentações de superfície (QUEIROZ, 2020).

3.5.1 Interfaces gráficas (GUI)

Entende-se por interfaces gráficas de usuários (doravante referidas como interfaces gráficas) o componente visual que estabelece a ponte entre o usuário e o sistema operacional. Ou seja, são os componentes de computação gráfica (ícones, telas de exibição, personagens animados, animações em geral) que se destinem a que a experiência do usuário seja prazerosa e agradável. É o visual de um programa (ou no caso, *game*).

A interface gráfica é um componente de extrema importância para o êxito de um *videogame*, pois afeta não só a percepção estética do *game* como também sua navegabilidade e jogabilidade. Um menu ou um ícone que sejam difíceis de compreender podem comprometer a performance do jogador e seu interesse por aquele *game*. Elas também são de extrema relevância para a identificação do público (temas mais lúdicos ou mais realistas, por exemplo) e para a acessibilidade do *game* a usuários com deficiências.

Pela sua natureza, a interface gráfica poderia ser objeto de proteção por direitos autorais, *trade dress*, marcas ou desenhos industriais. De acordo com Stigler, desenhos industriais constituiriam uma proteção mais ampla para as interfaces gráficas que direitos autorais e *trade dress*. Contudo, essa proteção é custosa e demasiado extensa para a proposta das interfaces gráficas, e essa duração interferiria no equilíbrio entre os interesses do criador e os da sociedade. A autora inclusive propõe a criação de um sistema *sui generis* de proteção, e outros autores sugerem que a proteção de interfaces gráficas deveria ser completamente excluída do sistema de propriedade intelectual, pois a exclusividade favoreceria somente as grandes empresas e emperraria a inovação (STIGLER, 2014, p. 220). No entanto, a proteção de interfaces gráficas por desenhos industriais é prevista em vários países e é prevista na classe 14-04 da Classificação Internacional de Locarno para o registro de desenho industrial (classe 14-04) desde a sua 8ª edição, publicada em 2004.

A lei e normas brasileiras não preveem explicitamente a proteção de interfaces gráficas por desenho industrial. No entanto, o Manual de desenhos Industriais instituído pela Resolução

INPI/PR 232/19², o manual que estabelece as diretrizes de exame de pedidos de registro de desenhos industriais, estabelece interfaces gráficas para ilustrar formas de formatação de títulos de registro de DIs e o uso de linhas pontilhadas em uma figura de um pedido de registro (PIMENTEL; BORGES BARBOSA, 2022).

3.6 MARCAS

Para Ramello (2006, p. 548, tradução nossa), “a marca é um símbolo utilizado em atividades econômicas por um produtor ou vendedor para identificar um produto ou serviço em específico”. A marca tem a função primária de indicar procedência e diferenciar produtos e serviços uns dos outros.

Ainda que a marca em si não faça alusão à qualidade do produto, ela serve para criar uma relação de lealdade e confiança entre o cliente e o produto quando a experiência com o produto é boa.

Além disso, o registro de marcas é relativamente barato e célere, não expira com o tempo contanto que as marcas sejam renovadas dentro dos prazos estabelecidos, e confere a proteção à marca quanto ao surgimento de uma marca idêntica no mercado, também de marcas semelhantes a ponto de causar confusão. Para ser registrado como marca, o símbolo deve ser novo, distintivo, lícito e verdadeiro.

O requisito de novidade para marcas, em contraste com o que se requiere para patentes, se refere somente à sua novidade no mercado onde ela atua. Ou seja, se por exemplo a marca girassol tiver sido registrada em um país para a comercialização de vestuário, nada impede que o mesmo nome (Girassol) seja registrado no mesmo país para a comercialização de alimentos dietéticos. Isso porque a função da marca é de distinguir produtos e serviços de um comércio dos da sua concorrência.

No caso dos *videogames*, a marca ainda exerce a função de identificar compatibilidade. Um *videogame* normalmente apresenta três marcas: a marca com o nome do jogo em si, a marca da desenvolvedora, que serve como um identificador do tipo de *game* que se apresenta (se o desenvolvedor for a Nintendo espera-se um *game* com uma apresentação visual mais lúdica e com um componente forte de *storytelling*, por exemplo), e a marca do console onde o *videogame* pode ser jogado. As três marcas influenciam a decisão de compra do usuário (GREENSPAN, 2013).

² INPI (2019).

Ainda que o registro de marcas não seja compulsório em países de *common law*, ele fornece uma garantia mais formal ao titular da marca que seus direitos sobre ela serão resguardados. Além disso, o registro da marca é imprescindível para a criação de uma marca forte que possa ser usada como um ativo intangível, para obtenção de empréstimos ou que valorize o valor de revenda de uma empresa. Já nos países que seguem a tradição do direito continental e na União Europeia, a marca deve ser registrada junto ao escritório nacional ou regional de propriedade industrial e utilizada dentro de um prazo de cinco anos a partir da concessão do registro para que tenha sua proteção conferida.

Em alguns países da União Europeia ocorre que marcas não registradas que tenham alcançado algum nível de reconhecimento por parte de um grupo de consumidores se oponham ao registro de marcas junto ao seu escritório nacional ou junto ao Escritório Europeu de marcas. É o caso da Alemanha, Itália, Irlanda e Suécia. Este tipo de marca não registrada deve cumprir determinados requisitos como o reconhecimento do público, e sua proteção só é conferida no espaço geográfico onde ela é comercializada (GREENSPAN, 2022, p. 82).

Ainda que em um primeiro momento qualquer símbolo capaz de distinguir os produtos e serviços de uma empresa possam ser identificados e registrados como marcas, alguns países impõem certas condições e restrições ao que pode ser registrado.

Um exemplo muito clássico dessas restrições é o próprio Brasil, que dispõe no artigo 122 de sua lei de propriedade industrial (Lei 9279/96) que as marcas devem ser sinais distintivos “visualmente perceptíveis”. Essa definição legal exclui da proteção por marcas os sinais que não são visualmente perceptíveis, como os olfativos e sonoros, e que já são passíveis de proteção pela maioria das legislações. Isso é especialmente crítico no caso de *videogames*, onde há registros de marcas sonoras por grandes desenvolvedoras, como por exemplo o barulho de moedas para o Super Mario e um som robótico falando Playstation para a Sony (CONFERENCE..., 2022).

No campo das marcas não tradicionais (as que não são visualmente perceptíveis), a União Europeia em 2017 retirou dos seus requisitos de registrabilidade a exigência que as marcas fossem possíveis de serem representadas graficamente. Com isso, o Escritório Europeu de marcas passou a receber pedidos de registro como o pedido 017282203 (APLICATIVO..., 2017), para um vídeo clipe que demonstra a mecânica da *kill cam* da série de *videogames* Sniper Elite (em março de 2023 esse pedido ainda estava na fase de exame). Esse dispositivo é conhecido como *gameplay mechanics*, cuja tradução poderia ser mecânica de jogo, ou a forma necessária para se jogar um *game* (por exemplo, se é um jogo de cartas ou de tiro...). Esse ativo é particularmente difícil de ser protegido, pois estão expressamente excluídos da proteção

patentária, e não têm originalidade suficiente para serem protegidos por direitos autorais. Com isso, de acordo com Lobov (2018), a jogabilidade passa a ser copiada por outros desenvolvedores e surge no mercado uma onda de clonagem de *games*, e o registro como marca de um video explicando a mecânica do jogo poderia ser uma ferramenta poderosa para garantir a vantagem competitiva de uma desenvolvedora original em relação às desenvolvedoras que não investem neste setor. Por outro lado, este registro pode se tornar um restritivo importante ao mercado, pois se, por exemplo, a Atari, desenvolvedora de Pac Man, tivesse obtido proteção sobre a mecânica de um *game* de labirinto móvel onde o herói encontra diversos obstáculos por onde passa, grande parte dos *games* atuais não existiriam.

Portanto, ainda que a normativa da União Europeia preveja em princípio o registro de animações e mecânicas de jogos como marcas multimídia, ainda não é possível antecipar se esses registros serão efetivamente concedidos e se servirão como uma ferramenta eficiente de controle de cópias de elementos de jogabilidade.

No campo das marcas visualmente perceptíveis, entende-se como marca forte aquela que não tem significado relacionado com o produto ou serviço ao qual ela está associada. Também é requisito para a concessão de registro que ela não seja descritiva. Ou seja, *videogame* não seria um nome possível de registro para a comercialização de *videogame*, mas poderia ser registrado para comercializar frutas, e vice-versa.

Outro requisito para que a marca seja registrada é que não seja conflitiva com outra marca já registrada para produto ou serviço igual ou semelhante. No campo de *videogames*, já presenciamos alguns casos em que desenvolvedoras tiveram que enfrentar casos judiciais ou fazer acordos envolvendo somas de dinheiro que poderiam ter sido evitadas com uma busca prévia ou uma estratégia.

Por exemplo, em 2003 a Microsoft planejava lançar um *videogame* do tipo *Massive Multiplayer Online* chamado Mythica. Ocorre que já existia uma desenvolvedora de *games* dessa linha com a marca registrada Mythic Entertainment. Tendo em vista o conflito eminente entre as duas marcas, a desenvolvedora Mythic ajuizou um processo contra a Microsoft por infração de marcas e concorrência desleal. O acordo atingido pelas partes dispunha que a Microsoft desistiria dos pedidos de registro estadunidenses sobre a marca Mythica e cedeu à Mythic os direitos aos pedidos de registro e registros efetuados no exterior, e os nomes de domínio (FRITO, 2004).

Outro caso recente é o processo que a banda Iron Maiden, representada pela *Iron Maiden Holdings Ltd*, está movendo contra a desenvolvedora 3D Realms por infração de marca

e de nome de comércio, falsa designação de origem ou patrocínio, falsa propaganda, diluição de marca e concorrência desleal, porque a empresa estava desenvolvendo um *game* com o título Iron Maiden. Neste caso, a banda possui o registro da marca Iron Maiden para diversas categorias, incluindo para *games* de computador. Em novembro de 2022 o caso ainda não tinha sido decidido, mas a desenvolvedora decidiu modificar o título do *game* para Ion Fury (NEALON, 2019).

Um aspecto interessante do uso de marcas em *videogames* é a inserção de marcas de produtos e serviços não necessariamente relacionados com *videogames* na interface do *videogame* em si, a fim de conferir maior autenticidade e uma experiência mais realista ao usuário.

Um caso emblemático que foi decidido recentemente pela corte Distrital de Nova Iorque foi o processo por infração de marcas, *trade dress*, concorrência desleal, falsa designação de origem, falsa propaganda e diluição que a desenvolvedora de carros AM General moveu contra a desenvolvedora de *games* hiper-realistas Activision Blizzard, por ter incluído marcas (nominativas e tridimensionais) de seu veículo militar Humvee na franquia de *videogames* Call of Duty, que simula uma guerra no deserto no século XXI. No caso em questão, a Corte entendeu que o interesse da Activision era proporcionar uma experiência realista aos seus jogadores, e o uso da marca era justificado para o propósito de relevância artística. A corte também entendeu que o uso da marca não estava induzindo ao consumidor em confusão, uma vez que a natureza das partes era muito distinta (uma fabricante de automóveis e uma desenvolvedora de *videogames*) (NEW YORK, 2020b). Portanto, a alegação de infração de marcas não foi considerada procedente.

3.7 OUTROS ATIVOS DE PROPRIEDADE INTELECTUAL

Ainda que não seja tão comum sua incidência, podemos encontrar alguns casos interessantes de proteção de outros ativos de propriedade intelectual no campo de *videogames*.

Com relação às indicações geográficas, é possível identificar entre os usuários algumas associações entre os *videogames* e a origem dos mesmos. Assim, *videogames* japoneses tendem a ser associados com *games* de caráter lúdico com storytelling e os *games* americanos podem ser associados com *games* hiper-realistas. Essas associações, juntamente com esforços governamentais para a criação de *clusters*, podem dar ensejo ao uso de indicações geográficas para promover *videogames* no futuro próximo.

No Brasil, o Parque Tecnológico Porto Digital de Pernambuco obteve uma denominação de procedência para serviços de TI. Ainda que não seja uma proteção por indicação geográfica específica para *videogames*, ela também abrange os *videogames* desenvolvidos no Porto. É o único caso de proteção por indicação geográfica a *videogames* que se tem notícia no Brasil.

Os ativos relacionados com conhecimentos tradicionais, recursos genéticos e expressões tradicionais de cultura variam desde manifestações culturais a medicina tradicional e vêm sendo desenvolvidos por comunidades nativas por gerações e através dos séculos.

Entende-se por conhecimentos tradicionais o conjunto de conhecimentos, habilidades e saber fazer que foram passados através de gerações e formam parte da identidade cultural de um povo (WIPO, [2022b]). As expressões tradicionais de cultura se referem às manifestações artísticas (músicas, danças, culinária, arquitetura, estamparia, técnicas de artesanato) que tornam aquela cultura única (WIPO, [2022b]).

Já os recursos genéticos são os materiais genéticos e biológicos encontrados em uma região e utilizados por um determinado povo para um uso normalmente medicinal ou cosmético (WIPO, [2022b]). A proteção de recursos genéticos, conhecimentos tradicionais e expressões tradicionais de cultura pela via da propriedade intelectual vem sendo pleiteada por povos indígenas de muitas nações há mais de 20 anos. Contudo, não há uma pacificação sobre o assunto. Ainda que pareça absurdo, é possível encontrar estes ativos em *videogames*, e inclusive garantir que alguma proteção seja oferecida a estes ativos por meios de *videogames*.

Casos emblemáticos do uso da proteção por conhecimentos tradicionais, expressões tradicionais de cultura e recursos genéticos em *videogames* são os que envolvem comunidades tradicionais ou povos originários. No Brasil, um grupo de antropólogos se associou a membros da tribo Kaxinawá, no Acre, para desenvolver um *videogame* contendo elementos da cultura da tribo, incluindo conceitos da filosofia *Huni Kuin*, conhecimentos sobre propriedades medicinais de plantas, cantorias tradicionais, pinturas corporais, histórias e lendas. O resultado desta parceria foi o *videogame Huni Kuin: Yube Baitana* (os Caminhos da Jiboia), disponível em *creative commons* gratuitamente em português, inglês, espanhol e hatxã kuin. A coautoria foi atribuída ao coletivo *Beya Xinã Bena* (Cultura da Nova era), um coletivo de produções indígenas audiovisuais. Parte dos rendimentos relacionados com o *videogame* se destinaram à instalação e manutenção de benfeitorias em aldeias da tribo identificadas pelos seus próprios habitantes.

Assim, em 2017 nove aldeias já contavam com luz solar instalada com recursos levantados com o *videogame*. Estima-se que o projeto iluminou 100 lares ao longo das sete aldeias, beneficiando de 500 a 1.000 pessoas. Os desenvolvedores também ofereceram duas oficinas para os povos Huni Kuin, em introdução à informática e formação e em produção audiovisual (filmagem e edição) (MENESES, 2017).

No campo de propriedade industrial, temos ainda as topografias de circuitos integrados que se relacionam com *videogames*. O circuito integrado, ou *chip*, é o circuito eletrônico que se aplica sobre um semicondutor para exercer alguma função. Ele é utilizado em quase todos os equipamentos eletrônicos e, consequentemente, no *hardware* e periféricos utilizados para jogar *games*. A topografia do circuito integrado é desenho do layout deste circuito, que pode ser protegido como propriedade industrial em alguns países por meio de uma proteção *sui generis*, pois entendeu-se que estas topografias não se enquadrariam em nenhum tipo de proteção já existente. Assim, nos países que protegem circuitos integrados, esses devem ser originais para gozar de proteção, e a topografia deve ser registrada ou explorada comercialmente. Tal como no caso das patentes, a topografia pode ser protegida por um titular e um autor, que não será necessariamente a mesma pessoa (PATENT..., [2022]).

No Brasil, a proteção à topografia de circuitos integrados é regulada pela lei 11.484/2007 e está sujeita a registro junto ao INPI. Ao contrário do que ocorre com programas de computador, as topografias são sujeitas a exame quanto à sua originalidade. Uma vez concedida, o titular tem direitos exclusivos de explorar a topografia e excluir o uso de terceiros por dez anos a partir da data da concessão ou da primeira exploração (sujeito a determinados limites legais, como ocorre com os direitos autorais). Tal como ocorre na patente, a topografia de circuitos integrados também pode ser objeto de uma licença compulsória (PROPRIEDADE..., 2017).

As marcas de certificação são marcas que certificam a conformidade de determinados produtos e serviços com determinadas normas técnicas, e também podem ser aplicadas a *videogames*. A estadunidense Gaming Laboratories International é um laboratório de testes de cassinos, *iGaming* e loterias certificado pela ISO, que por sua vez emite a certificação GLI para jogos eletrônicos e de azar de acordo com os padrões ISO a produtos testados e aprovados pela empresa (GAMING LABS, [2022]). A empresa emite certificações a sistemas, componentes e dispositivos de jogos para cassinos, *iGaming* e loterias. Além disso, presta serviços de auditoria, segurança e certificações a loterias, e capacita funcionários de empresas a desenvolverem produtos e serviços de acordo com os padrões ISO (GLI University). A empresa está presente

em 480 jurisdições e vem participando das discussões para a regulamentação de apostas esportivas no Brasil (PRESENÇA..., 2022).

No Brasil, aplica-se também à indústria de *videogames* a marca de certificação Inmetro, emitida pelo Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia, para serviços de “regulamentação metrológica, avaliação de conformidade, verificação e fiscalização de instrumentos de medição e mercadorias pré-embaladas, manutenção e disseminação das unidades de medida e pesquisa científica” (INMETRO, ©2012).

Ante o exposto acima, e considerando a importância econômica das indústrias criativas para o PIB de nações em uma era de capital majoritariamente intelectual- mais de 80% do PIB dos Estados Unidos advém de *royalties* de intangíveis (MFS..., 2021) – passamos a seguir a analisar algumas políticas de incentivo e estratégias para o desenvolvimento da indústria digital, com ênfase para os *videogames*, adotadas pelas nações que têm uma posição de liderança em relação aos rendimentos gerados pela indústria de *games*.

4 POLÍTICAS DE INCENTIVO À INDÚSTRIA DE VIDEOGAMES NO EXTERIOR

De acordo com o Newzoo, o Brasil ocupa o décimo lugar mundial em termos de geração de rendimentos com *videogames*. Os nove países precedentes são China, Japão, Coreia do Sul, Alemanha, Reino Unido, França, Canadá e Itália, de acordo com a figura abaixo:

Figura 3 - Maiores mercados mundiais em geração de rendimentos

	Market	Revenue (USD)	Players
1. 	China	50.18B	742.19M
2. 	United States	47.62B	197.16M
3. 	Japan	22.01B	78.1M
4. 	South Korea	8.48B	33.8M
5. 	Germany	6.84B	49.76M
6. 	United Kingdom	5.73B	39.1M
7. 	France	4.27B	39.34M
8. 	Canada	3.64B	21.91M
9. 	Italy	3.12B	37.64M
10. 	Brazil	2.69B	100.74M

Fonte: Newzoo ([2021]).

Como se pode constatar na figura acima, ainda que o Brasil ocupe a décima posição nesta lista em termos de rendimentos, a diferença entre o Brasil e a China, que está na primeira posição, é superior a 47 bilhões de dólares. Para fins de conhecer melhor os maiores mercados em termos de rendimentos e como eles alcançaram este patamar, pesquisamos algumas políticas de incentivo e estratégias de ingresso no mercado, que apresentamos neste capítulo. Optamos pelo estudo dos oito maiores mercados de acordo com a Newzoo porque compreendemos que se tratam de casos de sucesso na comercialização de *games* que compreendam algumas políticas e estratégias que possam ser aplicadas no Brasil.

4.1 CHINA

A China, que não tinha uma tradição de *videogames*, hoje é o principal mercado, em número de consumidores e geração de renda, e também em desenvolvimento de *games*, publicação, distribuição e desenvolvimento de *software* e *hardware*. Durante os anos 90, a China ascendeu como mercado de liderança no setor criativo, ultrapassando rapidamente os Estados Unidos e Japão, que tradicionalmente predominavam neste mercado. No setor de *games*, o país ultrapassou a liderança estadunidense em volumes de vendas no setor e a chinesa Tencent atualmente ocupa a primeira posição da lista de 100 empresas de *game* mundiais (KIM; KANG, 2009).

Ainda que pareça um mercado promissor, o governo da China impõe certas restrições. Em 2000, o governo da China proibiu a venda de consoles de *videogames* no país. Além disso, para comercializar *videogames on-line*, as empresas deveriam obter diversas licenças e apresentar especificações complexas. Essas medidas restringiram o acesso ao mercado de *games* principalmente para empresas estrangeiras. Como exemplo, a Apple Store teve que retirar 39,000 *games* da sua plataforma por não terem recebido o selo de aprovação (LI, 2020). A Epic Games também anunciou em 2021 que desistiram de continuar tentando obter o selo do governo da China depois de ter passado dois anos testando o *game* em versão beta no país (KAIN, 2021).

Outro requisito para a distribuição de um *videogame* no mercado chinês é que o desenvolvedor deve trabalhar com uma empresa com base na China. O governo impõe suspensões temporárias de novos lançamentos e também já impediu acesso a mercados de *games* provindos de determinados países (entre 2017 e 2020 os *games* vindos da Coreia do Sul foram proibidos), restrições ao tempo de uso de *videogames* a usuários, e regulações imprevisíveis (GREENSPAN, 2022, p. 24).

Na seara das regulações, a China impõe restrições com relação a conteúdos sexuais, violentos, políticos ou com distorções de fatos históricos. De acordo com Greenspan (2022, p. 24), algumas das regulações são vagas, em constante mutação e difíceis de serem previstas. A China também vem dando sinais de que pode vir a emitir novas restrições com relação a fatos históricos, religião e gêneros dos personagens (ROUSSEAU, 2021b). De acordo com Cardoso (2013), isso se deve à visão chinesa que os *videogames* são um instrumento de promoção da cultura nacional junto à população mais jovem e um meio de impedir que eles sejam influenciados pela cultura de outros países.

O governo da China também impõe uma censura ao conteúdo de internet e impõe medidas de vistoria e inspeção. Estas medidas dificultam a entrada de desenvolvedoras de conteúdo estrangeiras na China, a ponto do Facebook ter se retirado do mercado chinês em 2009. Em decorrência da mudança da Google para Hong Kong em 2010, a Google e os seus aplicativos (como Youtube e Playstore) também não estão disponibilizados para os chineses (KIM; KANG, 2019).

No final dos anos 90, quando começou a investir no desenvolvimento da indústria de *videogames*, o governo Chinês não impôs medidas punitivas a infrações de direitos de propriedade intelectual no ambiente *on-line*. Kim e Kang (2019) mencionam o caso do processo que a sul-coreana Wemade moveu contra a chinesa Shanda em 2003, por infração de direitos de propriedade intelectual do *game* The Legend of Mir, da Wemade, pelo jogo Mir-World, da Shanda. Na época, posicionamentos do governo chinês levaram a Wemade a desistir do processo e buscar um acordo com a Shanda.

Para Kim e Kang (2019), o posicionamento do governo da China incentivou as empresas nacionais a reproduzirem *games* estrangeiros no mercado nacional. No entanto, quando as empresas chinesas começaram a ter seus conteúdos reproduzidos sem licença e a buscar fazer valer seus direitos de PI a partir de 2008, o governo da China abandonou esse posicionamento e passou a exigir medidas protetivas à PI através de uma estratégia nacional de PI.

Com o fortalecimento da proteção aos direitos de PI e o advento de *smartphones* a baixo custo no mercado chinês, que levaram a um aumento do consumo de *videogames on-line* pela população local, as empresas nacionais passaram a licenciar direitos de PI de desenvolvedoras estrangeiras e adaptá-los para *smartphones*. Neste momento a indústria chinesa também passou a desenvolver seu próprio conteúdo criativo, que até então era fortemente copiado de *games* de sucesso no exterior (KIM; KANG, 2019).

Entre as medidas de incentivo ao desenvolvimento da indústria implementadas pela China, Cardoso (2013) cita a iniciativa de governos municipais para a criação de *clusters* locais, oferecendo infraestrutura e outros benefícios tanto para as empresas nacionais como estrangeiras. Exemplos destes são o Jockey Club Creative Arts Centre e o West Kowloon Cultural District em Honk Kong e o Daishanzi Art District (Factory 798) e Dahuan (Great Circle) em Pequim, todos eles construídos sobre áreas deterioradas.

4.2 ESTADOS UNIDOS

Como visto no capítulo 2 deste trabalho, a indústria de *videogames* nasceu nos Estados Unidos em laboratórios universitários nos anos 50, e evoluiu em paralelo à indústria de computadores, chegando ao seu ápice no final dos anos 70 e início dos anos 80 com o sucesso da Atari e a consequente entrada no mercado de *players* que iam desde indústrias tradicionais de brinquedo a *start-ups* especializadas. No entanto, por volta de 1982 essa indústria passou pelo seu primeiro colapso, possivelmente por causa do excesso de oferta e da falta de controle de qualidade. Essa indústria se reergueu com a entrada da Nintendo do mercado estadunidense e os consoles desenvolvidos pela Microsoft, Sega, Sony e Apple.

Para Izushi e Ayoma (2004), o desenvolvimento de talentos na indústria de *games* nos Estados Unidos se deveu grandemente à Atari e à Apple, que trouxeram engenheiros altamente qualificados da indústria de *hardware* para o segmento de *games*. As *spin-offs* da Atari e da Apple também provocaram a transferência da indústria do *videogame* da região de Boston para o Vale do Silício.

Nos Estados Unidos, entretenimento interativo é passível de proteção como obra audiovisual ou como obra literária. Pela legislação estadunidense há uma distinção na forma de proteção das duas categorias, e como o país prevê formalidades de registro para proteção por direitos autorais para cada tipo de obra. Lá, para que sejam protegidas por direitos de autor, as expressões de ideias devem ser fixadas em uma mídia tangível. Também é necessário ter o registro da obra junto ao escritório de direitos autorais em casos de litígio em Corte por infração de direitos autorais, e também para viabilizar o cálculo de eventuais ressarcimentos. O registro de uma obra junto ao *United States Copyright Office* consiste no envio de uma cópia da obra acompanhado de um formulário de pedido de registro e do pagamento de uma taxa de aproximadamente 45 dólares americanos (GREENSPAN, 2022, p. 66-67).

Em 2013, um artigo publicado pela *gamesindustry.biz* identificou 28 programas de incentivos fiscais nos diversos estados dos Estados Unidos (SINCLAIR, 2013). Além destes, há outras políticas e incentivos fiscais que não se destinam diretamente a desenvolvedoras de *videogames*, mas que podem beneficiá-las.

O relatório sobre a indústria estadunidense de *games* (SIWEK, 2017) identificou desenvolvedoras e distribuidoras de *videogames* distribuídas por todos os 50 estados, ainda que o estado da Califórnia sozinho tivesse na época 853 desenvolvedoras.

4.3 JAPÃO

A estratégia japonesa para a expansão da sua indústria digital focou na expansão da presença japonesa no exterior com medidas protetivas de propriedade intelectual, instituição de prêmios, atração de mão de obra especializada estrangeira e medidas de incentivo para criar mão de obra especializada nacional. Isso se deveu ao fato que, quando o Governo do Japão se deu conta do potencial da sua indústria digital, o país já tinha estabelecido um consumo interno de produtos culturais japoneses.

De acordo com Holroyd (2019), o governo do Japão inicialmente hesitou em apoiar o setor de conteúdo digital, tal como havia acontecido anteriormente com a Internet. Para alguns autores, essa falta de interesse e de regulamentações inicial do governo pode ter contribuído para o desenvolvimento do setor. Um estudo de 2001 organizado pelo Ministério da Economia, Comércio e Indústria do Japão indicou que o setor de conteúdo digital tinha um valor estimado de 11 trilhões de ienes, enquanto o de aço estava estimado em 5,2 trilhões de ienes, o que levou o governo do Japão a reconhecer o desenvolvimento deste setor como estratégia nacional prioritária. Como resultado, em 2016 o mesmo Ministério avaliou o mercado de conteúdo digital nacional em 210 bilhões de dólares.

A estratégia japonesa para o desenvolvimento do setor incluiu uma estratégia de *branding* com o *slogan* Cool Japan e a publicação de uma legislação específica para a promoção da indústria de conteúdo em 2002. Em 2009, o Governo do Japão lançou um projeto para a criação de uma estratégia de expansão digital, e nos anos subsequentes publicou-se uma série de medidas visando a promoção do Cool Japan. O Ministério da Economia, Comércio e Indústria identificou que a maioria das indústrias criativas nacionais eram de pequeno e médio porte e não dispunham de fundos para alcançar o mercado estrangeiro. Assim, em 2013 lançou-se a parceria público-privada Cool Japan para apoio e capital de risco para a exportação de produtos e serviços japoneses por um período inicial de 20 anos. O governo do Japão também lançou um programa de subsídios da ordem de 150 milhões de dólares anuais para a promoção de mídias visuais japonesas. O programa participa nos custos relacionados a dublagem, legendagem, participação internacional e outros custos relacionados com a presença de mídia japonesa em outros países.

O Ministério da Economia, Comércio e Indústria do Japão lançou em 2007 um festival internacional de conteúdo, (CoFesta), uma série de eventos promovidos anualmente desde então tendo o Tokyo Game Show como um dos eventos principais. O Japão também patrocina o Cume Asiático de Conteúdo Digital, rede que envolve governos e empresas da China, Hong Kong, Indonésia, Japão, Coreia do Sul, Malásia, Filipinas, Singapura e Tailândia. O governo do Japão também pôs em vigor uma série de medidas visando o combate à pirataria, e apoiou

uma série de medidas para o aperfeiçoamento das tecnologias relacionadas com a indústria criativa digital. O Ministério da Economia também oferece bolsas de estudo internacionais a jovens japoneses que desejem se qualificar na indústria de conteúdo digital, e medidas que facilitam o ingresso no país de profissionais estrangeiros atuando com animação, design ou ilustração.

4.4 CORÉIA DO SUL

Apesar do Governo da Coreia do Sul ter passado a priorizar o setor de conteúdo digital tardiamente em comparação com os Estados Unidos e a Europa, o setor desenvolveu e alcançou uma posição mundial importante em pouco tempo. Destacam-se a importância mundial da Samsung e a liderança coreana em *games online* e *massive multiplayer online games* (MMOG). O Governo da Coreia do Sul viu na indústria de conteúdo digital, sobretudo de *games*, um grande potencial para a geração de empregos e para a difusão da imagem da Coreia do Sul no exterior, e vem lançando uma série de medidas e iniciativas para aumentar investimentos em TI e produção de *hardware* juntamente com incentivos para o desenvolvimento de conteúdo digital. O Governo também investe milhões de dólares anualmente no apoio à promoção de *start-ups* e profissionais da indústria criativa, implementa ações visando atrair o investimento no setor digital e o desenvolvimento de mercados de exportação. Estabeleceu-se uma secretaria especial para políticas de economia criativa junto ao Ministério de Ciência, Informática e Planejamento Futuro em 2013. O Ministério da Cultura, Esportes e Turismo estabeleceu a Agência Coreana de Conteúdo Criativo, unindo cinco organizações pré-existentes para fortalecer a presença do setor a nível nacional. Esta agência subsidia custos relacionados com gaming, animação, quadrinhos, música, transmissão e moda e organiza um evento anual para promover a cultura digital sul-coreana no mercado estadunidense (K-Story in America) (HOLROYD, 2019).

O Governo da Coreia do Sul, através de suas agências, criou laboratórios e centros de conteúdo digital em diferentes regiões do país, com equipamento e infraestrutura para que todos os cidadãos possam desenvolver conteúdo digital sem custos ou a custos reduzidos. Estes centros oferecem estúdios de edição de vídeo e de som, impressoras tridimensionais, bibliotecas, salas de conferência e espaços de *co-working*, serviços de incubadoras de *start-ups*, capacitação e mentoria, além de agências de emprego e eventos de *matchmaking* e de promoção dos produtos desenvolvidos nos centros. Entre estes centros, destacam-se o *Content Korea Lab*, da Agência Coreana de Conteúdo Criativo, e o *Smarts Contents Center*, da Associação Nacional

de Promoção de TI. A Prefeitura de Seul também fundou a Cidade de Mídia Digital (Digital Media City – DMC), um *cluster* que une pesquisadores, criadores e empresas para iniciativas de pesquisa e desenvolvimento, produção e *marketing* de conteúdo. O caso da DMC vem atraindo o interesse de outros países como China, Bélgica e Malásia (HOLROYD, 2019).

4.5 ALEMANHA

A Alemanha é o maior mercado europeu para *videogames* e jogos de computador. De acordo com o Falk no prólogo ao relatório da indústria de *games* alemã 2019 2020, elaborado pela German Games Industry Association³, isso se deve à localização geográfica do país no centro da Europa, à sua adesão à União Europeia que permite o livre comércio com mais de 500 milhões de pessoas no continente, e à excelente infraestrutura oferecida pelo governo à indústria de informática. Além dos grandes *players* internacionais como a Epic Games e a Ubisoft que vêm se instalando na Alemanha, encontramos entre os estúdios nacionais desenvolvedores de renome internacional como Cryteck, Rockfish Games e Yager. Em 2020, a *German Games Industry Association* identificou 520 empresas nacionais envolvidas com o mercado de *games*, gerando mais de 11.000 empregos.

Apesar de alguns estados alemães terem estimulado o desenvolvimento da indústria de *games* individualmente, até 2018 não havia uma estratégia a nível nacional, ao contrário do que vinha acontecendo em outros países europeus como o Reino Unido e a França. A partir deste ano, o governo criou um programa de financiamento de *games* da ordem de 50 milhões de euros para 2019, que foi renovado pelos anos subsequentes. Além disso, o Ministério Federal de Transporte e Infraestrutura Digital iniciou em 2019 um programa de financiamento de protótipos de *games* e produção de programas de computador e oferece um prêmio para jogos de computador com o apoio da Fundação de Cultura de Jogos Digitais. Normalmente os *games* financiados atendem a determinados critérios, como um certo valor cultural e violência moderada (FALK *et al.*, 2019).

A Associação da Indústria de Games Alemã (GAME) foi fundada em 2018 como resultado da fusão entre duas associações pré-existentes, BIU e GAME. Esta associação representa os interesses de desenvolvedores, *publishers* e outros agentes envolvidos com *videogames* (incluindo *e-sports*) face ao governo, à imprensa e à sociedade como um todo. A Alemanha também conta com associações regionais que atuam localmente em cooperação com

³ Falk *et al.* (2019)

a associação nacional. Os 16 estados federais da Alemanha oferecem programas de incentivo individuais para o estabelecimento de desenvolvedoras nacionais e internacionais em seus estados, que normalmente consistem em consultoria sobre o ambiente de mercado e de negócios e questões jurídicas e tributárias, e apoio na identificação do local. Estes programas viabilizaram o desenvolvimento de redes de profissionais por regiões, ambientes de *co-working* e reuniões e workshops regulares para os membros das redes. Os programas de financiamento de *videogames* estaduais podem chegar a um orçamento anual de 3 milhões de Euros. Um dos resultados destas políticas de incentivo é que a 53% da população alemã considera a indústria de *videogames* um mercado atraente para buscar empregos. De fato, a indústria alemã em 2019 empregou mais de 11,000 pessoas, e mais de 50 universidades públicas ofereciam graduações relacionadas com *videogames* (FINDE..., [2022]).

4.6 REINO UNIDO

A indústria de *videogames* no Reino Unido iniciou-se com o desenvolvimento de clones do Pong, da Atari, a partir de 1975, e não teve grandes empresas investindo no mercado até os anos 90. Assim, ao contrário do que ocorreu nos Estados Unidos, onde grandes empresas como a Atari atraíram mão de obra qualificada da indústria de *hardware*, a indústria de *videogames* no Reino Unido iniciou com desenvolvedores e programadores amadores, na sua maioria adolescentes autodidatas, que faziam uso de computadores domésticos de baixo custo que permitiam programação de *games*, como a linha ZX da Sinclair e o VIC-20 e C-64 da Commodore) (PARKINSON; KITTS apud IZUSHI; AOYAMA, 2004).

Esse grupo de programadores amadores do Reino Unido foi se especializando e deu início a uma geração de programadores profissionais. Em 1987 os consoles da Sega e da Nintendo chegaram ao mercado britânico, mercado este pelo qual o mercado americano vinha dando indícios crescentes de interesse. Em 1995, o ingresso do Playstation e da Sony no mercado e a aquisição do desenvolvedor e *publisher* Psygnosis pela Sony inviabilizaram a permanência de desenvolvedores autodidatas no mercado, e as universidades começaram a oferecer cursos em programação e desenvolvimento de *games*. A partir dos anos 90, o mercado britânico de *videogames* cresceu de maneira integrada com o estadunidense, com fusões e aquisições de desenvolvedoras, como a fusão entre a Estadunidense Acclaim e a britânica Optimus Software, e a parceria entre a Optimus e a Iguana (EUA) em 1993 (IZUSHI; AOYAMA, 2004).

No que tange ao marco jurídico, o Reino Unido vinha harmonizando suas legislações nacionais de acordo com as diretivas de União Europeia em todos os campos de comércio.

O UK Interactive Entertainment (UKIE) é uma associação de comércio dedicada exclusivamente ao desenvolvimento de *games* e da indústria de entretenimento interativo. Além de influenciar no desenvolvimento de políticas e oferecer uma quantidade extensa de programas de capacitação em desenvolvimento de *games*, ela atua como uma rede de interação entre desenvolvedoras e oferece apoio às desenvolvedoras.

O Reino Unido também oferece incentivos fiscais a desenvolvedoras de *games*. Citamos a *Digital Innovation Fund*, no País de Gales, o *Research and Development Tax Relief*, incentivo fiscal para empresas que tenham investido em Pesquisa e Desenvolvimento, e o *Video Games Tax Relief*, específico para a indústria de *games*. Cabe ressaltar que esses dois programas são cumulativos.

4.7 FRANÇA

A França oferece especializações em *games* em suas universidades e escolas, como a École Nationale du Jeu et des Médias Interactifs Numériques (Cnam-Enjmin), e a Gobelins-École de l'image. A indústria de *videogames* do país também conta com o fundo de apoio para o desenvolvimento de *videogames* (Fonds d'Aide au Jeu Vidéo- FAJV), que beneficia produtores de *videogames* em fase de pré-produção (protótipos), e o crédito fiscal para o desenvolvimento de *videogames* (Crédit d'Impôt Jeu Vidéo), pelo qual indústrias criativas podem deduzir até 30% dos custos relacionados com a produção de um *game* dentro de um limite de até 6 milhões de Euros por ano à condição que a maioria dos desenvolvedores tenha nacionalidade francesa e que o jogo não tenha pornografia ou extrema violência.

O Governo da França também desenvolveu um ecossistema para *startups* inovadoras, o Lab French Tech, com um fundo de financiamento de até 200 milhões de Euros. Ainda existem incentivos fiscais para empresas jovens que não beneficiam diretamente a indústria de *videogames*, mas podem se aplicar – benefícios fiscais para empresas com menos de 8 anos de vida e que tenha pelo menos 10% de sua equipe composta de acadêmicos ou pesquisadores.

4.8 CANADÁ

O Canadá oferece vários incentivos em políticas públicas e incentivos fiscais para o desenvolvimento de *videogames*, além de políticas de facilitação de imigração de mão de obra especializada e políticas de educação incentivando o desenvolvimento do setor.

O Canada Media Fund é um fundo com diversos programas de incentivo e subsídios para projetos de entretenimento (não necessariamente *games*) pelo setor privado, o que contribui significativamente para o crescimento de estúdios independentes no país. O governo do Canadá também oferece políticas públicas regionais e federais para a indústria de *games*. Algumas regiões oferecem incentivos fiscais. O Governo do Canadá e suas províncias não investem em uma indústria específica para oferecer incentivos fiscais

O Canadá também tem uma política internacional de recepção de mão de obra especializada que atrai *experts* e preenche a lacuna nacional de profissionais especializados.

O programa do governo federal Scientific Research and Experimental Development (SR&D) oferece taxas de crédito que podem corresponder de 15 a 50% do custo e que pode ser reembolsado. Já o Conselho Nacional de Pesquisa do Canadá (National Research Council of Canada) oferece o NRC Industrial Research Assistance Program (NRC IRAP) em inovação tecnológica para empresas de pequeno e médio porte que estejam investindo no desenvolvimento e comercialização de um produto, serviço ou processo inovador.

Cada província do Canadá oferece um programa distinto de incentivo fiscal. Por exemplo, a Columbia Britânica oferece o British Columbia Interactive Digital Media Tax Credit, que é um crédito reembolsável sobre o imposto de renda da empresa. A British Columbia ainda oferece crédito fiscal sobre capital de risco.

5 A INDÚSTRIA BRASILEIRA DE VIDEOGAMES

5.1 EVOLUÇÃO DA INDÚSTRIA DOS VIDEOGAMES NO BRASIL

De acordo com Campos (2014), a empresa japonesa Taito, desenvolvedora do *game* Space Invaders, iniciou a operar no Brasil em 1968 com o nome Trevo Diversões Eletrônicas, mudando depois para Trevo Diversões – Representante da Taito no Brasil. Em 1972 foi inaugurada a Taito do Brasil, que importava máquinas do Japão. Mendonça (2019, p. 43) considera essa empreitada “um dos primeiros registros mais importantes da chegada dos *videogames* ao país. ”

No entanto, a partir do governo militar de Emílio Medici iniciou-se uma série de medidas restritivas à importação de tecnologias que ficaram conhecidas como a política de reserva de mercado para a fabricação de computadores, que visavam estimular a indústria brasileira a desenvolver sua própria tecnologia, como acontecia com as potências mundiais na época. O resultado foi inverso ao esperado, e resultou em uma defasagem do desenvolvimento tecnológico nacional (VILA NOVA, 2021).

Durante o período do regime militar do Brasil, no governo do general Emílio Médici (1969-1974), surgiu a Comissão de Coordenação das Atividades de Processamento Eletrônico-Capre. Em um primeiro momento a Capre se destinava a racionalizar a aquisição e uso de computadores dentro da administração pública. Contudo, com o passar dos anos e algumas crises econômicas originadas pela alta nas importações, a Capre passou a ter seus poderes ampliados, e tomou medidas que praticamente proibiam o ingresso de desenvolvedoras de *software* e empresas de base tecnológica estrangeiras em território nacional. Em 1979 a Secretaria Especial de Informática (SEI) lançou um dispositivo que proibia o envio de *royalties* referentes a *software* para empresas estrangeiras. Dessa forma, a importação de consoles de *videogames* passou a ser completamente impedida (ZAMBON, 2012).

Na época, a indústria ainda embrionária de *games* do Brasil foi impossibilitada de se desenvolver, e o consumidor brasileiro se limitava a trazer *games* quando viajava para o exterior, ou comprar *games* de contrabando. A solução encontrada pelos pioneiros no mercado na época foi a criação de clones de produtos estrangeiros através de engenharia reversa. Os atores obtinham consoles de *videogame* estrangeiros por contrabando ou suborno a partir da Zona Franca de Manaus, que eram clonados e vendidos com outros nomes em lojas de grande superfície. Assim começaram a surgir empresas brasileira como a Dynacom, a Bit Eletrônica e

a Sayi Eletrônica, que produziam versões do console Atari 2600, e a Gradiente com o console Phantom System, copiando o NES da Nintendo (MENDONÇA, 2019).

O processo lento de desenvolvimento de tecnologias sem o acesso ao estado da técnica e à colocação da tecnologia resultante no mercado provocava um atraso de uma geração de *games* na indústria nacional em comparação com o mercado internacional (VILA NOVA, 2021). De acordo com Oliveira (2012), 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 com relação ao seu lançamento no exterior.

Em 1977 a Philco Ford desenvolveu o Telejogo, baseado no Pong. Ainda que o circuito integrado fosse a base do PONG, a configuração do sistema de cor, a placa, o sistema de controle e o design foram desenvolvidos por engenheiros da Philco no Brasil. Em 1980 uma empresa brasileira chamada Atari Eletrônica (que não tinha nenhuma relação com a Atari dos Estados Unidos) criou o Atari CX2600. A empresa na época trazia as peças do exterior para fabricar esse clone do Atari e passou a vender o console extraoficialmente. Já em 1982 a CCE começou a produzir um console chamado Top Game.

As empresas estrangeiras também começaram a entrar no Brasil com consoles originais, como a Magnavox que passou a comercializar o Odyssey 2, com características muito semelhantes ao Atari 2600, e adaptando os *games* com personagens de apelo ao mercado brasileiro. Entre 1981 e 1982 a pressão estrangeira para a abertura do mercado brasileiro fez com que o Brasil reduzisse a rigidez de sua política de reserva de mercado para produtos com base tecnológica. No final de 1981 as grandes lojas brasileiras da época começaram a importar consoles. No entanto, como o formato de cores (NTSC) dos Estados Unidos era distinto do brasileiro (PAL-M), estes consoles ainda deviam passar por um processo de conversão. Foi só em 1983 que surgiram os primeiros consoles licenciados para o Brasil. Assim a Philips passou a comercializar o Odyssey, a Polivox o Atari 2600, a Dismac o VJ9000, e a Dactari o Sayfi. Outras produtoras também passaram a comercializar outros consoles semelhantes (ZAMBON, 2012).

Também foi em 1983 que surgiu o primeiro *game* brasileiro, o Amazônia, de Renato Degiovani. A revista MicroSistemas publicava linhas de código que o usuário tinha que digitar para poder jogar. Os desenvolvedores de *games* da época criavam jogos para os sistemas MSX,

ZX Spectrum e Apple II, e depois passaram para os PCs com sistema MS-DOS em revistas, fitas k7 e disquetes (FORTIM, 2022).

No entanto, de acordo com Santos (2008), empresários nacionais exigiam medidas restritivas da SEI ao mesmo tempo que copiavam tecnologia obtida no exterior, dando vazão a uma “pirataria oficializada”. Em 1984, com a abertura política, foi publicada no Brasil a Lei da Informática, que criava o Conselho Nacional de Informática e Automação (Conin), estabelecendo a política nacional de Informática e decretando a abertura gradativa da política de reserva de mercado, ainda que com medidas protecionistas para a indústria nacional. Essa lei de informática previa prazos largos, como o de 8 anos para o fim do controle sobre as importações de bens e serviços de informática, que só levariam a política de reserva de mercado a ser completamente extinta em 1992.

Os Estados Unidos na época declararam uma projeção de um prejuízo de US\$8,1 bilhões de dólares entre 85 e 92 para a indústria de *games* estadunidense em decorrência das medidas protecionistas da lei de informática e da pirataria de *software* que aconteceria no período no Brasil. Em 1988 surge então a lei do *software* que oferecia medidas menos protecionistas, mas ainda assim, se o país de onde o *software* estrangeiro se originava aplicasse direitos equivalentes aos desenvolvedores brasileiros. A lei também previa a dedução de impostos significativamente maiores a empresas que comprassem *software* desenvolvido por empresas brasileiras. E o artigo 7 da lei declarava que a reprodução de cópia legitimamente adquirida não constituía infração a direito de autor. (ZAMBON, 2012).

Foi assim que no início da década de 90 a Sega entrou no mercado brasileiro em parceria com a brasileira Tec Toy e produziu o Master System e outros consoles como Game Gear, Sega Pico, Mega Drive, Sega Saturn e Dreamcast, e vendeu edições dos consoles fabricadas no Brasil. Essa parceria entre a Sega e a Tec Toy resultou em que o Brasil até hoje (2022) comercializa e vende os consoles Master System e Mega Drive, criados nos anos 80, e que concorrem diretamente com *videogames* atuais⁴. Ocorreu no Brasil também um fenômeno distinto do resto do mundo, onde a empresa que dominou o mercado de consoles entre aos anos 90 e 2000 foi a Sega, e não a Nintendo, como foi no resto do mundo (MENDONÇA, 2019).

Ainda que a política de reserva de mercado tenha sido mantida até 1992, o governo neoliberal de Fernando Collor de Mello (1990 – 1992) somado à pressão da classe empresarial foi estabelecendo medidas que acabaram por dissolver a SEI. Em 1998, com o Governo de Fernando Henrique Cardoso, a Lei do *Software* foi revogada e o *software* passou a ser protegido

⁴ Amazon (2018).

pela lei de direitos autorais e conexos. O resultado desse processo de abertura de mercado entre 83 e 92 foi a extinção da indústria nacional de consoles e a dificuldade das desenvolvedoras emergentes em competir no exterior com desenvolvedoras já consolidadas. As medidas tributárias, que visavam impedir o ingresso massivo de empresas estrangeiras em território nacional ocasionaram um preço exorbitante nos produtos importados legalmente, o que por sua vez fortaleceu o mercado pirata de *games* no Brasil (ZAMBON, 2012).

A liberação da importação de eletrônicos implicava em altas cargas tributárias como forma de seguir incentivando a produção nacional. A título de exemplo, o Xbox 360, que custava US\$400 nos estados Unidos em 2006 chegou ao Brasil custando R\$3.000,00, o equivalente a US\$1.200,00 na cotação da época. (SILVA, 2021).

Em 91 o governo aprovou a Lei 8248/91, que ficou conhecida como a nova lei da informática, que foi regulamentada em 93. Com essa lei, eliminaram-se as medidas restritivas à entrada de capital estrangeiro na área de informática no Brasil e criou-se uma política de estímulo com esforços mínimos em pesquisa e desenvolvimento. Os impostos sobre produtos da área de informática também foram reduzidos, à exceção dos jogos eletrônicos. Quando a Lei da informática foi revisada em 1997 os jogos eletrônicos continuaram não sendo contemplados (OLIVEIRA, 2012). Essa carga tributária acarretava um aumento estratosférico no preço de um *videogame* em território nacional. De acordo com Oliveira (2012), em 2004 o brasileiro pagava 300% mais caro em um *videogame* que um consumidor estrangeiro. Se por um lado essa incidência tributária visava favorecer a indústria nacional, a defasagem tecnológica causada pela política de reserva de mercado resultou que o consumo de *videogames* no Brasil no final da década de 90 fosse muito abaixo do seu potencial.

O período de 93 a 2001 foi o período em que a indústria de *games* no Brasil começou a se profissionalizar, com o surgimento de grupos destinados a comercialização de *games* em CD-ROM. Neste período surgiu a Brasoft, primeira *publisher* brasileira (FORTIM, 2022). A Nintendo entrou no mercado brasileiro em 1993 através da sua representante oficial no país, a Playtronic, uma parceria entre a Gradiente e a Estrela (ALEXANDRE, 2019).

A partir de 2002, surgiram eventos da indústria visando uma organização da classe. A Rede Paranaense de Empresas de Jogos de Entretenimento (GameNet) começou a organizar o Congresso internacional de Tecnologia e Inovação em Jogos para Computadores, que foi o primeiro grande encontro nacional de agentes da indústria, e a Sociedade Brasileira de Computação organizou o Workshop Brasileiro de Jogos e Entretenimento Digital (Wjogos). Estes dois eventos foram convertidos no Simpósio Brasileiro de Jogos e Entretenimento Digital

em 2004, o SBGames. Em 2004 também surgiu a Associação Brasileira de Desenvolvedores de Jogos Eletrônicos (Abragames) que, em 2005, identificou 55 empresas envolvidas no desenvolvimento de *videogames* (FORTIM, 2022).

Devido à alta incidência tributária e à defasagem tecnológica, o consumidor da época consumia majoritariamente produtos piratas e a indústria nacional não conseguia produzir para o mercado brasileiro. Isso fez com que algumas empresas nacionais comesçassem a produzir para outros países. Por exemplo, a Preloud tinha uma parcela grande do mercado alemão e a Continuum vendia o seu jogo *Outlive* na Europa. Por conta dessa internacionalização, a indústria brasileira não desenvolvia jogos com temática ou reproduzindo a cultura nacional (OLIVEIRA, 2012). Foi nesse contexto que o Ministério da Cultura lançou o primeiro edital voltado para a indústria de jogos, o Jogos BR, que teve uma edição em 2004/2005 e uma em 2005/2006.

Na primeira metade da década de 2000 a Southlogic, um desenvolvedor internacional, adquiriu pela primeira vez um estúdio brasileiro, a Ubisoft. Foi também quando desenvolvedores brasileiros começaram a receber premiações internacionais. E passaram a surgir os primeiros cursos superiores em *videogames* – Bacharelado em Design de Games, pela Anhembí Morumbi (2003), Tecnológico dos Jogos Digitais, pela faculdade Cruzeiro do Sul (2005), Curso Superior em Tecnologia em Jogos Digitais, PUC-SP e PUC-Minas (2006) (FORTIM, 2022). Também houve uma atividade intensa do setor nas plataformas sociais como Orkut e móveis, com a Appstore. Foi uma época de abundância no desenvolvimento de *Advergames* nacionais (FORTIM, 2022).

Devido ao bom momento da economia brasileira na primeira década de 2000, o consumo de *videogames* não foi afetado pela alta carga tributária. De acordo com estudo da Gfk, entre 2011 e 2012, a venda de *videogames* cresceu 149% e a de consoles 70% no Brasil (BRASIL..., 2012). Um dos fatores que contribuíram para esse incentivo ao consumo foi a fabricação dos consoles Playstation 3 e Xbox 360 no Brasil para evitar a incidência a carga tributária aplicável a produtos importados (SILVA, 2021).

Nessa época surgiu uma pressão para a redução de impostos sobre consoles e *games*, com o movimento Jogo Justo e projetos de lei e benefícios fiscais. Já na segunda década de 2000, com o recesso econômico os preços voltaram a subir, impactando a venda de *games* e de consoles. Na época, a Nintendo deixou de comercializar consoles e a Sony e a Microsoft pararam de produzir consoles em território nacional (SILVA, 2021).

Essa época viu uma facilitação na distribuição de *games* com o aumento do acesso à internet, os *smartphones* e as plataformas móveis e uma atratividade maior pelo mercado de

games pela criação de *engines* para desenvolvimento de *games* e a profissionalização da carreira, com as primeiras turmas formadas dos cursos superiores iniciados na primeira década dos anos 2000 (FORTIM, 2022). A grande força catalisadora da indústria neste período foram os *games* desenvolvidos para *smartphones*, um mercado inexplorado e com amplas possibilidades para o desenvolvedor em início de carreira ou que não tivesse acesso ou não quisesse se vincular a uma *publisher* (os desenvolvedores independentes, ou *indie*). Nesse período surgiu o Brazilian Independent Games Festival (BIG Festival), que se consolidou até a atualidade como o maior evento do mercado de *videogames* do Brasil.

O II Censo da Indústria Brasileira de Jogos Digitais, realizado em 2018, identificou 375 empresas nacionais envolvidas com o desenvolvimento de *games*. E em 2019, a desenvolvedora Wildlife recebeu um aporte de 60 milhões de dólares por um fundo de capital de risco estadunidense e se tornou o primeiro unicórnio brasileiro no setor de *games* (SAKUDA, 2018). Entre 2019 e 2021, no governo de Jair Bolsonaro, houve três reduções da carga tributária sobre *games*. Em agosto de 2019 o IPI passou de 50% para 40% sobre consoles, de 40% para 32% sobre acessórios e partes, e de 20% para 15% sobre jogos de vídeo com tela incorporada (SILVA, 2021).

Durante a pandemia do COVID-19, a população brasileira aumentou significativamente o consumo de *videogames*, levando a própria Wildlife, que havia sido avaliada em US\$1,3 bilhões em 2019, a ser avaliada em US\$2 bilhões em 2020 (FORTIM, 2022). Em 2020, durante a pandemia, foram publicados dois decretos que terminaram por reduzir o IPI para 30% sobre consoles, 12% sobre acessórios e partes e zero para jogos com tela incorporada (SILVA, 2021).

Mais recentemente, em julho de 2022, o presidente Jair Bolsonaro anunciou uma nova redução na tarifa, passando para 12% sobre importações de partes e acessórios dos consoles e das máquinas de jogos de vídeo, e zerando a alíquota sobre *videogames* com tela incorporada (GARCIA, 2022). No momento da redação deste texto, a medida ainda não tinha sido publicada no Diário Oficial. Contudo, o IPI não é o único imposto que incide sobre *videogames*, e o impacto dessas reduções sobre *games* foi de uma redução da ordem de R\$150 a R\$300 sobre os *videogames*. Além disso, fatores que contribuem para que os preços dos consoles e *games* no Brasil ainda sejam elevados são, entre outros, a estagnação do poder de compra do brasileiro, a volatilidade do Real no câmbio internacional e a alta do Dólar em relação ao Real (SILVA, 2021).

Atualmente circula no congresso uma proposta de emenda constitucional, a PEC 51/2017, que visa zerar a incidência de impostos sobre consoles e jogos para *videogames*

produzidos no Brasil, como forma de incentivar a produção e o consumo nacionais. Essa proposta, no entanto, encontra-se sem movimentação desde agosto de 2019 (BRASIL, 2017).

Dessa forma, de acordo com Silva (2021, grifo nosso),

A diminuição dos impostos pode até ter atendido uma reivindicação há muito tempo pedida pela comunidade *gamer* no Brasil, mas, enquanto o país continuar com uma economia em que a desigualdade social é reforçada pela tributação de modo geral, *videogames* continuarão sendo bens de luxo, e as reduções nos tributos, sozinhas, não serão o suficiente para baixar os preços de forma considerável.

Atualmente, constatamos um aumento nas aquisições e parcerias internacionais, com um aporte da Epic Games para o estúdio nacional Acquiris para a publicação de jogos multiplataforma, e a aquisição da Otkagon, do Paraná, pela multinacional Fortis, e o estúdio Puga, de Pernambuco, pela Room 8 Group (FORTIM, 2022).

5.2 MARCO NORMATIVO APLICÁVEL

No que diz respeito aos direitos autorais, o Brasil não dispõe de uma legislação específica para proteção de criações relacionadas com *videogames*. No entanto, a lei de Direitos do Autor (Lei 9610/98) protege toda criação artística ou científica no Brasil, o que abrangeria os *videogames*. Essa lei, no seu art.5, estabelece que uma obra audiovisual é a que “resulta da fixação de imagens com ou sem som, que tenha a finalidade de criar, [...], a impressão de movimento, independentemente dos processos de sua captação, do suporte usado inicial ou posteriormente para fixá-lo, bem como dos meios utilizados para sua veiculação (BRASIL, 1998) ”

Esse artigo estipula que, no caso de obras audiovisuais, a titularidade é do produtor, que se encarrega de organizar as contribuições dos diversos criadores, sendo que os direitos são compartilhados entre eles. Assim, o editor tem o direito de reproduzir a obra e torná-las públicas, o produtor tem a responsabilidade financeira da comercialização e o autor ou autores são os que criaram a obra. Ou seja, todos que contribuíram para uma obra audiovisual mantêm a autoria (RAMOS *et al.*, 2013). Devido à natureza complexa e interativa do *videogame*, ainda é possível que jogadores venham a contribuir de alguma forma para um *videogame* existente. Dessa maneira, os *videogames* se equiparam a obras coletivas e conferem direitos morais a estes usuários, ainda que os direitos econômicos sobre as criações permaneçam em posse do organizador (o produtor).

No entanto, a lei do *software* (9609/98) estipula em seu artigo 4 que os direitos sobre um programa de computador pertencem ao empregador em casos de contratos de trabalho (RAMOS *et al.*, 2013). Dessa forma, existe uma flexibilidade na titularidade dos direitos, dependendo de como eles possam ser considerados. Esta mesma lei define como programa de computador “a expressão de um conjunto organizado de instruções em linguagem natural ou codificada, contida em suporte físico de qualquer natureza, [...] para fazê-los funcionar de modo e para fins determinados” (RAMOS *et al.*, 2013, p. 20, tradução nossa). Essa definição insere os *videogames* no escopo da proteção da lei.

Dessa forma, a legislação brasileira considera *videogames* tanto como *software*, pela lei 9609, como obra audiovisual, pela lei 9610, o que dá margens para interpretações discrepantes quanto ao prazo de proteção (70 anos a partir do ano seguinte à sua divulgação para audiovisuais e 50 a partir do ano seguinte à publicação para *software*), aplicabilidade de direitos morais (não se aplicam para o *software*) (ZAMBON, 2012). Os *videogames* na legislação brasileira também podem ser protegidos no marco de outros ativos de propriedade industrial, como marcas, patentes, desenhos industriais e segredos de negócio.

5.3 POLÍTICAS E INICIATIVAS DE FOMENTO AOS VIDEOGAMES NO BRASIL: PERSPECTIVA HISTÓRICA

O Brasil não conta com uma estrutura uniforme de políticas no campo de jogos eletrônicos, e sim iniciativas isoladas sem planejamento específico. De acordo com Valiati e Moller (2016), o apoio do Governo do Brasil à cultura surge nos anos 30 no governo Vargas, por iniciativa do então ministro da Educação e Saúde Gustavo Capanema. Neste período, surgiu o Serviço de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Sphan) e iniciativas pontuais para a regulação de atividades culturais.

Durante o período do regime militar no Brasil a presença do Governo na regulação de políticas culturais se fez mais presente, com a publicação do Plano de Ação Cultural de 1969 e do Plano Nacional de Cultura (1975). Neste período surgiram conselhos setoriais para consulta técnica e regulação, a Empresa Brasileira de Filmes (Embrafilme) e a Fundação Nacional das Artes (FUNARTE).

Após o surgimento do Ministério da Cultura, em 1985, e entre 1985 e 1994, o Brasil enfrentou dificuldades na implementação de uma política cultural. O modelo proposto na lei Sarney (lei 7505/1986) estabelecia um modelo neoliberal no qual, em vez do financiamento

direto do Estado, propunha-se a busca de recursos junto à iniciativa privada que, por sua vez, receberia benefícios fiscais (BRASIL, 1986). Este modelo se consagrou na gestão de Fernando Henrique Cardoso com a lei Rouanet (lei 8313/1991), uma lei de incentivo à cultura em moldes semelhantes à Lei Sarney, com redução da carga tributária a empresas e indivíduos mediante o investimento em atividades relacionadas à promoção da cultura (BRASIL, 1991).

Na gestão de Fernando Henrique Cardoso, o modelo proposto na lei Rouanet foi ampliado e, por volta de 1997, o incentivo oferecido pela lei abarcava quase todas as manifestações de cultura existentes no mercado (VALIATI; MOLLER, 2016, p. 9). O sistema proposto pela Lei Rouanet passou a vigorar em nível federal e estadual, onde governos estaduais publicaram leis de incentivo à cultura em formatos semelhantes. Contudo, o formato da lei, com renúncia incidindo na tributação e não na receita tributável, era questionado, e no primeiro mandato de Lula o então ministro da Cultura Gilberto Gil se dedicou a reformular a lei.

Durante os governos Lula e Dilma (2002- 2016), os *videogames* foram inseridos nas políticas públicas governamentais. Instituições como Abragames (Associação Brasileira de Desenvolvedoras de Games) e ACI Games (Associação Comercial, Industrial e Cultural de Games), criadas respectivamente em 2004 e 2010, surgiram da iniciativa do setor privado para regulamentar e desenvolver iniciativas para o fomento do mercado de *videogames*.

Na gestão de Luiz Inácio Lula da Silva e sob a regência do ministro Gilberto Gil, o Ministério da Cultura passa a ter uma função mais participativa em políticas culturais. Nas palavras de Zambon e Carvalho (2017, p. 243):

O Ministério da Cultura, ao construir uma proposta da política cultural com viés simbólico e social, para além da dimensão econômica, abre caminho para a formulação de políticas públicas de cadeias produtivas até então desamparadas pelas ações governamentais. É neste contexto, e com o surgimento de diversos editais de fomento à produção de conteúdo, que surge o Jogos BR voltado especificamente para o setor de jogos eletrônicos.

Assim, em 2004, pela primeira vez no Brasil, criou-se um edital para fomento aos jogos eletrônicos enquanto cultura. O Jogos BR passou então a compor o corpo de editais promovidos com frequência no governo Lula. O Edital jogos BR foi relançado em 2005 e 2006, com algumas modificações, e em 2009, na gestão de Juca Ferreira, lançou-se o edital BR Games.

De acordo com Linzmayer (2014), o Governo de Lula foi marcado pela política ampla de editais ao contrário das leis de incentivo promovidas no governo de Fernando Henrique Cardoso, que permitiam que empresas do setor privado obtivessem isenção de impostos apoiando projetos culturais e viabilizando a promoção da marca dessa maneira. Os editais

complementavam as iniciativas de fomento à cultura viabilizando o financiamento de setores que não se enquadravam nos objetivos específicos das empresas que se faziam valer das leis de incentivo à cultura.

As gestões dos ministros Gil e Ferreira beneficiaram o setor de jogos digitais ao incluir os *games* no escopo das políticas culturais, com dois editais de fomento específicos. Ainda que o ministério não tivesse grande capilaridade, os editais lançados nesse período exerceram uma função simbólica de colocar o setor em uma posição de evidência.

Em 2011, já no governo Dilma., articulou-se uma primeira reunião Inter setorial destinada a discutir jogos digitais, o primeiro *workshop* para criação de projetos para o desenvolvimento de uma indústria de jogos digitais no Brasil. O *workshop* contou com a participação de representantes do setor e oito ministérios, e estabeleceu as diretrizes as políticas no setor nos anos seguintes. A portaria 166 do Ministério da Cultura de 2011 incorporou os *games* na lei Rouanet, e em 2012 o Decreto 7742 criou a Secretaria da Economia Criativa (SEC) que inclui os *videogames* (ZAMBON; CARVALHO, 2017).

Na sequência, Ana de Holanda foi substituída por Marta Suplicy na pasta da cultura, que teve relações conturbadas com o setor de *games*, assim como seus sucessores. Ainda que num período conturbado, o Plano Nacional da Banda Larga (PNBL) de 2010, determinava a promoção de conteúdos digitais, aplicações e serviços. Uma das ações contempladas foram as “Diretrizes para uma política nacional para Conteúdos Digitais criativos,” que incluía os jogos digitais.

Em 2012, junto com a criação do BIG Festival, também criou-se um grupo de trabalho destinado a discutir ações para o setor, e em 2013 a APEX lançou um programa de exportação de *games*, o Brazilian Game Developers (BGD), que posteriormente passou a se chamar BrazilGames. Essas iniciativas deram passagem ao edital INOVAapps de 2014 e 2015, que distribuíram recursos para o desenvolvimento de *games* e aplicativos para *smartphones*. (ZAMBON; CARVALHO, 2017).

O processo de *impeachment* de Dilma viu um desaceleramento no setor. O Ministério da Cultura não apresentou nem avançou nenhum projeto concreto e o Ministério da Comunicação, incorporado ao Ministério da Ciência Tecnologia e Inovação, não apresentou novas edições do INOVAapps ou outras políticas de fomento.

5.4 INICIATIVAS DE INCENTIVO À INDÚSTRIA DE VIDEOGAMES

No Brasil, a indústria de *videogames* depende em grande parte de incentivos federais e estaduais (FORTIM, 2022). Por exemplo, a empresa mais antiga de jogos digitais da Bahia, Virtualize Soluções Digitais Criativas, bem como o Aoca Game Lab, desenvolvedor do clássico *Árida*, e o Sinergia Games, receberam financiamentos da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia (Fapesb), da Secretaria de Cultura do Governo do Estado da Bahia (SecultBA), da Fundação Gregório de Matos (FGM), do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e da Agência Nacional do Cinema (ANCINE).

No entanto, de acordo com Luz (2022), as ações de fomento do setor em nível federal estão no seu momento historicamente mais baixo. O único programa de apoio ao setor em vigor é o programa Brasil Games, da Apex Brasil em parceria com a Atragames para a presença do Brasil no exterior.

Neste subcapítulo apresentaremos alguns importantes programas e ações de incentivo à indústria ocorridos no passado recente e seus resultados.

5.4.1 Editais de fomento à indústria de videogames do governo Lula

Os primeiros editais lançados para o fomento da indústria de *games* aconteceram no governo Lula. São estes as duas edições do edital Jogos BR (2004-2005 e 2005-2006), o edital Jogos Eletrônicos Educacionais MCT/FINEP/MEC (2006), e o BRGames (2009). De acordo com Zambon e Carvalho (2016, p. 1365), “pela primeira vez na história da política cultural brasileira, os jogos eletrônicos foram reconhecidos e receberam fomento enquanto cultura”.

O Concurso de Ideias Originais e de demos de Jogos Eletrônicos (abreviado para Jogos BR 2004/2005) foi uma parceria entre o Instituto Nacional de Tecnologia de Informação (ITI) da Casa Civil com a Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP), e o edital foi executado pela Associação Cultural Educação e Cinema (Educine) (OLIVEIRA, 2012).

Este edital exigia como resultado que as desenvolvedoras contempladas apresentassem uma versão executável do jogo que permitisse aos usuários um nível de interação com o que foi proposto inicialmente (uma demo). O edital previu um aporte de R\$240,000, subdividido em oito aportes de R\$30.000 cada, para o desenvolvimento do demo.

O edital se subdividiu em duas fases: na primeira, os 82 jurados selecionaram entre 1.066 inscrições de histórias propostas por pessoas ou grupos de pessoas físicas, com a única condição que fossem residentes do Brasil. As ideias selecionadas foram então levadas à segunda fase, na qual pessoas ou grupos elaborariam projetos sobre as histórias selecionadas que receberiam o aporte para serem desenvolvidos como demos.

Os candidatos que não fossem os autores das histórias originais selecionadas na primeira fase e que fossem premiados na segunda deveriam respeitar os direitos autorais e compartilhar possíveis lucros com vendas de *games* desenvolvidos com aqueles autores. O edital premiou oito projetos que receberam um aporte de R\$30.000 cada para o desenvolvimento de protótipos jogáveis ou o jogo já completo. Os objetivos Jogos BR iam de acordo com o plano diretor da Abragames, que foi fundada no mesmo ano do Games BR e consistiu no primeiro esforço conjunto de desenvolvedoras nacionais visando o fortalecimento do setor (LINZMEYER, 2014).

Este edital foi muito criticado tanto com relação aos critérios estabelecidos como quanto às questões técnicas. Oliveira (2012) indica que o edital resultou na entrega de produtos inacabados e sem estabilidade e estavam mais próximos de protótipos que de demos. O autor também analisa que o valor do aporte era insuficiente para a criação de demos, e o que acabou sendo entregue na grande maioria foram protótipos, e o termo demo foi utilizado de forma equivocada, pois os protótipos apresentados foram aprovados.

Um dos vencedores do concurso de ideias originais da Jogos BR 2004 foi o Capoeira Experience, da empresa Okio (estruturada com recursos do edital e de apoio familiar), um simulador de dança e luta que, além do componente de resgate de expressões tradicionais de cultura, também incluía movimentos de capoeira em sua jogabilidade. Outros jogos selecionados neste edital que traziam esse componente de resgate dos valores e expressões de cultura brasileiros foram os *games* Raízes do Mal e Ayri, ambientados na Amazônia com referências às tradições dos povos indígenas, Iracema Aventura, baseado no romance de José de Alencar, e Nevrose, ambientado na caatinga com elementos à cultura nordestina. Essa busca pelo resgate de elementos da cultura brasileira constituíam um anúncio de como se assentariam as políticas públicas dos dois mandatos do governo Lula (LINZMEYER, 2014).

A Jogos BR 2005/2006 foi lançada pelo Ministério da Cultura (MinC) e executada pela Educine com consultoria da Associação Brasileira de Desenvolvedoras de Jogos Eletrônicos (Abragames). Essa edição recebeu alguns ajustes com relação à versão de 2004, mas seguiu basicamente as mesmas diretrizes, e incluiu uma categoria de jogos completos. (ZAMBON; CARVALHO, 2018).

O edital se dividiu nas modalidades “Concurso de Ideias Originais para Jogos Eletrônicos”, que selecionou 36 ideias originais sem previsão de recompensa, “Concurso de Desenvolvimento de Demos Jogáveis,” que selecionou oito projetos que receberam R\$30.000

cada, e o “Concurso de Desenvolvimento de Jogos Completos de Baixo Orçamento”, que selecionou dois jogos que receberam o aporte de R\$80.000 cada.

O concurso para desenvolvimento de jogos completos foi restrito a empresas com situação ativa e voltadas ao apoio ao desenvolvimento de *games*. Zambon e Carvalho (2018) comentam que ainda assim o aporte de R\$80,000 não era suficiente para o desenvolvimento completo de um *game*, e nenhum dos jogos produzidos através do aporte dos editais de 2004 e de 2005 chegaram a fazer sucesso comercial ou sequer a lançar uma versão concluída.

Linzmayr (2014) aponta que não houve um seguimento aos esforços iniciais de criação de redes de profissionais da área ou de novos espaços de interação: os fóruns criados para os editais deixaram de ser alimentados com novas publicações e não era aberto ao público – apenas um grupo selecionado era capaz de escrever mensagens. O edital também não fomentou o desenvolvimento de estudos e artigos acadêmicos sobre os jogos selecionados e o próprio edital.

De acordo com Matos e Gomide (2015), os editais do Ministério da Cultura permitiram uma maior participação de desenvolvedoras de *games* nacionais em eventos internacionais, o que é essencial para a profissionalização do setor. Linzmeyer (2014) também reconhece estes editais como o ponto de partida para o desenvolvimento de políticas públicas nacionais exclusivas para a produção de *games*.

Em 2006 foi lançado o edital MCT/FINEP/MEC para jogos eletrônicos educacionais. O Ministério da Ciência e Tecnologia, através da Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP) e da Secretaria Executiva do Fundo Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (FNDCT) juntamente com o Ministério da Educação, criou um edital para apoio financeiro para projetos de desenvolvimento de *games* eletrônicos e educacionais como ferramenta instrucional. Os *games* deveriam ser voltados para o ensino fundamental e médio. Das 200 propostas apresentadas, 13 foram aprovadas (ZAMBON; CARVALHO, 2017).

Este edital não era voltado tão especificamente ao desenvolvimento do setor de *games*, mas para o uso de tecnologia no ensino. Uma característica deste edital foi a grande participação e seleção de universidades federais. Para Linzmeyer (2014), este edital cobrou a apresentação dos jogos finalizados, o que levou os *games* selecionados neste edital a terem aspectos técnicos mais sofisticados que os que foram resultado das edições do JogosBR. Por outro lado, a falta de previsão com relação à continuidade dos *games* selecionados foi considerada um ponto negativo.

Outro aspecto deste edital foi a exigência que os jogos desenvolvidos fossem executáveis em Linux ou multiplataforma ou que fossem disponibilizados sob licença CCGNU

GPL, o que ia de encontro com a política de estímulo ao *software* livre do então Ministro da Cultura, Gilberto Gil.

Este edital teve um alto impacto na Bahia ao aprovar três *games* baianos: Tríade-Igualdade, Liberdade e Fraternidade (UNEB- Comunidades Virtuais), Calangos (UEFS, UFBA e Mackenzie) e o Livro dos Sonhos (Senai-Ited). Esse incentivo deu início a serviços associados a *videogames* e a uma maior cooperação entre pesquisadores nacionais e desenvolvedores baianos (LINZMAYER, 2014). De acordo com Zambon e Carvalho (2017, p. 247), “os jogos resultantes do edital [Jogos Eletrônicos Educacionais] cumpriram os objetivos propostos, menos na criação de produtos que geraram um inovador impacto educacional, mais ao fomentar pesquisas na área”.

O edital BRGames foi lançado em 2009, ainda no governo Lula, mas já na gestão de Juca Ferreira como Ministro da Cultura., e substituição ao Jogos BR (que só teve os dois editais acima). O edital teve a parceria da Sociedade Brasileira para Promoção da Exportação de *Software* (SOFTEX) e da Atragames e o apoio institucional do Festival Internacional de Linguagem Eletrônica (FILE). O objetivo deste edital era fortalecer o consumo de jogos brasileiros no Brasil e no exterior.

O BRGames não contemplou o desenvolvimento de jogos completos, apenas demos jogáveis, e as categorias foram pessoas físicas em coprodução com uma empresa, e pessoas jurídicas. As empresas envolvidas deveriam exercer atividades no ramo de desenvolvimento de jogos eletrônicos. O edital previa o aporte de recursos para sete pessoas físicas e três empresas. Cada uma das empresas se beneficiaria de um aporte de R\$112.000 e deveriam dar uma contrapartida de R\$28.000 de cada uma delas. As pessoas físicas receberiam R\$70.000 cada, sem contrapartida. Esta chamada contou com mais de 200 inscrições, sendo 170 delas pessoas físicas.

O objetivo específico do BRGames de aumentar a participação de jogos brasileiros no exterior ia de encontro com a pesquisa desenvolvida pela Atragames sobre a indústria brasileira de jogos eletrônicos publicada em 2008, que constatou na época que a exportação representava 43% da produção total de *softwares* de jogos e que os *games* desenvolvidos para exportação era uma área com grande potencial para o desenvolvimento da indústria nacional. Por isso, ao contrário das edições anteriores, nenhum dos *games* contemplados neste edital apresentava componentes das expressões tradicionais de cultura do Brasil (LINZMEYER, 2014).

Um dos contemplados neste edital foi o Esther Art Gallery, da Interama. Tratou-se de um *game* casual produzido na língua inglesa e visando o mercado dos Estados Unidos, como

era o objetivo deste edital, de aumentar a presença de desenvolvedoras brasileiras no exterior. De acordo com Linzmeyer (2014), o aporte do edital à desenvolvedora Interama garantiu a conclusão do demo jogável exigido pelo edital dentro do prazo de 8 meses e contribuiu para a estruturação da desenvolvedora.

5.4.2 Programas de incentivo à indústria de videogames

O programa para o Desenvolvimento da Economia da Cultura (Procult) e o projeto do Fundo de Estruturação de Projetos (FEP Games) são iniciativas do Banco Nacional do Desenvolvimento (BNDES), empresa pública Federal, de apoio ao setor de *games*. O Procult oferecia linhas de crédito dentro de cinco grandes eixos: patrimônio, cultural, audiovisual, editorial, fotográfico e espetáculos ao vivo. Os *games* se inserem no eixo audiovisual e podem se candidatar a investimentos os *games* de caráter cultural com cunho educativo e que possam ser financiados como itens para execução e planos de negócios de empresas envolvidas na sua produção. O Procult foi substituído em 2017 pela linha BNDES Direto 10, que funcionou até 2019, quando teve suas operações suspensas. Desde então, o BNDES não lançou nenhuma nova linha de crédito a *videogames*. O programa do BNDES de fomento a *startups*, o BNDES Garagem, não beneficiou nenhum estúdio até o momento (FORTIM, 2022, p. 93).

O FEP Games, lançado em 2011, foi um edital que se destinou a financiar projetos de pesquisa científica que consolidassem informações sobre a indústria de *games* e fornecessem subsídios para a consolidação de políticas. De acordo com Linzmeyer (2014), esse edital partiu da premissa que os *games* produzidos no Brasil não são absorvidos pelo mercado interno e que não há mão de obra qualificada no país nem empresas nacionais em nível de competição com as empresas estrangeiras. Por isso, o objetivo da chamada era consolidar informações no setor para contribuir para a elaboração de políticas específicas. Por isso, foi exigido que a pesquisa apresentasse dados sobre investimentos, perspectivas e uma análise das políticas públicas e tendências de investimentos no Brasil.

Este edital também se alinhou à produção acadêmica já existente na época, quando o Brasil já contava com cursos sobre *videogames* em 30 universidades e o evento acadêmico em jogos para computador e entretenimento digital (SBGames) ocorria desde 2004. O resultado desta iniciativa foi o mapeamento da indústria brasileira e global de jogos digitais, o I censo da indústria brasileira de jogos digitais, e o relatório proposição de políticas públicas voltadas à indústria brasileira de jogos digitais.

O programa FINEP *startups*, que disponibiliza recursos para *startups* e aloca recursos para indústrias criativas, dispunha de uma categoria para o setor de *videogames* de 2017 a 2020. Essa categoria foi suspensa em 2020 e em abril de 2022, a FINEP anunciou o Programa Aceleração espaço FINEP 3ª. Edição, que contempla jogos digitais em uma de suas categorias (LUZ, 2022). A FINEP não lançou nenhuma iniciativa para o setor de *videogames* até abril de 2022, quando incluiu jogos eletrônicos na terceira edição do Programa de Aceleração FINEP 2022.

5.4.3 Leis de incentivo à indústria de videogames

Lei Rouanet

De acordo com Linzmayer (2014), depois de 2009 não houve novos editais exclusivos para a indústria de *games*. No entanto, a portaria 116 de 2011 incluiu a produção de jogos na lei Rouanet de incentivo à cultura a partir de 2012. A partir desse momento, desenvolvedores poderiam submeter propostas de *games* ao Programa Nacional de Cultura (PRONAC). As propostas habilitadas pelo PRONAC então passariam a poder buscar recursos pelo Fundo Nacional de Cultura (FNC) ou pela iniciativa privada.

Pelo FNC, é possível obter financiamento pelo Governo de jogos educativos ou para desenvolver habilidades (*serious games*). Os proponentes devem ser de origem pública e sem fins lucrativos. Já a iniciativa privada (mecenato) prevê a possibilidade de investir em projetos culturais recebendo um abatimento posterior no imposto de renda (até 6% para pessoas físicas e 4% para pessoas jurídicas), mediante doação (transferência definitiva e gratuita de bens, recursos ou serviços sendo vedada a promoção ou divulgação do ato) ou patrocínio (transferência de recursos com a finalidade de promoção do patrocinador). Dois projetos que foram aprovados pela lei Rouanet foram Game Comix e Toren (LINZMAYER, 2014).

Game Comix foi o primeiro projeto na área de *games* aprovado pela lei Rouanet, em 2011 (ZAMBARDÁ, 2015). Tratou-se de uma iniciativa de um grupo de amigos que firmaram um contrato de parceria evitando vínculos empregatícios, salários e hierarquização. O *game* consistia em episódios gratuitos que uniam história em quadrinhos com *videogame*. Os desenvolvedores buscaram financiamento coletivo em sites como o Catarse e outras iniciativas lançadas a partir de sua página no Facebook. O projeto, contudo, não foi concluído e, por conseguinte, não foi lançado no mercado.

Toren foi o resultado de um trabalho de conclusão de um curso de pós-graduação em *design de games* da PUC-RS. Os três estudantes criaram a desenvolvedora Swordtales a fim de

levantar os recursos necessários para o desenvolvimento do *game*. O projeto obteve o incentivo pela lei Rouanet em 2011 e conseguiu captar R\$75 mil dos R\$375 mil orçados para o seu desenvolvimento em um período de dois anos. A doadora foi a empresa mato-grossense Eletromar Móveis e Eletrodomésticos Ltda. O restante do valor orçado foi coberto pela *publisher* Versus Evil, com base no Texas, e o *game* foi lançado em 12 de maio de 2015. O *game* vendeu cerca de 7 mil cópias na semana de seu lançamento. Em 2018, o número total de cópias vendidas era de 50 mil.

Para Zambon e Carvalho (2018), a dificuldade para captação de recursos por parte de desenvolvedores de *videogames* no marco da Lei Rouanet advém do fato dos *videogames* terem sido enquadrados no art. 26, que prevê que o doador poderá receber isenção de até 64% dos recursos doados no imposto de renda. Caso a categoria fosse enquadrada no art. 100 da lei, onde se enquadram os incentivos às artes cênicas e às produções cinematográficas entre outros, essa isenção poderia ser de até 100%.

Lei do audiovisual

A lei 8685/93, conhecida como a lei do Audiovisual, concede benefícios fiscais a pessoas físicas ou jurídicas que queiram investir em projetos de base exclusivamente audiovisual (BRASIL, 1993). Através dessa lei, essas pessoas podem receber “Certificados de Investimento Audiovisual”, que representam cotas de participação em obras audiovisuais, e obtêm um abatimento do Imposto de Renda. O investidor se torna assim um cotista da produção com direito a participação nos lucros.

Esta lei também contempla em seu art. 3 a possibilidade de empresas estrangeiras obterem até 70% de abatimento do seu imposto de renda ao coproduzir obras audiovisuais com produtoras brasileiras.

Zambon (2012) declarou que a Lei do Audiovisual não considerava jogos eletrônicos como itens financiáveis, no entanto a Medida Provisória 796/17 aprovada pela Câmara dos Deputados em 2017 previa a extensão desses benefícios para a produção de *videogames* independentes e clipes de música. Em 2018, o autor juntamente com Carvalho volta a pleitear a importância para o setor da inclusão dos jogos eletrônicos no escopo da Lei do Audiovisual, que já substitui a lei Rouanet para investimentos no setor de longa metragem desde 2007.

5.4.4 Ancine

A Agência nacional do Cinema (ANCINE) é uma autarquia vinculada atualmente ao Ministério do Turismo e responsável pela implantação de políticas públicas para o setor audiovisual no Brasil (ANCINE, [2022]). A Contribuição para o desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional (CONDECINE) consiste no principal aporte de recursos para políticas de fomento da ANCINE e visa contribuir para o desenvolvimento de obras cinematográficas e video fonográficas com fins comerciais (ZAMBON; CARVALHO, 2018).

Em 2016 a ANCINE lançou o Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Audiovisual Brasileiro (PRODAV 14) para a seleção de propostas de produção de 24 *videogames* com recursos financeiros da ordem de dez milhões de Reais em recursos do Fundo Setorial Audiovisual, respeitada a distribuição geográfica de um percentual mínimo a ser distribuído para as regiões Norte, Nordeste e Centro Oeste e um outro mínimo para a Região Sul, Espírito Santo ou Minas Gerais.

Este programa fazia parte do Programa Brasil de Todas as Telas e foi resultado de um estudo para a incorporação de *videogames* no setor audiovisual que foi publicado em 2016. O aporte se subdividiu em 3 categorias, sendo que a categoria A contemplou dois projetos com o aporte de R\$ 1 milhão para cada, a B selecionaria 10 projetos com o aporte de R\$500 mil, e a categoria C contemplaria até 12 projetos com R\$250 mil cada (ZAMBON; CARVALHO, 2017).

A edição de 2017 do PRODAV 14 voltou a oferecer o mesmo aporte para o mesmo número de 24 contempladas. Os dois editais promovidos pela Ancine financiaram, entre outros, os *games* *Árida: Backland's Awakening*, da Baiana AOCA Game Lab, e *Elderand*, das também baianas Mantra e Sinergia.

A ANCINE cancelou a execução para o edital em 2019 apesar de ter tido recursos aprovados para uma nova chamada e não lançou novos editais desde então (MULLER, [2021]). De acordo com Luz (2022), a Secretaria Especial da Cultura não lançou nenhuma nova linha de fomento para o setor desde o último edital do PRODAV, de 2018.

5.4.5 Outras iniciativas do Governo

Além das principais iniciativas refletidas acima, o Governo Federal lançou outras iniciativas ao longo dos anos que não se voltavam especificamente para o mercado de *games*, mas que beneficiaram a desenvolvedoras, que passamos a listar abaixo.

Programa de Extensão Universitária de 2011 do Ministério da Educação e Cultura, que viabilizou o desenvolvimento do Laboratório de Objetos de Aprendizagem (LOA), pela

Secretaria de Educação à Distância da Universidade Federal de São Carlos - UFSCar. Este laboratório se destinou ao desenvolvimento de *games* educativos para o ensino de língua portuguesa, matemática e química nos ensinos fundamental e médio. Essa iniciativa partiu de uma secretaria já existente que dispunha de alguma infraestrutura e objetivava a inserção de jogos educativos no contexto dos cursos disponíveis pela SEAD na plataforma Moodle.

A equipe do LOA contou com a infraestrutura e as tecnologias disponíveis na própria universidade e contratou alguns membros de sua equipe através de chamadas por *e-mail* para os estudantes dos cursos de graduação e pós-graduação. O programa de financiamento do ProExt contribuiu com o custeio de bolsas para os estagiários contratados para o LOA e com a aquisição de equipamentos e material de escritório (LINZMAYER, 2014).

No Governo Temer, o Ministério da Cultura lançou o Programa Nacional de Fomento ao Audiovisual, o Proav, que incorporou lançou cinco editais em julho de 2017 com aporte de R\$8.6 milhões para 135 projetos no setor. Foi o programa mais amplo lançado pelo MinC desde 2011. Um destes editais foi o App para Cultura para o desenvolvimento de 40 aplicativos ou jogos eletrônicos, sendo 20 para o setor audiovisual e os outros 20 com temática livre. Cada vencedor receberia um aporte de R\$20,000 (ESPÍRITO SANTO, 2017).

Em 2018 o Ministério da Cultura lançou o Programa Audiovisual Gera Futuro, uma linha de editais para o desenvolvimento de jogos para adolescentes e jovens com aporte de R\$2,5 milhões.

O Ministério da Cultura lançou uma linha de editais em 2018 para o desenvolvimento de *games* para adolescentes e juventude no marco do programa Audiovisual Gera Futuro. Um deles aportava um total de R\$2,5 milhões para a produção de dez jogos com temática livre para adolescentes (Edital SAV/MinC/FSA no. 06). Outros dois editais do programa, para a produção de curtas-metragens de animação e para a produção de minisséries de animação, também incluíam *videogames* (ZAMBON; CARVALHO, 2018).

5.4.6 Iniciativas do setor privado

Luz (2022) destaca a importância das iniciativas no setor implementadas pelo Sebrae nacional e suas regionais, com ênfase para o Projeto Global Games Sebrae, parceria entre o Sebrae RS e a Adjogos RS, o programa Level UP do Sebrae MT, o programa de capacitação para o desenvolvimento da indústria de jogos no Ceará 2021, pelo SebraeCE em parceria com a prefeitura de Fortaleza, o ciclo de *workshops*, seminários e mentorias do Sebrae MA, e das

duas iniciativas do Sebrae AL, um edital para o setor da economia criativa e um estudo do cenário de *games* em Alagoas.

A Quintess, empresa privada que oferece soluções em transformação digital, lançou o programa Ignite Startups de aceleração. Este programa seleciona *startups* para participarem de seu programa de aceleração, que conta com sessões de mentoria, suporte para desenvolvimento tecnológico, *marketing*, assessoria financeira, jurídica e espaço de trabalho.

A primeira edição do programa, em 2020, selecionou doze projetos para se beneficiarem com o programa. Uma das empresas selecionadas foi a desenvolvedora baiana AOCA Game Labs⁵ (FORTIM, 2022), desenvolvedora do vale do Dendê, um centro de inovação para as periferias de Salvador e criadora da premiada série Arida Backland's Awakening. Nenhuma outra desenvolvedora de *games* foi selecionada para as edições de 2021 e 2022.

Criado em 1997, o edital Rumos, do Instituto Itaú Cultural já contemplou mais de 1.400 propostas para viabilizar ações artísticas e culturais no cenário brasileiro. Uma das desenvolvedoras de *games* agraciadas por esse edital foi o *game* Huni Kuin: os caminhos da jiboia, no edital 2013-2014.

O edital de Jogos Novos da Magalu, lançado em 2021 pelo Magazine Luisa (Magalu), financia desenvolvedores selecionados na ordem de até dez mil Reais para que possam publicar seus *games* sob o selo Magalu Games, a nova divisão da Magalu que atua como *publisher*. A Magalu passa então a receber 70% de participação sobre o faturamento do jogo até a recuperação do investimento inicial. Após isso, ela passa a participar em 50% do faturamento do jogo. Caso o jogo seja selecionado nas fases iniciais e receba financiamento para parte da produção, a Magalu também participa no faturamento deste *game* com um percentual mais baixo.

Em agosto de 2022, a Magalu anunciou o lançamento de três *games* desenvolvidos por meio deste edital: Death Trap Nite, da Luski Game Studio, Orbit Conqueror, da Bragi estúdios, e Speed Box, da Yellow Panda (ROMANI, 2022).

A Fundação Telefônica Vivo lançou o Programa Pense Grande para fomentar o empreendedorismo entre jovens brasileiros. O programa apoia iniciativas que se destinem a utilizar tecnologia para ensinar, com foco em transformação social. O programa foi citado entre os editais privados que beneficiam as desenvolvedoras na Pesquisa Abragames (FORTIM, 2022).

⁵ Quintess (2020).

O Ciclo Brilhante, lançado pela marca Brilhante, da Unilever, em 2015, foi uma iniciativa para estimular mulheres a abrirem seu próprio negócio. Consiste em treinamentos e ferramentas a mulheres empreendedoras, em colaboração com a Aliança Empreendedora e a Escola de Você.

O ciclo é subdividido em três fases, sendo a primeira uma série de video aulas desenvolvidas pela plataforma de cursos para mulheres Escola de Você. As candidatas selecionadas passam para a segunda fase, que consiste em video aulas desenvolvidas pela ONG Aliança Empreendedora. Ao final da segunda fase, dez empreendedoras são selecionadas e seguem para a terceira fase, onde passam a receber aporte financeiro para a empresa. Em 2017 a desenvolvedora Ludo Thinking, que desenvolve ferramentas e *games* para treinamentos corporativos, foi uma das finalistas do Concurso (ALIANÇA EMPREENDEDORA, 2018).

5.4.7 Outras fontes de financiamento

Algumas desenvolvedoras nacionais responderam para a Pesquisa Atragames (FORTIM, 2022) sobre fontes de financiamento, onde mencionaram aceleradoras nacionais e internacionais, plataformas de financiamento colaborativo virtual (*crowdfunding*), investidores anjo e *publishers*.

As aceleradoras internacionais mencionadas foram: Game Founders, Black Founders Fund IGA –Indie Games Accelerator, da Google, ELEVATE 2020: GDC Relief Fund Accelerator e a Boost VC. Os desenvolvedores mencionaram as aceleradoras nacionais Inova Bossa Nova, AmazonCap Samsung Ocean.

As plataformas de *crowdfunding* utilizadas pelas desenvolvedoras para obter financiamento para seus projetos foram Kickstarter, Catarse e juntos.com.vc

Os investidores anjo mencionados vinham de São Paulo, Campinas, Rio de Janeiro, Natal, Salvador, Pelotas e Timóteo. Os investidores estrangeiros mencionados são de Brisbane, Sidney e Tallahassee.

A Pesquisa também menciona os seguintes *publishers* internacionais que já publicaram jogos brasileiros: bitComposer (Alemanha), WhisperGames (China) Akupara Games (EUA), Gamemill (EUA), Humble Games (EUA), Megacat Studios (EUA), Modus Games / Maximum Games (EUA), Scopely (EUA), Skystone Games (EUA), Tinybuild (EUA), Plug In Digital (França); Bandai Namco (Japão); Dangen Entertainment (Japão); QubicGames (Polônia); By Aliens (Portugal); 1C Publishing (Rússia); Paradox Interactive (Suécia); Raw Fury (Suécia); e Starbreeze (Suécia). Embora as *publishers* nacionais não sejam tão numerosas, foram citadas a

Bee Legacy, a DX Gameworks e a Magalu. Outra fonte citada foi o contrato de exclusividade com plataforma de console

Entre as *venture capitals* internacionais e nacionais, a Benchmark capital liberou aporte de US\$60 milhões à Wildlife em 2019, que se tornou o primeiro unicórnio de *games* no Brasil, avaliado em USD1.3 bilhões, junto com as investidoras GE32 Capital, Human Capital, Bessemer Venture Partners e Base Partners. Novo aporte em 2020 da Vulcan Capital e da Human capital na ordem de USD120 milhões aumentou a avaliação da empresa para US\$3 bilhões.

5.4.8 Editais para a Formação de Clusters

Clusters são agrupamentos de profissionais e serviços relacionados a um nicho de mercado em um determinado território que acaba atraindo outros profissionais e serviços relacionados ou satélites àquele nicho, e que resultam na criação de polos setoriais (UNCTAD, 2010 apud ZAMBON, 2012).

Apesar de um polo ter surgido organicamente na região de São Paulo, onde já há um grande número de serviços relacionados ao audiovisual, outros estados brasileiros vêm implementando políticas e incentivos para a formação de *clusters* relacionados a mercado de *videogames*, como indicaremos a seguir.

O Polo de Games e Entretenimento Digital de Florianópolis (SC Games) originou-se de uma iniciativa da SC Parcerias, instituição criada pelo Governo do Estado de Santa Catarina para gerar investimentos no Estado. Assim em 2009 formalizou-se o Decreto Estadual 2338/2009 instituindo o Programa Santa Catarina Games e Entretenimento Digital, o SC Games, sob a administração do Instituto Gene. Em 2010 foi lançado o Edital do Instituto Gene 1/2010 para a seleção de incubadas.

O Programa é uma parceria entre o Instituto Gene, a Secretaria de Desenvolvimento de Estado do Desenvolvimento Econômico, a Secretaria de Estado da Educação, a Fundação Catarinense de Cultura, a Secretaria Especial de Articulação Internacional, a Secretaria de Turismo, Cultura e Esporte e o Centro de Informática e Automação do Estado de Santa Catarina (ZAMBON, 2012).

Recentemente, lançou-se em Florianópolis o hub Costão Games (hubCG), um projeto da iniciativa privada (Costão do santinho Resort e Sapiens Parque) para a construção de um espaço para a criação de um *cluster* empresarial visando firmar Florianópolis no cenário internacional de *games* (LONGO, 2021)

O projeto Porto Digital: Portomídia – Centro de Empreendedorismo e Tecnologias da Economia Criativa de Recife (PE) originou-se de uma parceria entre a iniciativa privada e o Governo do Estado de Pernambuco, o Governo Federal e universidades locais com base em políticas de isenção fiscal e aporte de infraestrutura em modelo *triple helix*. Ele é administrado pelo Núcleo de Gestão do Porto Digital, uma associação civil sem fins de lucro. Além das empresas encubadas, o projeto situado em Recife também oferece ferramentas de inclusão social em comunidades locais (ZAMBON, 2012).

O Governo do Pernambuco fez um aporte de 33 milhões de Reais para a criação de um Parque Tecnológico que juntasse os agentes de tecnologia da informação e comunicação (TIC) que atuavam no Estado de maneira isolada e no ano 2000 surgiu na zona portuária de Recife o Porto Digital (PORTO DIGITAL, [2022]).

Reconhecido hoje como um dos maiores polos do Brasil, o Porto Digital hoje reúne empresas e instituições de TIC, Economia Criativa (EC) e Tecnologias para Cidades. As empresas e instituições atuam em diversos segmentos do mercado, entre os quais os jogos e entretenimento digitais. As 330 empresas e 11 mil empregos gerados pelo Porto Digital alcançaram um faturamento de 2,3 bilhões de Reais em 2019.

Em 2012 o Porto Digital obteve um selo de indicação de procedência junto ao INPI para serviços de tecnologia da informação, tornando-se a primeira e, até o momento, única indicação geográfica brasileira relacionada com *videogames*.

O Portomídia, lançado em edital também em 2012, criou uma incubadora para empresas criativas nas áreas de *design*, jogos digitais, multimídia, cine-vídeo-animação, música e fotografia que utilizem tecnologia de informação e comunicação.

O Parque Tecnológico da Bahia: Game Cluster de Salvador foi um espaço criado em parceria com as universidades locais UNEB, UESB, UFRB, UESC, UFBA e UEFS, oferecendo redução tributária para as empresas instaladas no parque e acesso ao Programa Estadual de Incentivos à Inovação Tecnológica – INOVATEC, um fundo que viabiliza a aquisição de equipamentos importados. Além do espaço físico, o parque oferece laboratórios compartilhados e bolsas para pesquisadores (ZAMBON, 2012).

Este espaço teve início com o grupo Comunidades Virtuais, um grupo que se destinou a investigar as possibilidades de interações entre ensino à tecnologia. O grupo tomou a decisão de lançar um projeto de *videogame* passando da teoria à prática com o edital da FINEP de 2009, e apresentaram a candidatura do *game* Tríade – Liberdade, Igualdade, Fraternidade, um jogo educativo ambientado na Revolução Francesa. O *game* foi um dos selecionados pelo edital. O

game foi então desenvolvido com recursos do edital e também com assistência financeira do CNPq, da FAPESB e da própria UNEB (LINZMAYER, 2014).

O grupo de desenvolvedores de Tríade, que no início era constituído por dois pesquisadores, lançou chamadas públicas que resultaram em uma equipe que contava com estudantes universitários e pesquisadores de computação, história e pedagogia, entre outros campos (ALVES; MOURA JUNIOR; LIMA, 2021).

Essa base multidisciplinar de acadêmicos, juntamente com especialistas do audiovisual, contribuiu para o desenvolvimento de uma cena baiana de *videogames*. Outro ponto positivo desta iniciativa acadêmica e multidisciplinar foi a vasta produção de artigos e estudos acadêmicos sobre o Tríade e outros *games* que vieram a ser desenvolvidos posteriormente pelo grupo. Estes estudos foram compilados no portal Game Studies, onde estiveram disponíveis para download (<https://comunidadesvirtuais.pro.br/game-studies/home/>) (ALVES; MOURA JUNIOR; LIMA, 2021). No momento da redação deste artigo, o portal estava indisponibilizado.

Em 2008 a FAPESB criou o comitê gestor do projeto Game Cluster, para a criação de um polo de *games* e animação 3D no estado. O edital 10/2012 da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia (Fapesb) teve como objetivo de criar um laboratório para apoio e fomento à inovação na área de jogos eletrônicos.

A cena baiana de *videogames* deve muito à Universidade do Estado da Bahia e seu Grupo de Pesquisa Comunidades Virtuais (CV), criado em 2002 com o apoio da Atragames. Em 2017, a coordenadora do grupo Lynn Alves passou da UNEB à Universidade Federal da Bahia (UFBA), onde fundou um outro grupo de pesquisa com o mesmo nome (Comunidades Virtuais) e fundou um grupo de pesquisa atuante em rede, que hoje conta com a participação, além da UNEB e da UFBA, do Instituto Federal Baiano (IF Baiano) e da Universidade Federal do Alagoas.

Um Exemplo de *games* desenvolvidos no âmbito do polo da Bahia de muita representatividade para a história de *videogames* brasileira é o estúdio AOCA Game Lab com seu *Árida*, um *survival game* no qual a pequena Cícera enfrenta dificuldades relacionadas com sua própria subsistência durante a grande fome de 1896 enquanto atravessa o sertão da Bahia em direção à Vila dos Canudos. Este *game* foi vencedor do edital de Games da Agência Nacional de Cinema (ANCINE) de 2017 (ÁRIDA..., 2021). Outro estúdio surgido no Polo da Bahia foi o ERA Game Studio, desenvolvedora de *games* hiper-realistas (*live games*) que surgiu do teatro.

Em 2020 a Bahia contava com quatro cursos superiores de *videogames*, sendo que a primeira turma foi formada em 2019 pela UNEB. Os outros cursos são os oferecidos pelo IFBA, pelo SENAI, e o curso de formação em *Game design* financiado pela ANCINE (ALVES; MOURA JUNIOR; LIMA, 2021).

No entanto, nas palavras de Alves, Moura Júnior e Lima (2021, p. 55-56)

A indústria de jogos digitais na Bahia ainda é bastante tímida, a cadeia produtiva é pouco estruturada, não havendo grandes estúdios e os desenvolvedores são de pequeno porte. O mercado regional é restrito e as empresas apresentam deficiências nos aspectos gerenciais e comerciais, e os editais públicos ocupam um lugar fundamental no seu financiamento. Além disso, há uma baixa taxa de publicação dos jogos desenvolvidos, o que leva a produção local a invisibilidades no cenário nacional e internacional de games.

5.5 O ECOSSISTEMA BRASILEIRO DE VIDEOGAMES

O mercado brasileiro de *videogames* é o décimo maior do mundo e o maior da América Latina (NEWZOO, 2021). Sua receita gerada estimada em 2021 foi 11 bilhões de Reais, e o mapeamento da indústria mais recente identificou mais de mil estúdios gerando mais de 12.000 empregos (FORTIM, 2022). Este mercado alcançou uma movimentação de US\$2,3 bilhões em 2021, com crescimento anual de 5,1% (NEWZOO, 2022). A América Latina, com o Brasil na liderança, vem sendo apontada como o mercado com maior possibilidade de crescimento (LUZ, 2022).

O Brasil vem se firmando cada vez mais no exterior como um grande mercado de *videogames*, com 74,5% de sua população com o costume adquirido de jogar (FORTIM, 2022). Fortim (2022) cita como marcos do mercado de *videogames* nacional a paulista Wildlife, que se tornou o primeiro unicórnio nacional de *videogames*, a paulista ARVORE, que recebeu o prêmio de melhor experiência imersiva no Festival de Cinema de Veneza e o Primetime Emmy de inovação extraordinária, e a Kokku, de Pernambuco, que desenvolve artes para jogos AAA, entre outros exemplos de muito sucesso.

A seguir apresentaremos alguns aspectos sobre os principais *players* do ecossistema brasileiro de *videogames* a fim de apresentar um panorama geral ao leitor.

5.5.1 Desenvolvedoras

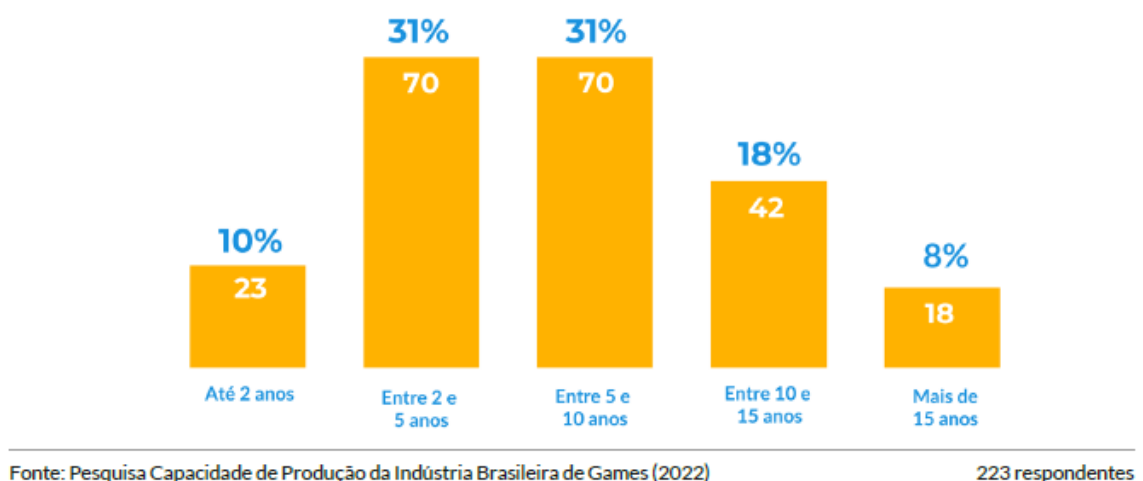
À época da redação desta pesquisa, o mapeamento mais atualizado do ecossistema nacional de *videogames* era a Pesquisa da indústria brasileira de *games* de 2022, elaborada pela Homo Ludens no marco da parceria entre a Abragames e a ApexBrasil junto a 223 empresas.

A pesquisa inicialmente identificou 1.009 estúdios voltados para a indústria de *games* no Brasil, um crescimento de 169% com relação ao II Censo da Indústria Brasileira de Jogos Digitais, de 2018, que mapeou 375 desenvolvedoras (o que foi um crescimento de 182% com relação ao primeiro censo, de 2014).

De acordo com essa pesquisa, as desenvolvedoras brasileiras não se dedicam exclusivamente ao desenvolvimento de *videogames*. As principais atividades secundárias declaradas pelas respondentes são gamificação (32%), seguida de serviços de arte (28%), desenvolvimento de *software* e serviços de informação (25%) e produção de conteúdo digital (25%). Constatou-se que as empresas nacionais não costumam se dedicar a atividades de varejo ou pesquisam localização e qualidade de *software*.

O tempo de vida das empresas recenseadas em 2022 apresentou uma diferença com relação aos resultados do censo de 2018. Em 2022, apenas 10% das empresas respondentes tinham menos de dois anos, ao passo que 31% tinham entre 2 e 5 anos e 31% tinham de 5 a 10 anos. Os autores constataram a partir destes dados que a indústria nacional está demonstrando maior longevidade.

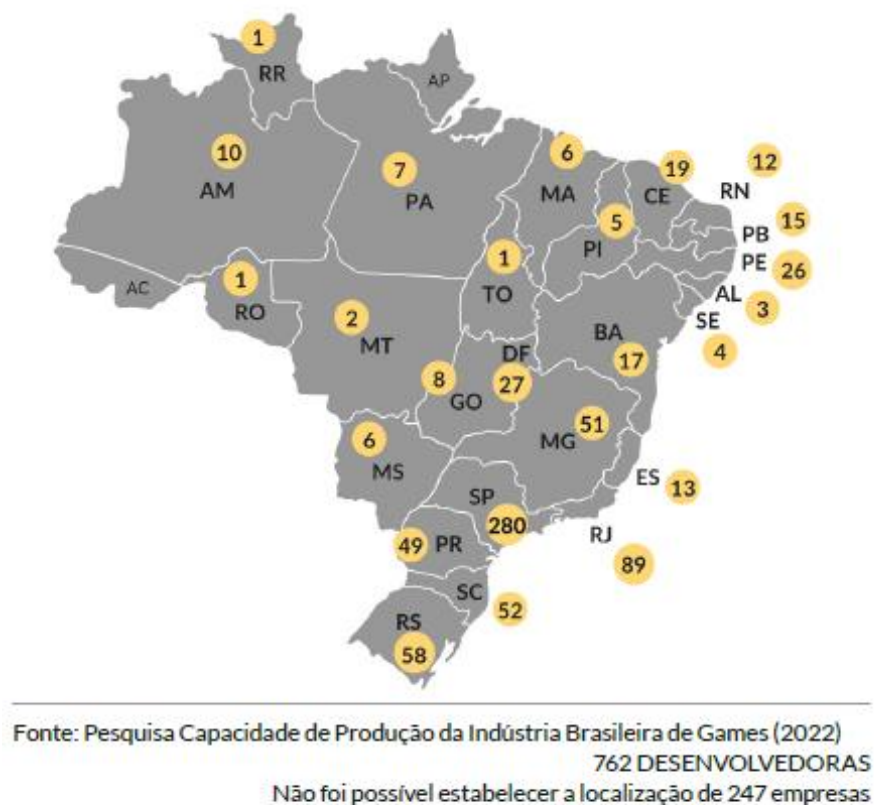
Gráfico 1 - Tempo de operação das desenvolvedoras nacionais em 2022



Fonte: Fortim (2022, p. 34).

O estudo realizou uma distribuição por Estado das 1003 empresas identificadas no início do trabalho de pesquisa e constatou que São Paulo, com 280 desenvolvedoras, tem uma superioridade numérica de alta importância com relação ao segundo colocado, o Rio de Janeiro, com 89 desenvolvedoras. A figura abaixo apresenta os resultados demonstrados de acordo com o recenseamento.

Figura 4 - Distribuição das desenvolvedoras pelo país



Fonte: Fortim (2022, p. 36).

Assim, a região Sudeste acomoda 57% das desenvolvedoras identificadas, seguidas da região sul, com 21%, o Nordeste com 14%, Centro Oeste com 6% e a região Norte com 3%.

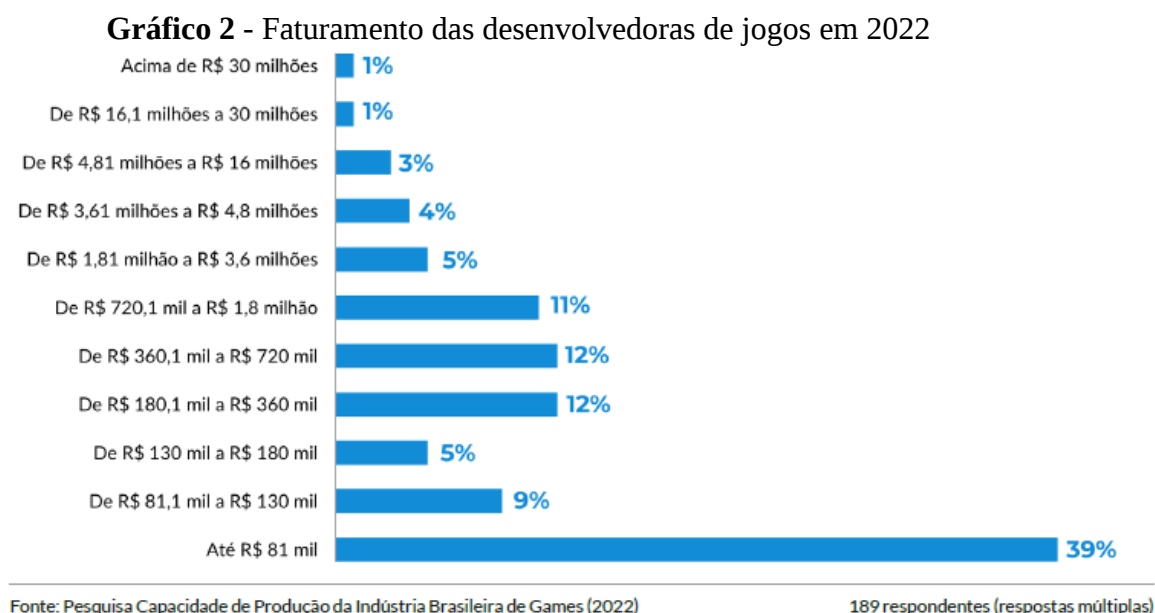
Isso pode ser explicado pelo fato das regiões Sudeste e Sul terem implementado políticas estaduais e iniciativas com mais constância ao longo dos anos que viabilizaram o desenvolvimento de ecossistemas, tais como cursos de formação e especialização, serviços especializados acessórios ao desenvolvimento (estúdios de composição de trilha sonora e de design), e *clusters* de desenvolvimento de *games* em universidades.

De acordo com Fontolan, Costa e Malazita (2020), a alta concentração de desenvolvedoras em São Paulo com relação aos outros estados do Brasil se dá por conta dos

polos tecnológicos voltados para a tecnologia da informação, assim como pela presença de forte indústria audiovisual, o que viabiliza o acesso a mão de obra especializada para desenvolver conteúdos de *videogames*. Também favorece o desenvolvimento de um polo de *videogames* o fato de o estado ter universidades renomadas, como a Universidade de São Paulo (USP) e a Universidade Estadual de Campinas, que acolhem *startups* de desenvolvedoras de *videogames*.

Para Gaviolli, essa concentração de desenvolvedoras nas regiões sul e sudeste inibe o desenvolvimento tecnológico de certas regiões, pois reduz oportunidades de emprego e renda nas regiões centro-oeste, norte e nordeste.

Com relação ao faturamento, a grande maioria das respondentes (29%) declarou ter faturado até R\$81 mil em 2022, o que correspondia à ao patamar mais baixo do formulário, de acordo com o gráfico abaixo:



Fonte: Fortim (2022, p. 81).

A principal fonte de financiamento para os desenvolvedores são recursos próprios, ou de empréstimos junto a família e amigos (50%), seguidos de financiamento por *publishers* internacionais (16%), editais privados de jogos digitais (11%), empréstimos (10%) e investimento anjo (9%).

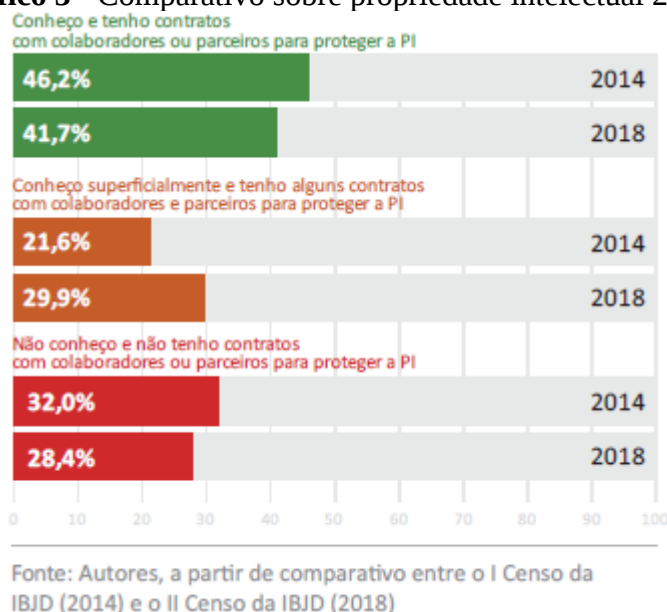
Antes dessa pesquisa de 2022, foram realizados outros estudos de mapeamento da indústria nacional de *videogames*, sendo que os mais abrangentes foram o I e o II Censos brasileiros da indústria brasileira de jogos digitais, de 2014 e 2018, respectivamente. Estes dois

censos incluíram perguntas relacionadas com o desenvolvimento e a proteção da propriedade intelectual.

Com relação à proteção, em 2018, 41,7% das empresas desenvolvedoras respondentes declararam conhecer e ter contratos com colaboradores ou parceiros para proteger a PI, enquanto 29,9% declararam desconhecer e não ter contratos com colaboradores ou parceiros para proteger a PI.

Esses números, em comparação com os números coletados em 2014, indicavam a inexistência de mudança significativa com relação aos cuidados por parte das desenvolvedoras para proteger sua PI no período entre os dois censos, como se pode ver no gráfico comparativo abaixo:

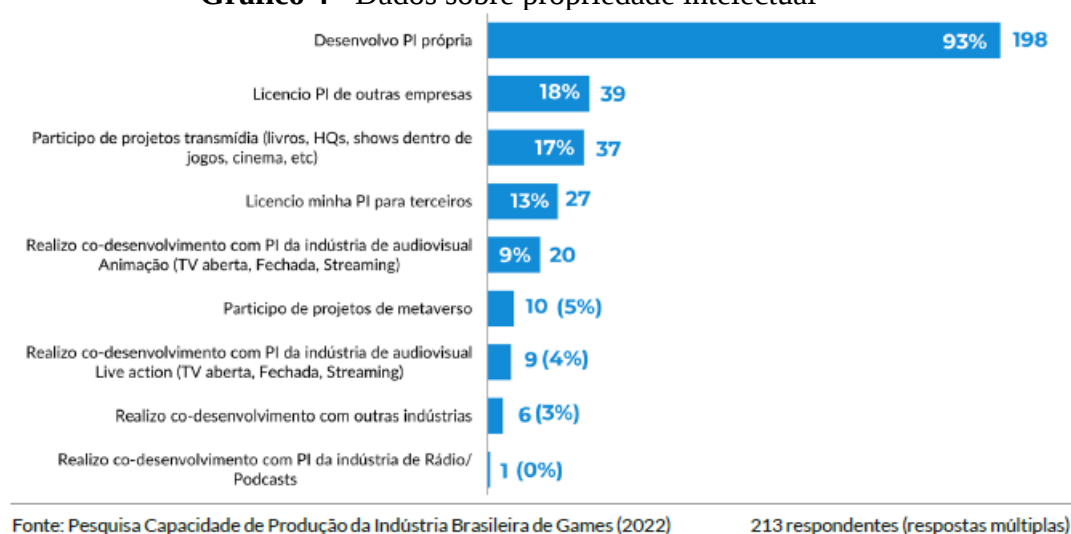
Gráfico 3 - Comparativo sobre propriedade intelectual 2014/2018



Fonte: Sakuda e Fortim (2018, p. 70).

Infelizmente para os efeitos deste estudo, a pesquisa de 2022 não incluiu a pergunta sobre medidas para proteção da PI. Contudo, 93% das empresas respondentes declararam desenvolver PI própria, um número pouco menor que o de 2018, quando 97,9% das respondentes declararam desenvolver PI própria.

O gráfico abaixo demonstra os resultados do recenseamento de 2022 com relação ao desenvolvimento de propriedade intelectual:

Gráfico 4 - Dados sobre propriedade intelectual

Fonte: Fortim (2022, p. 86).

Fortim (2022) realizou um levantamento entre 168 profissionais autônomos que desenvolvem ou prestam serviços relacionados com o desenvolvimento de *videogames* para outras empresas. Levantou-se que 57% destes não têm formalização de suas profissões e sua principal fonte de rendimentos advém de desenvolvimento de *software* e serviços de arte e outras atividades distintas de *videogames*. Estes profissionais declararam ter produzido 269 jogos em 2020 e 2021, e participaram de 229 projetos para desenvolvimentos de jogos no biênio.

Com relação aos profissionais prestadores de serviços relacionados com a indústria de jogos (animação, dublagem, desenvolvimento de *software*, treinamento, etc.), as 53 empresas que responderam à pesquisa de Fortim (2022) declararam ser majoritariamente formalizadas (92%), e mais da metade está em atividade há menos de cinco anos. Estas empresas são majoritariamente financiadas com recursos próprios ou de amigos e familiares, com pouca incidência de investimento-anjo e *venture capital* na área.

5.5.2 Associações e Coletivos

As associações têm importância reconhecida pelos agentes do ecossistema nacional de *games* para promover o *networking* entre agentes, organizar atividades de capacitação, defender os interesses da indústria, promover eventos do setor e estudos setoriais, além de prestar serviços.

Passamos a listar algumas associações identificadas em censos e estudos que exercem influência no ecossistema nacional através da organização de eventos, estudos ou como facilitadores de *networking*.

A Associação Brasileira de Games (Abragames) é uma entidade sem fins lucrativos que objetiva o fortalecimento da indústria nacional de *videogames*. A referida entidade foi fundada em abril de 2004 como iniciativa de alguns desenvolvedores de *games* de São Paulo e Belo Horizonte para fortalecer a presença da indústria no plano nacional. A Abragames foi criada em um momento em que o Ministério da Cultura, sob a gestão do Ministro Gilberto Gil (2003 a 2008), ampliava o diálogo com a sociedade civil. Algumas ações da Abragames foram o apoio na estruturação dos editais para jogos eletrônicos (JOGOS BR, de 2004 e 2005, BR Games, de 2009, o PRODAV 14 da ANCINE), o desenvolvimento de um plano diretor em 2004, e os mapeamentos da indústria brasileira de *videogames* de 2005, 2008, 2014, 2018 e 2022.

A parceria entre a Abragames e a Agência Brasileira de Exportação (APEX) também viabilizou a criação em 2013 do Brazilian Game Developers, um projeto setorial para a exportação de *games* com o objetivo de capacitar e promover oportunidades de negócios para desenvolvedores brasileiros no exterior. Essa ação permite a participação de desenvolvedores em feiras e congressos internacionais.

A Brazil Games Week, outro projeto que se originou da parceria entre a Abragames e a APEX, é um evento anual que conta com a presença de representantes de embaixadas e consulados de outros países, e onde se apresenta a indústria nacional de *games* (desenvolvedores, fornecedores de tecnologia, *e-sports*, *advergames*, *serious games*, realidade virtual e realidade aumentada) com vistas à exportação. A Abragames também é a organizadora principal do *Brazilian Independent Games Festival* (BIG Festival), o principal evento nacional de *videogames*. As ações da Abragames também envolvem a assistência a *startups* de afiliadas que não produzam diretamente *games*, mas que contribuem com o desenvolvimento do mercado nacional.

A Associação Comercial, Industrial e Cultural dos jogos Eletrônicos do Brasil (AciGames) foi fundada a partir do projeto Jogo Justo, que buscou discutir a carga tributária para *games* no Brasil, em 2010. Seu objetivo é a representação e regulamentação da indústria e comércio de *games* e o incentivo cultural à área.

A AciGames atualmente tem três filiais internacionais, nos Estados Unidos, Argentina e Itália, e em 2014 contava com 147 associados nacionais e 4 internacionais (FLEURY; SAKUDA; CORDEIRO, 2014), e atualmente em seu *website* constam 133 associados entre

desenvolvedoras, comércio, escolas técnicas e outros agentes da indústria envolvidos na produção e comercialização de *games* (ACI GAMES, [2022]).

A AciGames também foi a criadora do programa de Cadastro de Empresas Nacionais de Jogos Eletrônicos (CENJE) e a organizadora do Fórum do Comércio de Games no Brasil e o Retrogames Brasil, além de ter a curadoria da Campus Party e da E-show Brazil (FLEURY; SAKUDA; CORDEIRO, 2014, p. 86)

A Associação Internacional de Desenvolvedores de Jogos, ou International Game Developers Association, é a principal associação sem fins lucrativos para indivíduos envolvidos na criação de *games*. Trata-se de uma associação independente e sem fins lucrativos com base na Califórnia. Seu objetivo é promover a aproximação de profissionais da área, organizar capacitação profissional e atuar nos interesses dos desenvolvedores de *games* ao redor do mundo. A Associação se organiza em *chapters* e grupos de interesses específicos. No Brasil, a Associação se faz representar em *chapters* profissionais em Brasília, Campinas, Curitiba, Florianópolis, Recife, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, São Paulo e Sorocaba.

A União Brasileira de Video e Games foi fundada em 1983 inicialmente como União Brasileira de Video e em 2014 passou a representar as publicadoras e distribuidoras oficiais de *games* e as fábricas de replicação. Suas missões incluem ações de combate à pirataria, programas de incentivo, ações visando a proteção dos direitos autorais e contatos com autoridades governamentais para discussões sobre políticas setoriais. A União conta atualmente com 14 associadas, sendo quatro delas voltadas exclusivamente para o setor de *games* (Activision/Blizzard, Riot Games, Ecogames e Ubisoft).

A pesquisa Abragames 2022 (FORTIM, 2022) mapeou 15 associações e coletivos regionais atuando no Brasil, entre associações formalizadas e coletivos de desenvolvedoras. São estas: AdJogosRS (RS), AMAGames (MA), APGAMES (PB), ASCENDE (CE), BIND (BA), BRING (BSB), GameDevs (PA), GAMING (MG), GAMEGO (GO), JogosSP (SP), Piauintie (PI), PING (PB), Playnambuco (PE), PONG (RN), e RING (RJ).

Além dessas, há outras associações que não se dirigem exclusivamente à proteção de interesses de desenvolvedoras de *videogames*, mas também englobam o setor, como a ACATE (SC).

5.5.3 Empresas estrangeiras no Brasil

O Brasil conta com a presença das grandes empresas e distribuidoras internacionais em seu território. Contudo, a Samsung é o único estúdio de desenvolvimento internacional presente no Brasil até 2022 (FORTIM, 2022).

Entre os programas de apoio aos desenvolvedores implementados por multinacionais para desenvolvedores brasileiros, encontramos o Facebook gaming da Meta e o Indie Games Accelerator da Google (FORTIM, 2022).

O Indie Games Accelerator consiste em um programa de três meses de capacitação e mentoria no desenvolvimento de *games* para desenvolvedores cadastrados no Google play. Os desenvolvedores têm contato com especialistas de ponta da indústria e se juntam a uma comunidade internacional de desenvolvedores (INDIE..., 2021).

O Facebook Gaming é uma plataforma de suporte aos desenvolvedores que oferece ferramentas de engenharia, suporte com o gerenciamento de negócios, assistência em *marketing* e um fórum mundial unindo desenvolvedores.

As multinacionais também têm forte influência no ecossistema brasileiro com a terceirização de profissionais para prestarem serviços especializados. Estes profissionais então levam o *know-how* adquirido a desenvolvedoras nacionais, o que provoca uma adequação do produto nacional ao mercado estrangeiro e posterior inserção de indústrias brasileiras no mercado internacional (FORTIM, 2022).

5.5.4 Consumidores

Em 2021, o Brasil tinha 92,4 milhões de jogadores, que consumiram US\$2,5 bilhões em produtos e serviços (LUZ, 2022). De acordo com a Pesquisa Game Brasil 2022, 74,5% dos brasileiros entrevistados têm o hábito de jogar *videogames*, sendo 51% destes do gênero feminino. A faixa etária de maior concentração de pessoas adeptas a jogar *games* está entre 16 e 24 anos, mas encontramos mais de 10% dos respondentes declarando que têm o hábito de jogar em todas as faixas etárias cobertas, à exceção da faixa de mais de 50 anos (6,5%). Com relação à raça, 46,6% dos que responderam que têm o hábito de jogar se declararam como brancos, sendo a segunda raça de maior incidência a parda, com 37,3%. Ainda de acordo com a pesquisa, 84,4% dos jogadores declararam que os *games* são uma de suas principais formas de diversão, e 76,5% destes declararam que *videogames* eram sua principal forma de

entretenimento, um número crescente nos últimos três anos, talvez devido aos efeitos da pandemia.

As principais plataformas utilizadas pelos entrevistados e declarados como jogadores são os *smartphones* (48,3%) seguida dos consoles (20%) e os computadores (15,5%). Outras plataformas declaradas com impacto menos significativo foram os *notebooks* (7,8%), *smart TVs* (3,2%), *tablets* (2%), consoles portáteis (2,6%) e outros (0,7%).

5.6 EVENTOS E FEIRAS

Os eventos dedicados a *games* e feiras são de grande importância para que desenvolvedores possam ampliar suas *networks* e buscar parceiros na comercialização de seus *games*. Grandes eventos nacionais e internacionais são organizados regularmente no Brasil (e mais recentemente *on-line* e em formato híbrido, devido à pandemia). Apresentamos a seguir os principais eventos nacionais e um panorama de outros eventos regionais, e não exclusivos a *games*.

O BIG Festival, fundado em 2012, é considerado o principal evento para a comercialização de *games* no Brasil e se consolidou como o principal festival de jogos independentes da América Latina.

O Game Jam Plus é uma maratona (*hackathon*) para o desenvolvimento de *games* com prêmios para os melhores *games* ao mesmo tempo que oferece capacitação para os desenvolvedores independentes, principalmente na área de negócios. O evento já está presente em 60 cidades em mais de 22 países. As estas maratonas somam-se suas variantes, o Global Game Jam (evento híbrido para desenvolvimento de *games*), e o Women Game Jam (exclusivo para mulheres, pessoas trans e não binárias).

O Brasil Game Show é uma feira aberta para o público em geral realizada em São Paulo. A edição de 2019 teve mais de 325 mil visitantes, e a edição de 2022 conta com 400 expositores, campeonatos e lançamentos. Também é uma feira que dá muito destaque aos desenvolvedores independentes (*indies*).

O Game XP é um evento em formato de festival dirigido ao público em geral, com atrações, campeonatos de *eSports*, lançamentos e *shows*.

O SBGames é um evento acadêmico na área de jogos e entretenimento digital organizado pela Sociedade Brasileira de Computação. Teve início em 2002 e hoje dispõe de uma base consistente de artigos acadêmicos voltados para o setor. Subdivide as áreas de pesquisa em Artes e *Design*, Computação, Cultura, Educação, Indústria e Saúde. Em paralelo

ocorrem festivais de artes e de jogos, concursos de teses e dissertações, Fórum de ensino de Jogos Digitais, Games na Graduação, Jogos diversos e tutoriais.

Fortim (2022) mapeou 58 eventos regionais sobre games no período de 2019 a 2022, a maioria em formato *on-line* devido às restrições sanitárias impostas pela pandemia. Os eventos regionais abrangeram de eventos para consumidores (campeonatos de *e-sports* e exposições) a eventos para desenvolvedores (*game jams*, *hackathons* e congressos). O Brasil ainda é sede de grandes eventos que abarcam *games*, mas não são exclusivos, como o Campus Party Brasil, a Comic Con Experience e a Anime Friends.

6 PANORAMA NACIONAL DAS INICIATIVAS DE REGISTRO DE DESENHOS INDUSTRIAIS E MARCAS POR DESENVOLVEDORES DE GAMES

A fim de determinar um panorama do registro nacional de marcas e desenhos industriais por desenvolvedoras de *videogames*, nos propusemos a conduzir um levantamento da atividade de registro de marcas e desenhos industriais junto ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) entre 2000 e 2020. A escolha do objeto deste estudo recaiu sobre a atividade registral de marcas e desenhos industriais por desenvolvedores nacionais deu-se por entendermos serem ativos mais acessíveis para pequenas e médias empresas e, portanto, mais estratégicos para a indústria nacional. Ademais, são os ativos intangíveis estudados pelo Observatório de Sinais Distintivos em Propriedade Intelectual e Estudos Transdisciplinares (OSTRA), grupo de pesquisa vinculado à Academia do INPI coordenado pela orientadora junto com outros professores. Preferimos focar sobre marcas e desenhos industriais para contribuir com a pesquisa nacional sobre sinais distintivos e sua intersecção econômica, uma vez que não há tanta produção nesta área.

Conforme apresentado no capítulo 5 desta pesquisa, ainda que o mercado brasileiro de *videogames* venha apresentando sinais de prosperidade e internacionalização, grande parte das desenvolvedoras ainda se encontra em estágios iniciais de amadurecimento, a maioria delas com uma estimativa de vida entre 2 e 10 anos e com rendimento anual inferior a R\$81,000. Por tratar-se de um estudo voltado para o mercado nacional, optamos por conduzir as buscas utilizando-nos da plataforma de buscas do INPI (Busca Web) como fonte primária.

O objetivo da pesquisa conduzida neste capítulo, portanto, é avaliar a atividade registral de marcas e desenhos industriais por desenvolvedoras brasileiras junto ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial.

Em um primeiro momento, conduzimos um levantamento de empresas por nome fantasia disponíveis em fontes secundárias que serão listadas posteriormente, para depois identificarmos as empresas com as quais trabalharíamos. Optamos como critério de corte os nomes fantasia que possuam cadastro nacional de pessoa jurídica (CNPJ) e, portanto, podemos afirmar que não se tratam de pessoas físicas. Destas, filtramos as empresas que entendemos ser prestadoras de serviços relacionados a *videogames* (como estúdios de animação e revendedoras) de acordo com seus números de Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE). Como o Brasil não dispõe de um CNAE específico para desenvolvedoras, identificamos alguns que poderiam ser aplicados para o desenvolvimento de *videogames* (listados abaixo) e

separamos as empresas que não continham tais números dentre suas atividades principais ou secundárias.

Assim, **de uma totalidade de 747 nomes fantasia levantados nas fontes secundárias, chegamos a 413 empresas que consideramos como desenvolvedoras de acordo com os critérios estabelecidos** pela autora – empresas com CNPJ independente da situação cadastral, e com CNAEs principais ou secundários relacionados com o desenvolvimento de *videogames*. Buscamos individualmente estas 413 empresas no sistema Busca Web, o sistema de busca do INPI de marcas, desenhos industriais, patentes e programas de computador, pelo número de CNPJ para conhecermos a atividade registral no que concerne a marcas e desenhos industriais para cada uma delas. Os resultados deste trabalho de prospecção serão apresentados a seguir.

Para o exercício de prospecção e depósitos de desenhos industriais, e uma vez que os resultados das buscas por atividade registral com base em CNPJ foram escassos (sete registros por duas desenvolvedoras), conduzimos novas buscas por desenhos industriais na classificação 14-04, destinada a interfaces gráficas, e selecionamos entre os pedidos de registro aqueles depositados por nacionais cujo CNAE se enquadra nos critérios estabelecidos acima para as empresas identificadas como desenvolvedoras em fontes secundárias. Em seguida, a fim de enriquecer os dados encontrados em pedidos de depósito de desenhos industriais, conduzimos buscas por palavras chave para identificar outros possíveis depósitos. Os resultados destes três exercícios de prospecção na base de desenhos industriais encontram-se no subcapítulo 6.2 abaixo.

Para o exercício de prospecção de atividade registral na base de marcas do INPI, além da busca por CNPJ, conduzimos buscas por radicais ou por termos exatos nos nomes fantasia das empresas cujos CNPJs não foram encontrados na busca inicial e identificamos aquelas que tinham atividade registral dentro das classes relacionadas com *videogames* na Classificação Internacional de Nice. O resultado deste exercício encontra-se no capítulo 6.3 a seguir.

Todas as buscas no sistema Busca Web foram realizadas no período de 31 de outubro e 18 de novembro de 2022.

6.1 METODOLOGIA DE LEVANTAMENTO DE DESENVOLVEDORAS NACIONAIS DE VIDEOGAMES EM FONTES SECUNDÁRIAS

Para a condução desta pesquisa inicialmente levantamos uma relação não exaustiva de nomes fantasia de empresas nacionais relacionadas com o desenvolvimento de jogos eletrônicos com base nos seguintes cadastros:

- Pesquisa – A Indústria de Desenvolvimento de Jogos Eletrônicos no Brasil, A Atragames (2005);
- I Censo da Indústria Brasileira de Jogos Digitais, realizado em 2014, diretório de empresas, páginas 72 a 83;
- II Censo da Indústria Brasileira de Jogos Digitais, realizado em 2018;
- Documento realizado pela GameDevs Brasil mencionado no II Censo da Indústria Brasileira de Jogos Digitais. (GAMEDEVs DO BRASIL, [2022]);
- Relação de empresas associadas à Atragames em 2021;
- Mapa da Indústria de Jogos, disponível em Mapa da Industria de Jogos no Brasil;
- Empresas identificadas nos créditos das imagens da Pesquisa da indústria brasileira de *games* de 2022;
- Empresas associadas como desenvolvedoras de jogos no *website* da Associação Comercial, Industrial e Cultural de Games – AciGames;
- Empresas citadas nos sites das associações regionais Adjogos (RS), AMAGAMES (MA), ASCENDE (CE).

As buscas nestas listas, excluindo as empresas duplicadas, resultou em um total de **747 nomes fantasia de empresas**. A partir deste momento, todas as buscas relacionadas neste documento foram conduzidas entre 31 de outubro e 18 de novembro de 2022.

Conduzimos uma busca pelo Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ com base no nome fantasia). As buscas foram efetuadas nos sites casadosdados.com.br; consultacnpj.com; cnpj.info; empresasdobrasil.com e informecadastral.com.br. Duzentas e cinquenta e nove empresas (relacionadas no apêndice B) não foram encontradas, portanto passamos a trabalhar com **as 488 empresas cujos CNPJs foram encontrados**, que serão reduzidas a 413 pelas razões que apresentaremos em seguida.

Cruzamos os dados levantados junto a estas 488 empresas no sistema Redesim, o cadastro de empresas oficial do Governo (BRASIL, [2022]). Em casos de discrepâncias entre os dados levantados nas diferentes plataformas, prevaleceram sempre que possível as informações contidas no sistema Redesim.

Identificamos então a situação cadastral das empresas levantadas (ativa, baixada, extinta, inapta e suspensa) e as atividades principais e secundárias de acordo com a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE). Como a Redesim elimina do seu cadastro as classificações de atividades de empresas com situação cadastral inapta, baixada ou

suspensa, optamos por manter os códigos das empresas encontradas com essa situação de acordo com o que havia sido levantado nas bases primárias.

Uma vez que não existe um CNAE específico para desenvolvedores de *videogames*, consideramos como relevantes para este exercício as seguintes classificações:

- 3240001- Fabricação de jogos eletrônicos;
- 6201501- Desenvolvimento de programa de computador sob encomenda;
- 6202300 – Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador customizáveis;
- 6203100 – Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador não customizáveis;
- 9329804 - Exploração de jogos eletrônicos recreativos.

A partir deste momento, decidimos considerar como desenvolvedoras nacionais de *videogames* para os fins desta pesquisa as empresas relacionadas como desenvolvedoras nacionais nas fontes secundárias listadas acima, cujo CNPJ tenha sido identificado nas fontes de internet citadas acima e confirmados no sistema Redesim, e que tenham entre suas atividades principais ou secundárias as CNAEs 3240001, 6201501, 6202300, 6203100, ou 9329804.

O número de empresas levantadas que declaravam suas atividades principais de acordo com as classificações acima foram os seguintes:

Tabela 1 - Relação de desenvolvedoras identificadas por atividade principal

Atividade principal por CNAE	Número de empresas
3240001	8
6201501	99
6202300	29
6203100	138
9329804	8
Atividades secundárias relacionadas com desenvolvimento de games	131
Total	413

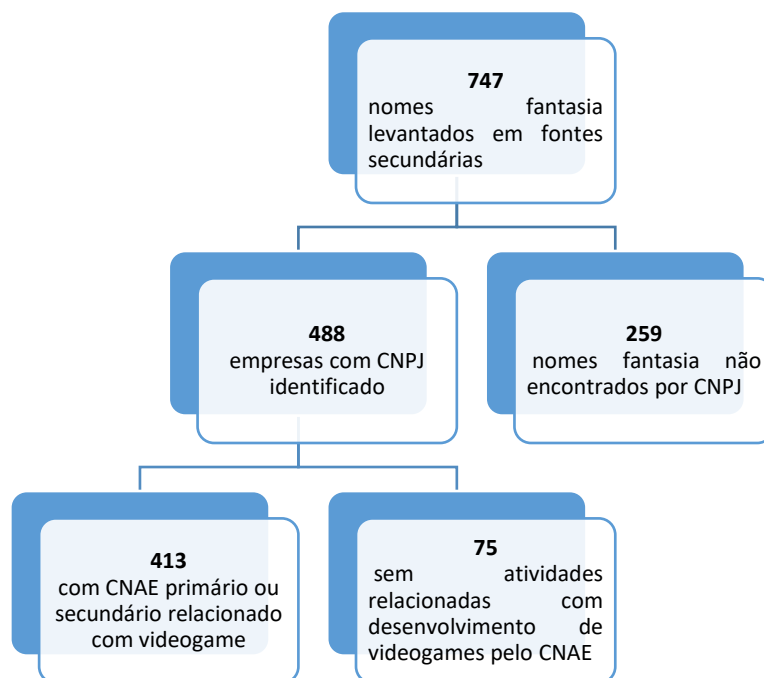
Fonte: A autora.

Filtramos **dentre as 488 empresas restantes aquelas que tinham estes códigos entre suas atividades principais ou secundárias e identificamos 75 empresas que, apesar de estarem de alguma forma relacionadas com *games*, não eram desenvolvedoras (como estúdios de animação e comércio varejista de jogos eletrônicos)**. Optamos por eliminá-las do nosso levantamento, restando **413 empresas que atendem os critérios estabelecidos serem consideradas desenvolvedoras no âmbito desta pesquisa**. A relação das empresas levantadas

que não apresentavam atividades relacionadas com o desenvolvimento de *games* em seus CNAE se encontra no apêndice C deste documento.

Destacamos no apêndice D deste documento dez empresas entre estas 75 que não têm atividades relacionadas com *games* em seus CNAEs, mas se apresentam como desenvolvedoras em seus *websites* ou contas de mídia social. São elas: Anima Games (CNPJ 36.287.216/0001-27), Beaver Games (CNPJ 41.325.048/0001-57), Bitcrafters Inc. (CNPJ 05.948.076/0001-67), Bragi estúdios (CNPJ 30.854.060/0001-32), Kawaii Games (CNPJ 27.333.147/0001-50), Lunn Creative (CNPJ 24.169.927/0001-18), Mauricio de Souza Produções (CNPJ 47.257.902/0001-71), Oniric Pixel (CNPJ 33.494.967/0001-26), Riftpoint Entertainment (CNPJ 24.852.019/0001-24), Studio 85 (CNPJ 35.789.909/0001-55). Optamos por descartá-las de qualquer maneira, mantendo assim em 413 o número de empresas identificadas como desenvolvedoras de acordo com os critérios da autora.

Uma vez **definidas as 413 empresas que seriam objeto deste estudo, conduzimos buscas pelo CNPJ nas bases de desenhos industriais e marcas do Instituto Nacional da Propriedade Industrial** (inpi.gov.br), no sistema Busca Web. Os resultados encontram-se no apêndice E deste estudo e passamos a analisar nos subcapítulos abaixo.

Figura 5 - Levantamento de desenvolvedoras nacionais de videogames por CNPJ e CNAE

Fonte: A autora

6.2 PROSPECÇÃO DE DEPÓSITOS DE DESENHOS INDUSTRIAIS (DIS) COM BASE NO CNPJ

Conforme visto no capítulo 3.5 deste estudo, no Brasil o artigo 95 da Lei de Propriedade Intelectual define o desenho industrial como “a forma plástica ornamental de um objeto ou o conjunto ornamental de linhas e cores que possa ser aplicado a um produto, proporcionando resultado, visual novo e original na sua configuração externa e que possa servir de tipo de fabricação industrial.” (BRASIL, 1996) O Manual de Desenhos Industriais instituído através da Resolução INPI/BR 232/19 estabelece que o desenho deve apresentar aspecto ornamental, novidade, originalidade, configuração externa e tipo de fabricação industrial para que seja registrado como DI.

Conduzimos inicialmente uma busca junto à base de dados do INPI pelos números de CNPJ identificados como desenvolvedoras de *videogames* de acordo com os critérios estabelecidos no capítulo 6.1 do presente documento. Destas, apenas duas apresentavam algum resultado de atividade na base de desenhos industriais do sistema Busca Web.

Para fins de extrapolação desta pesquisa, conduzimos buscas por pedidos de registro de desenhos industriais na classe 14-04 da Classificação Internacional de Locarno, correspondente a interfaces gráficas, e por palavras-chave relacionadas com *videogames*.

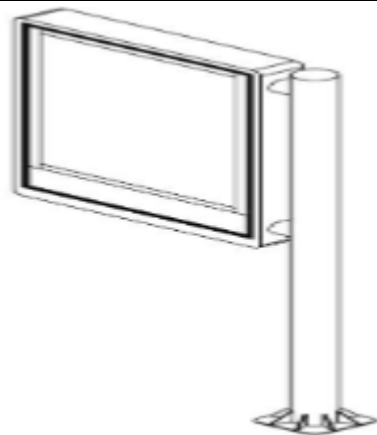
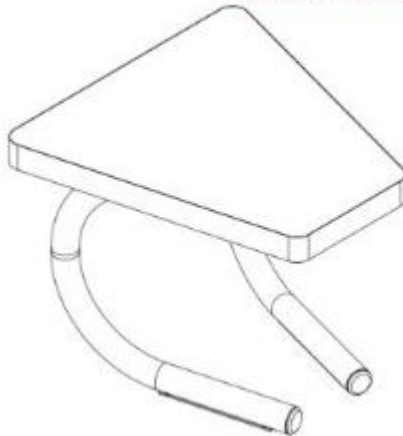
A fim de ampliar o resultado desta pesquisa, consideramos como possíveis desenvolvedoras as empresas encontradas nas buscas por classe 14-04 e por palavras chave cujas atividades principais ou secundárias se enquadrassem nos CNAEs acima, ainda que não estivessem arroladas nas fontes secundárias previamente identificadas.

6.2.1 Busca por atividade registral das desenvolvedoras identificadas

A busca na base de desenhos industriais do INPI (sistema Busca Web) pelos números de CNPJ **das 413 desenvolvedoras nacionais levantadas apontou que apenas duas delas possuíam alguma atividade registral, com desenhos industriais** registrados: a Imple com sete registros (números dos pedidos BR 30 2017 001502 6, BR 30 2016 004934 3, BR 30 2016 004933 5, extinto em 2021, BR 30 2016 004941 6, extinto em 2021, DI 6702541-2, extinto em 2017, DI 6702 119 0, DI 6303055 1), e a Playmove com o registro BR 30 2019 002094 7. As demais desenvolvedoras buscadas não apresentaram nenhum resultado, ou seja, nenhuma iniciativa formal visando o registro de desenho industrial.

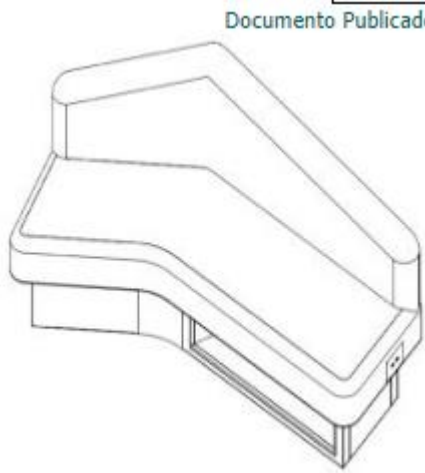
Os oito registros de desenhos industriais encontrados nesta forma de busca apresentam as seguintes características principais:

Quadro 1 - Características principais dos desenhos industriais registrados por desenvolvedoras nacionais de videogames

Registro	Titular	Título	Classe	Figura
BR 30 2017 001502 6	ImPLY Tecnologia e Eletrônica Ltda.	Configuração aplicada a/ em painel	20-03	
BR 30 2016 – 4934 3	ImPLY Tecnologia e Eletrônica Ltda.	Configuração aplicada a/em terminal de acesso	14-02	Documento Publicado 
BR 30 2016 004933 5	ImPLY Tecnologia e Eletrônica Ltda..	Configuração aplicada a/ em mesa	06-03	Documento Publicado 

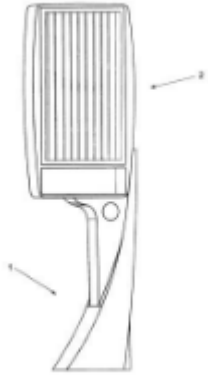
Continua...

...Continuação

Registro	Titular	Título	Classe	Figura
BR 30 2016 004941 6	Imply Tecnologia e Eletrônica Ltda..	Configuração aplicada a/ em sofá	06-01	 Documento Publicado
DI 6702541-2	Imply Tecnologia e Eletrônica Ltda..	Configuração ornamental em terminal de consulta	14-02	
DI 6702119-0	Imply Tecnologia e Eletrônica Ltda..	Configuração ornamental em equipamento didático	19-07	 Documento Publicado

Continua...

Conclusão.

Registro	Titular	Título	Classe	Figura
DI 6303055-1	Imply Tecnologia e Eletrônica Ltda..	Configuração aplicada em painel publicitário	20.03.P0441, 02.03P.0817	
BR 30 2019 002094 7	Playmove Indústria e Comercio AS	Configuração aplicada em mesa pedagógica	06.03	 Documento Publicado

Fonte: A autora.

Como se pode ver no quadro acima, os desenhos industriais registrados se referem a formas tridimensionais e não digitais.

Cabe aqui tecer alguns comentários a respeito da Imply: A Imply Tecnologia é uma *holding* brasileira com sede em Caxias do Sul (RS), filial em São Paulo e distribuidores em mais de 20 países. A empresa declara no LinkedIn ter de 200 a 500 funcionários e se dedica ao desenvolvimento de soluções de tecnologias para acessos e bilhetagem, autoatendimento, *bowling* e painéis (IMPLY, ©2021) A empresa desenvolve painéis, sistemas e terminais de autoatendimento, sistemas de acessos prediais, a veículos e estacionamento e estádios, sistemas de gerenciamento de atendimentos e filas, placares esportivos, sistemas parlamentares, e entretenimento com linhas de boliche e *games*. Trata-se, portanto, de uma empresa com uma

ampla gama de atuações, impossibilitando-nos de afirmar que os desenhos industriais registrados pela empresa e listados acima realmente se relacionam com *videogames*.

Já a Playmove Indústria e Comércio é uma empresa com sede em Blumenau (SC) cujo carro chefe é uma plataforma de jogos e aplicativos educativos jogáveis a partir de uma mesa interativa (PLAYMOVE, [2022]). Portanto, no caso deste registro de desenho industrial, podemos afirmar com segurança que se trata de um desenho aplicado a *videogames*.

6.2.2 Busca por interfaces gráficas levando em conta a totalidade de depósitos na subclasse 14-04 da Classificação Internacional de Locarno

Uma vez que o resultado da busca por CNPJ das desenvolvedoras junto ao INPI apresentou resultados tão escassos, optou-se por estender a pesquisa através da busca por depósitos de desenhos industriais de interfaces gráficas que pudessem eventualmente estar relacionados com *videogames*.

As interfaces gráficas (GUIs) passaram a ser contempladas na Classificação Internacional de Locarno em uma subclasse específica a partir da sua 8ª. Edição, em 2004, a 14-04. Esta classificação foi sendo ampliada nas edições subsequentes e, na 13ª. Edição, em vigor desde 2021, passou a contemplar quatro indicações de produtos: i) *layout* de tela de computadores, ii) símbolos gráficos para tela, iii) ícones para computadores, e iv) *banners* para web.

Uma breve busca na base de dados do INPI por depósitos nesta subclasse aponta que o número de depósitos vem crescendo com uma frequência constante (ao redor de 100 pedidos ao ano), tendo alcançado 1.419 ocorrências em 17 de novembro de 2022. A título de ilustração, no mesmo dia a base mundial de desenhos industriais administrada pela Organização Mundial da Propriedade Intelectual, a Global Design Database (WIPO, [2021]), apresentava 109,487 registros nesta subclasse, sendo 45,700 originárias da União Europeia, 23,082 da China e 19,528 dos Estados Unidos. De acordo com Pimentel e Borges Barbosa (2022, p.141), em 2021 a GDD apresentava 82.550 registros nesta subclasse, das quais 40.598 provinham da União Europeia, 17.110 dos Estados Unidos e 5.930 da China. O número de registros nesta subclasse na GDD, portanto, subiu ao redor de 33% no espaço de um ano.

A Global Designs Database (GDD) é uma base mundial de desenhos industriais administrada pela OMPI. A referida base é composta por registros de desenhos industriais concedidos no marco do Acordo Internacional de Haia para Registro Internacional de Desenhos Industriais e das bases nacionais de desenhos industriais de alguns países. Nesse contexto, os

países da América Latina que têm seus desenhos industriais inseridos nessa base são Costa Rica, Cuba e Peru). O México é o único país da América Latina que já aderiu ao Acordo de Haia até o momento, porém sua base de desenhos ainda não foi incorporada à GDD (WIPO, [2021]).

Conduzimos então uma nova busca na base de dados do INPI pelos depósitos apenas na subclasse classe 14-04 no período de 2000 a 2020, e constatamos que **o INPI recebeu 1.132 depósitos para esta subclasse no período**, os primeiros depósitos começando a aparecer em 2009. Neste ano, o INPI recebeu seis pedidos por empresas estadunidenses, sendo cinco deles pela *Mars Incorporated*.

Neste ponto da pesquisa, chamou nossa atenção que somente os pedidos de depósito BR 30 2016 005636 6 e BR 32 2017 005947 6 faziam menção direta a *videogames* em seus títulos.

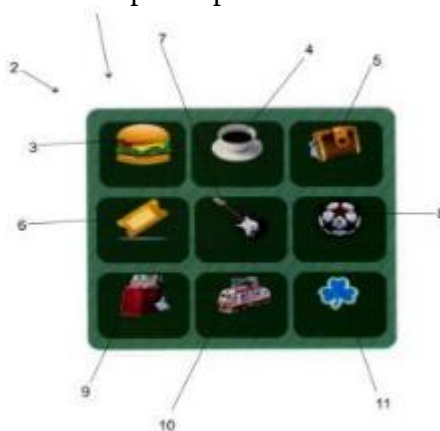
Figura 6 - Registros BR 30 2016 005636 6 e BR 32 2017 005947 6 (classe 14-04), padrão ornamental aplicado em personagem de jogos de vídeo, titular Universal de Desarrollo Electronicos, AS (ES), extinto em 2021



Fonte: INPI ([2021]).

O primeiro depósito de desenho industrial por um brasileiro nesta classe surgiu em 2012, pela pessoa natural Rodrigo Otávio Dias de Campos (registro BR 30 2012 006112 1). O pedido foi concedido em 01/07/2014 e extinto por falta de pagamento a partir de 30/11/2017.

Figura 7 - Primeiro pedido de registro de desenho industrial na classe 14-04, de interfaces gráficas, por um brasileiro (Registro BR 30 2012 006112 1, titularidade e autoria de Rodrigo Otávio Dias Campos depositado em 29/11/2012)



Fonte: INPI ([2021]).

Dos 1.132 depósitos listados apresentados na base de desenhos industriais do INPI no período especificado, apenas **144** correspondem a **pedidos por residentes brasileiros** (pedidos que não apresentam o campo “prioridade unionista”), sendo estes um total de **29 titulares**, como segue:

Quadro 2 - Depósitos de desenhos industriais na subclasse 14-04 por residentes brasileiros de 2000 a 2020

Titular	CNPJ	Atividades no CNAE relacionadas com desenvolvimento de videogame	número de depósitos na classe 14-04
Alberto Magno Rodrigues Valadão	Não encontrado	n.a	1
Anestech Tecnologia da Informação Ltda	16.644.671/0001-25	sim	9
Asksuite Tecnologia Ltda	29.999.564/0001-61	sim	4
Banco Bradesco S/A	60.746.948/0001-12	nao	48
Banco C6 SA	31.872.945/0001-72	nao	1
Banco do Brasil SA	00.000.000/0001-91	nao	2
Bruno Rafael Freire Siqueira Alves	22.696.193/0001-08	nao	1
CNH Industrial do Braisl S/A	01.844.555/0001-82	nao	6
Coontrol Tecnologia em Combustão Ltda	17.286.644/0001-90	sim	3
CRMall Sistema de Informação de Marketing Ltda - EPP	05.887.876/0001-15	sim	1

Continua...

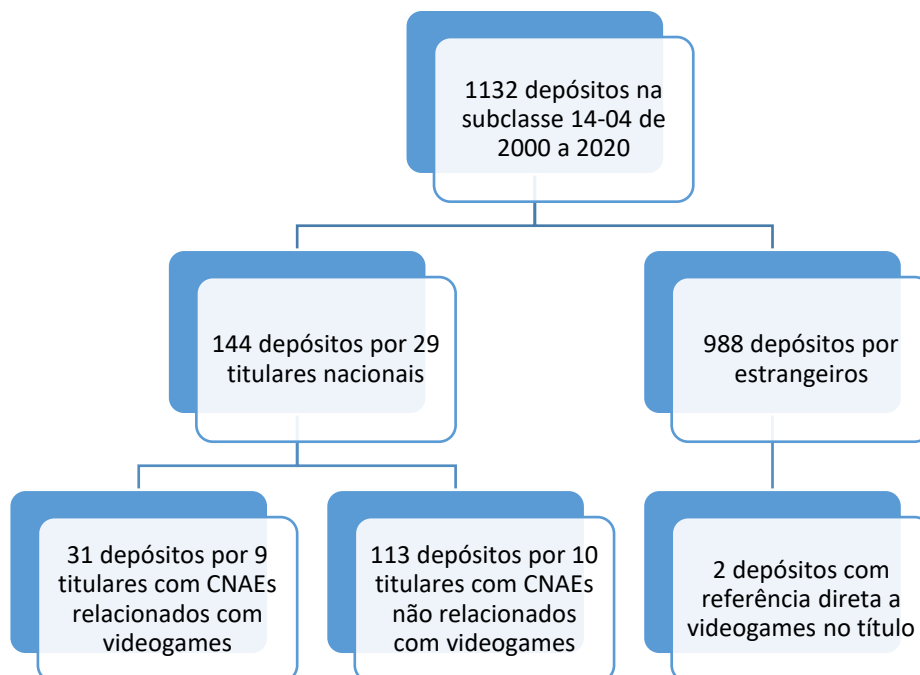
Conclusão.

Titular	CNPJ	Atividades no CNAE relacionadas com desenvolvimento de videogame	número de depósitos na classe 14-04
Electrolux do Brasil S.A	76.487.032/0001-25	nao	1
Ephealth Soluções em Tecnologia da Informação Ltda	23.634.537/0001-28	sim	6
Esmaltec S/A	02.948.030/0001-50	nao	1
Fabiana Regina Guedes	12.821.098/0001-27	sim	1
Fitbank Pagamentos Eletrônicos Ltda	13.203.354/0001-85	sim	1
Francisco Cesar Asfor Rocha	Não encontrado	n.a	1
Gilmar de Oliveira Ribeiro	43.158.887/0001-53	nao	1
Gofit Inovações Tecnológicas SA	26.635.034/0001-46	nao	2
IBBL SA	56.505.464/0001-04	nao	1
Kuau	26.766.601/0001-01	sim	5
Localiza Rent a Car SA	16.670.085/0001-55	nao	9
Maria das Graças de Oliveira Heller	Não encontrado	n.a	1
Nu Pagamentos SA	18.236.120/0001-58	nao	4
Restoque Comércio e Confecções de Roupas SA	49.669.856/0043-00	nao	11
Rodrigo Otávio Dias	Não encontrado	n.a	1
Swell Importação e Comércio Produtos de Iluminação SA	10.945.114/0001-68	nao	6
Universidade Federal do Rio Grande do Sul	92.969.856/0001-98	nao	11
Voice Technology Comércio Exterior Ltda	68.112.747/0001-75	sim	1
Whirlpool SA	59.105.999/0001-86	nao	4
Total:			144

Fonte: INPI ([2021]).

Dentre estes titulares, filtramos aqueles que possuem CNPJ e cujas atividades principais ou secundárias incluíssem aquelas estabelecidas no capítulo 6.1 deste estudo. Restaram, assim, **nove titulares com 31 depósitos** que poderiam corresponder a interfaces gráficas relacionadas a *videogames*, ainda que os titulares não estejam arrolados no levantamento de desenvolvedoras nacionais previamente feito.

Figura 8 - Resultados das buscas na base de desenhos industriais do INPI por subclasse 14-04 entre 2000 e 2020



Fonte: A autora.

6.2.3 Busca por palavras chave relacionadas com videogames na totalidade de base de desenhos industriais do INPI

Para estender a avaliação do uso de registro por desenhos industriais em outras classes de Locarno, com foco específico para desenhos industriais associados a *videogames*, conduzimos uma nova busca mais na base de dados do INPI por palavras-chave. As palavras-chave selecionadas para essa busca foram “videogame”, “video game”, “videogames”, “video games”, “jogos eletrônicos”, “jogo eletrônico”, “jogo digital”, “jogos digitais”, e “jogos de vídeo”, para o período de 2000 a 2020. Os resultados se apresentam a seguir:

Quadro 3 - Resultado da busca por registros de desenhos industriais por palavras chave, de 2000 a 2020

Palavra-chave	Resultados totais	Depósitos por nacionais
“jogo eletrônico”	61	3
“jogos eletrônicos”	23	12
“videogame”	2	0
“video game”	7	4
“video games”	2	2
“videogames”	0	0
“jogo digital”	0	0
“jogos digitais”	0	0
“jogos de vídeo”	2	0
Total:	97	21

Fonte: Baseado em INPI ([2021]).

Os 21 pedidos de registro por nacionais encontrados na busca por palavras chave foram depositados por doze titulares distintos. Conduzimos uma busca no sistema Redesim para identificar os titulares que possuíam CNPJ e que tenham atividades relacionadas com o desenvolvimento de *videogames*. Encontramos então o CNPJ de cinco titulares, dos quais somente um, Magic Games Empreendimentos Comerciais, tinha atividades associadas com o desenvolvimento de *videogame* de acordo com as classes de CNAE especificadas no capítulo 6.1 acima. Cabe mencionar que os titulares Perene Ltda e Bazzi Company Comércio e Importação de Produtos Eletrônicos Ltda compreendem entre suas atividades secundárias a comercialização de jogos eletrônicos. Alguns dos sete titulares cujos CNPJs não foram encontrados constavam como sócios de empresas com razões sociais distintas do nome do titular. Optou-se por descartar a possibilidade que se tratem de desenvolvedores de *videogames*, posto que em alguns casos um titular poderia ter participado do quadro societário de diversas empresas distintas, muitas com situação baixada e, portanto, com as informações sobre atividades principais indisponíveis.

Quadro 4 - Depósitos de desenhos industriais por palavra chave por residentes brasileiros de 2000 a 2020

Titular	CNPJ	Atividade principal	Atividades no CNAE relacionadas com des.de videogame	No. de depósitos por palavra chave
Perene LTDA. (BR/MG)	18.328.153/0001-28	55.10-8-03	não	1
Waldomiro Fettermann Pedrazzi (BR/RJ)	Não encontrado			2
Antônio Cesar Ferreira	00.382.220/0001-27	47.12-1-00	não	1
Eduardo Gimenez/ Rodrigo Souza Silva	Não encontrado			1
Jackfortun Comércio e Serviços Ltda.	03.093.784/0001-38	77.29-2-01	não	1
Thiago Bartos (BR/SC)	Não encontrado			1
HD Indústria e Comércio de Máquinas de Entretenimentos Ltda. ME	Não encontrado			1
Adel Hassan Awad	Não encontrado			6
Magic Games Empreendimentos Comerciais Ltda. (BR/SP)	72.934.748/0058-08	93.29-8-04	sim	2
CCRAN Participações Ltda. (BR/SP)	Não encontrado			1
Fabian Aier Baquetti (BR/PR)	Não encontrado			1
Bazzi Company Comércio, Importação de Produtos Eletrônicos Ltda	09.382.521/0002-06	46.49-4-02	não	2
Adilson Aparecido Perete Tenore	Não encontrado			1

Fonte: Baseado em Redesim (BRASIL, [2022]).

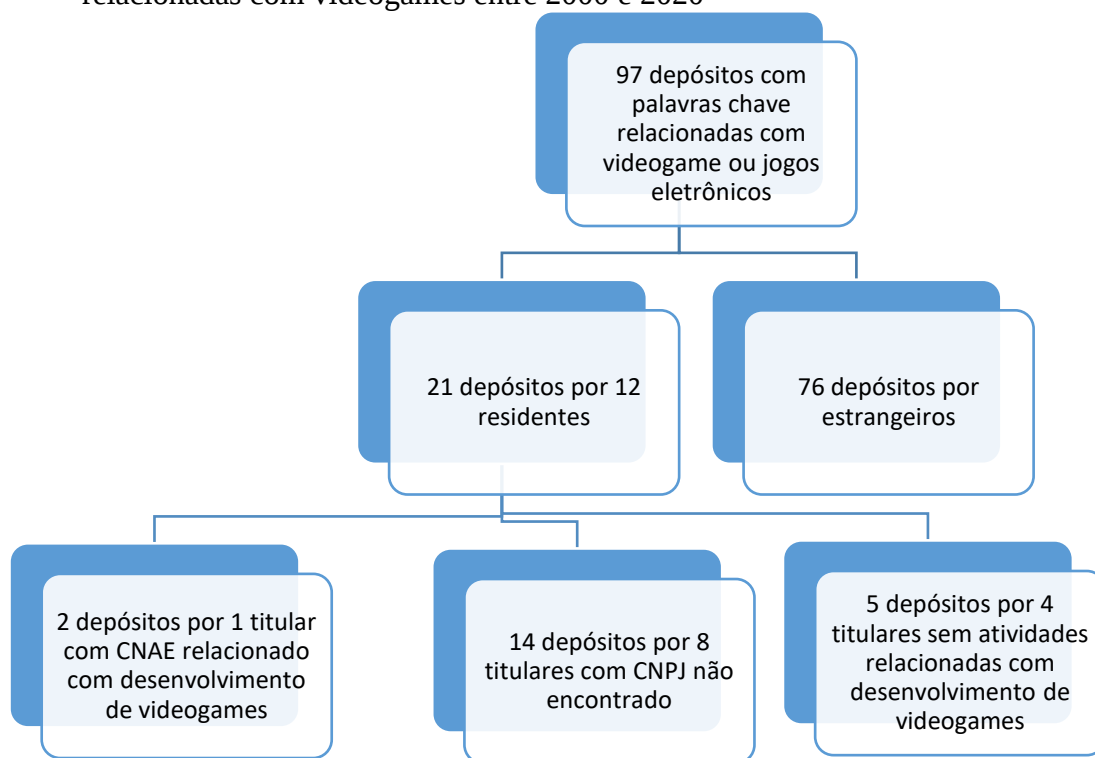
Dos depósitos brasileiros encontrados, somente os pedidos DI 6601912-5 e DI 6704263-5, de titularidade da Magic Games Empreendimentos Comerciais Ltda., consistem em registros atualmente em vigor. A empresa Magic Games, de CNPJ 72.934.748/0058-08, tem como atividade principal a exploração de jogos eletrônicos (CNAE 93.29-8-04) e, portanto,

entendemos tratar-se de uma desenvolvedora de *videogames*. A tabela com maiores detalhes sobre estes pedidos encontra-se no apêndice G deste documento.

Destaca-se entre os titulares arrolados na tabela acima Adel Hassan Awad, com seis depósitos. Uma busca no portal transparência.cc indica que Adel Hassan Awad foi sócio de uma empresa com CNPJ 07.621.058/0001-00 e situação cadastral baixada, com a razão social MMA Comércio de Eletrodomésticos Ltda, com atividade principal não informada. Uma nova busca pelo nome do titular no sistema Busca Web indica que o titular Adel Hassan Awad depositou 28 pedidos de registro de desenho industrial junto ao INPI em classes distintas (para celulares, aparelhos de ar condicionado, equipamentos eletrônicos, jogos de tabuleiro, isqueiros, entre outros). Ademais, uma busca no portal Jusbrasil indica que uma pessoa de nome Adel Hassan Awad (não podemos afirmar que se trata da mesma pessoa) responde por processos criminais por descaminho (AWAD, [2022]) e lavagem de capitais através de importação ilegal de produtos (SÃO PAULO, 2012).

Desta forma, conclui-se que a busca **por palavras chave possibilitou a identificação de apenas dois outros registros de desenhos industriais** que podem ser de titularidade de uma desenvolvedora de *videogames*.

Figura 9 - Resultados das buscas na base de desenhos industriais do INPI por palavras chave relacionadas com videogames entre 2000 e 2020



Fonte: A autora.

6.2.4 Conclusão da prospecção de depósitos de desenhos industriais

Como resultado deste exercício de prospecção, as três buscas realizadas na base de desenhos industriais do INPI (por desenvolvedora, por registros na classe 14-04 e por palavras chave)

Dentre as 413 desenvolvedoras de *videogames* arroladas de acordo com os critérios definidos no capítulo 6.1 deste estudo, apenas duas apresentavam algum tipo de atividade registral para desenhos industriais, totalizando oito depósitos. Na busca por pedidos de registro de desenhos industriais para interfaces gráficas, identificamos 31 depósitos por nove titulares nacionais que poderiam se relacionar com o desenvolvimento de *videogames*. A busca por palavras chave identificou dois depósitos por um titular que declara atividades associadas com o desenvolvimento de *videogames* em seu cadastro.

Desta forma, no período de 2000 a 2020, doze empresas associadas com o desenvolvimento de *videogames* depositaram um total de 41 pedidos de registro de desenhos industriais junto ao INPI (sem prioridade unionista, portanto entende-se que se tratem da totalidade de desenvolvedoras nacionais).

A leitura feita dos dados acima é que a busca por proteção por desenhos industriais por parte de desenvolvedoras nacionais é feita por iniciativas individuais de poucas empresas, o que indica uma falta de amadurecimento no setor ou um desconhecimento sobre a possibilidade de registrar conteúdos desenvolvidos para *videogames* como desenhos industriais.

6.3 PROSPECÇÃO DE DEPÓSITOS DE MARCAS

6.3.1 Busca por atividade registral por desenvolvedoras

Inicialmente conduzimos uma busca junto à base de marcas do INPI (sistema Busca Web) pelo CNPJ das 413 empresas identificadas de acordo com os critérios especificados no capítulo 6.1 deste estudo. Definimos o corte temporal de 2000, ano em que o Brasil passou a adotar oficialmente a Classificação Internacional de Marcas estabelecida pelo Tratado Internacional de Nice para Produtos e Serviços (NICL), até 2020.

Na primeira busca conduzida junto à base de marcas do INPI (sistema Busca Web) pelo CNPJ, das 413 desenvolvedoras nacionais de jogos eletrônicos arroladas, identificamos 154 empresas com algum tipo de atividade marcária - ou seja, que tenham depositado pelo menos um pedido de registro de marca, independente de terem sido concedidos. A relação de

desenvolvedoras com algum tipo de movimentação marcária junto ao INPI encontra-se no apêndice H deste estudo.

Desta forma, das 413 empresas identificadas como desenvolvedoras de acordo com os critérios deste estudo, **259 empresas não apresentaram resultados na base de marcas do INPI na busca por CNPJ**. Considerando-se a hipótese que o pedido de registro de marca pudesse ter sido feito pela pessoa física responsável pela desenvolvedora ou por terceiro que cedeu a marca em um segundo momento, conduzimos uma busca no sistema Busca Web pelo termo exato do nome fantasia das 259 empresas não encontradas na busca por CNPJ. Encontramos algum tipo de movimentação marcária **relacionado com 43 dos nomes fantasia nas classes 9, 28, 41 e 42 da Classificação Internacional de Nice**, que são as classes que se aplicam a produtos e serviços relacionados com o desenvolvimento de *games*, como se verá mais adiante. Portanto, ainda que não possamos afirmar categoricamente que os registros se relacionam com as empresas que levantamos, pois não é possível visualizar o CNPJ das empresas no sistema Busca Web, estes números podem ser indícios que houve algum interesse pela parte de 43 desenvolvedoras no registro de seus nomes fantasia como marcas, além **das 154 previamente identificadas pelo CNPJ**.

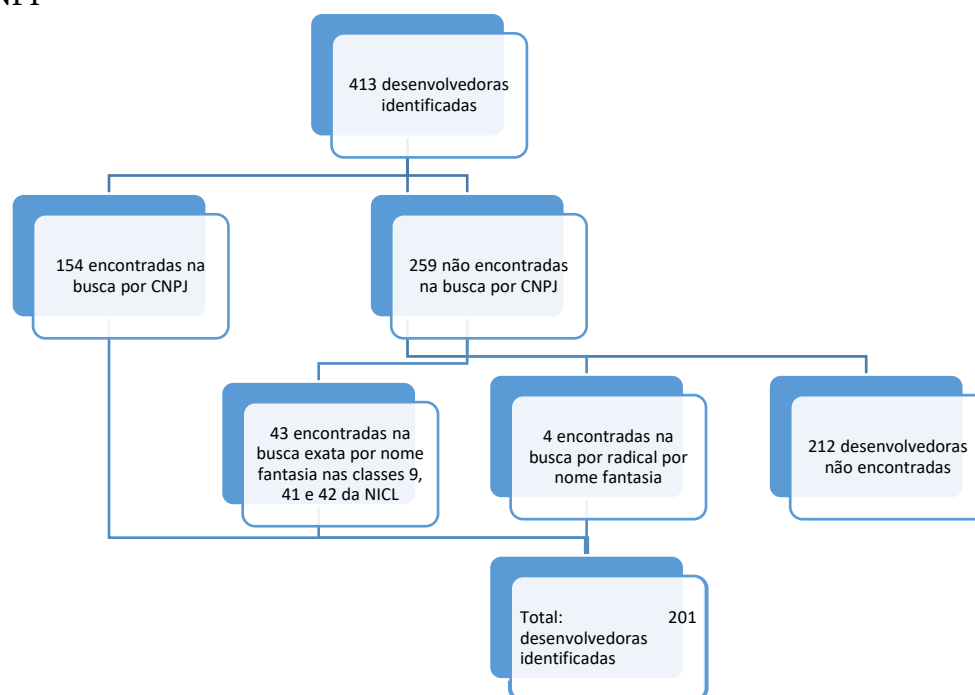
Destacamos aqui que a busca pelo termo exato para Wildlife, o nome fantasia do único unicórnio brasileiro de *games*, **identificou 14 processos**, sendo sete marcas registradas de titularidade da empresa TFG, LTD nas classes 09, 41 e 42 da Classificação Internacional de Nice. Uma busca pelo titular TFG então identificou o registro de 10 marcas em classificações associadas a *videogames* para esta empresa (6 concedidas antes de 2020 e 4 depois), e outras dez com o registro em andamento. Além da marca Wildlife em diferentes apresentações e classes, os outros termos registrados como marcas pelo titular (Tennis Clash e Zooba) se referem a jogos desenvolvidos pela Wildlife (TENNIS..., 2022; ZOوبا..., 2022). Estamos, portanto, convictos neste caso que se tratam de marcas relacionadas a uma desenvolvedora de *games*

Também conduzimos uma busca pelo radical dos nomes fantasia das empresas que não foram encontradas pelo CNPJ nem pela busca exata pelo nome fantasia nas classes relacionadas com *videogames* mencionadas acima, e encontramos registros relacionados com cinco nomes fantasia por quatro empresas nesta busca. Os resultados das buscas por termos em desenvolvedoras cujo CNPJ não foi encontrado no banco de marcas do INPI estão apresentados no apêndice I deste estudo.

Desta forma, somando-se as 154 desenvolvedoras cujos CNPJs foram encontrados na base do INPI, as 43 cujos nomes fantasia foram encontrados na busca por termo exato, e as

quatro encontradas na busca por radical na base de dados, estimamos que 201 das 413 (48,6%) desenvolvedoras identificadas tenham tomado algum tipo de ação para obter o registro de pelo menos uma marca, de acordo com o fluxo abaixo:

Figura 10 - Fluxo de buscas por desenvolvedoras nacionais de videogames na base de marcas do INPI



Fonte: A autora.

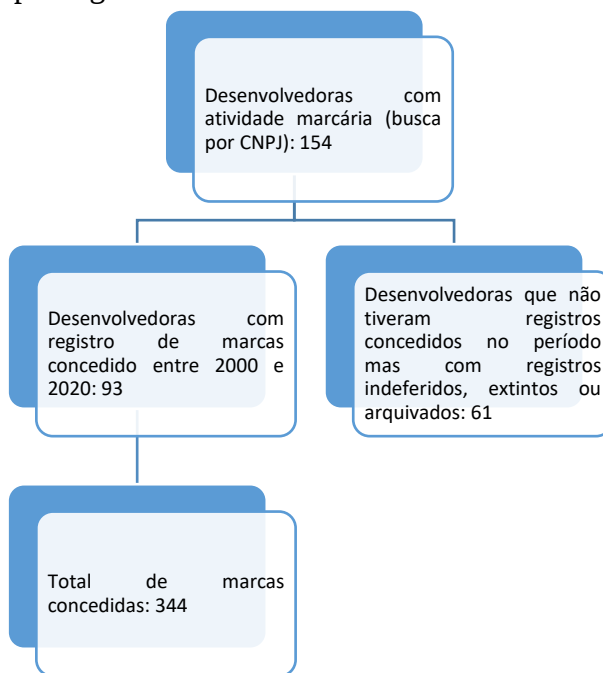
As buscas pelos termos exatos e pelas radicais dos termos fantasia se serviram meramente a analisar a movimentação marcária por parte das desenvolvedoras de *videogames* nacionais e a partir deste ponto não serão mais consideradas no desenvolver deste estudo.

Das 154 empresas encontradas pelo CNPJ na base de marcas do INPI, 61 possuíam algum registro de atividade marcária, contudo não apresentavam marcas concedidas entre 2000 e 2020, ou constavam pedidos de registro de marcas que não tinham sido concedidos (considerados inexistentes, indeferidos ou arquivados). Dentre estas empresas, chamou nossa atenção a empresa My Play Softwares Ltda., com nome fantasia Myplay, que apresentava 41 pedidos de registro de marca arquivados e dois indeferidos, e nenhum registro concedido.

Assim, 93 desenvolvedoras nacionais receberam pelo menos um registro de marca entre 2000 e 2020. A soma dos registros concedidos a estas empresas no período foi 344, que atualmente estão em vigor ou extintos. A relação de marcas encontradas em associação com

desenvolvedoras nacionais de *videogames*, seus números de processos, apresentação, classe e ano de registro se encontram no apêndice J deste estudo.

Figura 11 - Fluxo de buscas por desenvolvedoras nacionais de *videogames* na base de marcas do INPI por registros de marcas concedidos



Fonte: A autora.

6.3.2 Busca por números de marcas registradas por ano

Passamos a seguir a analisar os dados das marcas registradas por desenvolvedoras nacionais entre 2000 e 2020 e seus titulares.

O número de registros concedidos por empresas no período se apresenta desta forma:

Quadro 5 - Quantidade de empresas por número de registros concedidos entre 2000 e 2020

1 registro	46 empresas
2 registros	17 empresas
3 registros	4 empresas
4 registros	7 empresas
5 registros	3 empresas

Continua...

Conclusão.

6 registros	3 empresas
7 registros	1 empresa
8 registros	1 empresas
9 registros	2 empresas
10 registros	3 empresas
12 registros	1 empresa
14 registros	1 empresa
15 registros	1 empresa
17 registros	1 empresa
26 registros	1 empresa
45 registros	1 empresa

Fonte: Baseado em INPI ([2021]).

Neste quesito, destacam-se a catarinense Hoplon, com 45 registros concedidos no período, e a paulista Level Up! Interactive Ltda., com 26.

Constatamos que os primeiros registros de marcas concedidos a desenvolvedoras nacionais datam de 2007, quando foram concedidos 34 registros a 17 desenvolvedoras. O número de concessões e de empresas às quais registros foram concedidos no período se mostram bastante irregulares conforme demonstrado no gráfico 7 abaixo, dando indícios que não há uma atividade constante ou crescente de registro marcário por parte das desenvolvedoras.

Gráfico 5 - Número de registros concedidos por número de empresas por ano



Fonte: Baseado em INPI ([2021]).

Chama atenção novamente a Hoplon Infotainment, que foi a única desenvolvedora nacional que obteve registros de marcas nos anos de 2012, 2013 e 2014. A empresa também não obteve novos registros a partir de 2015.

Ainda que não estejam no escopo desta pesquisa e para fins meramente de satisfazer uma curiosidade da autora, levantamos os números de marcas concedidas para desenvolvedoras de *games* nos anos de 2021 e 2022 (até 15 de novembro), e constatamos que no ano de 2021 foram concedidas 46 marcas para 18 desenvolvedoras e de janeiro a 15 de novembro de 2022 foram concedidas 49 marcas a 23 desenvolvedoras. Estes dados poderiam apontar para um amadurecimento do uso do registro de marcas pelas desenvolvedoras nacionais. Contudo, considerando que houve um crescimento no número de desenvolvedoras de 375 para 1009 entre 2014 e 2018 (FORTIM, 2022, p. 31), este crescimento no número de desenvolvedoras regularizadas com atividades relacionadas com o desenvolvimento de *games* declarada nos parece bastante tímido.

6.3.3 Busca por marcas registradas por classe

Em seguida, passamos a avaliar as marcas registradas pelas desenvolvedoras de acordo com a Classificação Internacional de Nice para Produtos e Serviços (NICL), a classificação internacional criada pela Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) com a finalidade de harmonizar a nível internacional as classes sob as quais as marcas são registradas.

Entre 2007 e 2020 o Brasil adotou quatro edições da Classificação internacional de Nice para Produtos e Serviços (NICL), a oitava, a nona, a décima e a décima primeira. Constatamos que as classes para produtos que incluem jogos eletrônicos são as classes 9 e 28, e as classes que incluem serviços relacionados com jogos eletrônicos são as 41 e 42, com as seguintes redações na 11^a. edição:

Quadro 6 - Enunciado das classificações de Nice adequadas para atividades de desenvolvedoras de games

- Classe 9: “Aparelhos e instrumentos científicos, de pesquisa, de navegação, geodésicos, fotográficos, cinematográficos, audiovisuais, ópticos, de paisagem, de medição, de sinalização, de detecção, de teste, de inspeção, de salvamento e de ensino; Aparelhos e instrumentos para conduzir, interromper, transformar, acumular, regular ou controlar a distribuição ou o uso de eletricidade; Aparelhos e instrumentos para gravar, transmitir, reproduzir ou processar som, imagens ou dados; Mídias gravadas e baixáveis, programas de computador, mídias virgens digitais ou analógicas para gravação e armazenamento; Mecanismos para aparelhos operados com moedas; Caixas registradoras, dispositivos para calcular; Computadores e dispositivos periféricos de computadores; Trajes e máscaras de mergulho, protetores de ouvidos para mergulhadores, cliques nasais para mergulhadores e nadadores, luvas para mergulhadores, aparelhos de respiração para nado subaquático; Aparelhos extintores de incêndio”
 - programas de jogos de computador, baixáveis;
 - programas de jogos de computador, gravados”
- Classe 28: “Jogos, brinquedos e brinquedos; Aparelhos de videogame; Artigos para ginástica e esporte; Decorações para árvores de Natal”
 - controles para consoles de jogos;
- Classe 41: “Educação, provimento de treinamento; entretenimento; atividades esportivas e culturais. ” - provimento de serviços para jogos eletrônicos; ”
 - Provimento de serviços para jogos on-line (computadores)
- Classe 42: “Serviços científicos e tecnológicos, pesquisa e desenho relacionado a estes; serviços de análise industrial e pesquisa; concepção, projeto e desenvolvimento de hardware e software de computador”
 - Elaboração (concepção) de software de computador

Fonte: INPI ([2021])

Entre as 344 marcas concedidas a desenvolvedoras de *games* entre 2000 e 2020, identificamos os seguintes números de registros de acordo com as classes acima:

- Classe 9: 68
- Classe 28: 35
- Classe 41: 76
- Classe 42: 87

Totalizando 266 marcas registradas nas classes diretamente relacionadas com videogames.

As outras classes para as quais as desenvolvedoras obtiveram registro marcário no período foram:

- *Classe 7 (“Máquinas e ferramentas mecânicas; motores (exceto para veículos terrestres); e engates de máquinas e componentes de transmissão (exceto para veículos terrestres); instrumentos agrícolas não manuais; chocadeiras”): 1 registro;*
- *Classe 16 (“Papel, papelão e produtos feitos desses materiais e não incluídos em outras classes; material impresso; artigos para encadernação; fotografias; papelaria; adesivos para papelaria ou uso doméstico; materiais para artistas; pincéis; máquinas de escrever e material de escritório (exceto móveis); material de instrução e didático (exceto aparelhos); matérias plásticas para embalagem (não incluídas em outras Classes); caracteres de imprensa; clichês”): 9 registros;*
- *Classe 20 (“Móveis, espelhos, molduras; produtos (não incluídos em outras Classes), de madeira, cortiça, junco, cana, vime, chifre, marfim, osso, barbatana de baleia, concha, tartaruga, âmbar, madrepérola, espuma-do-mar e sucedâneos de todas estas matérias ou de matérias plásticas”): 2 registros;*
- *Classe 25 (“Vestuário, calçados e chapelia”): 8 registros;*
- *Classe 35 (“Propaganda; gestão de negócios; administração de negócios; funções de escritório”): 41 registros;*
- *Classe 36 (“Seguros; negócios financeiros; negócios monetários; negócios imobiliários”): 2 registros;*
- *Classe 38 (“Telecomunicações”): 6 registros;*
- *Classe 39 (“Transporte; embalagem e armazenagem de produtos; organização de viagens”): 1 registro;*
- *Classe 45 (“Serviços pessoais e sociais prestados por terceiros, para satisfazer necessidades de indivíduos; serviços de segurança para proteção de bens e pessoas”): 8 registros.*

Totalizando 78 registros não relacionados com videogames no período.

Quadro 7 - Total de marcas registradas por desenvolvedoras nacionais junto ao INPI

Classe	Descrição	Marcas concedidas
9	<i>“Aparelhos e instrumentos científicos, de pesquisa, de navegação, geodésicos, fotográficos, cinematográficos, audiovisuais, ópticos, de pesagem, de medição, de sinalização, de detecção, de teste, de inspeção, de salvamento e de ensino; Aparelhos e instrumentos para conduzir, interromper, transformar, acumular, regular ou controlar a distribuição ou o uso de eletricidade; Aparelhos e instrumentos para gravar, transmitir, reproduzir ou processar som, imagens ou dados; Mídias gravadas e baixáveis, programas de computador, mídias virgens digitais ou analógicas para gravação e armazenamento; Mecanismos para aparelhos operados com moedas; Caixas registradoras, dispositivos para calcular; Computadores e dispositivos periféricos de computadores; Trajes e máscaras de mergulho, protetores de ouvidos para mergulhadores, cliques nasais para mergulhadores e nadadores, luvas para mergulhadores, aparelhos de respiração para nado subaquático; Aparelhos extintores de incêndio”</i> <i>• programas de jogos de computador, baixáveis;</i> <i>• programas de jogos de computador, gravados”</i>	68
28	<i>“Jogos, brinquedos e brinquedos; Aparelhos de videogame; Artigos para ginástica e esporte; Decorações para árvores de Natal”</i> <i>• controles para consoles de jogos;</i>	35
41	<i>“Educação, provimento de treinamento; entretenimento; atividades esportivas e culturais. ” - provimento de serviços para jogos eletrônicos; ”</i> <i>• Provimento de serviços para jogos on-line (computadores)</i>	76
42	<i>“Serviços científicos e tecnológicos, pesquisa e desenho relacionado a estes; serviços de análise industrial e pesquisa; concepção, projeto e desenvolvimento de hardware e software de computador”</i> <i>• Elaboração (concepção) de software de computador</i>	87

Continua...

Conclusão

Classe	Descrição	Marcas concedidas
7	<i>(“Máquinas e ferramentas mecânicas; motores (exceto para veículos terrestres); e engates de máquinas e componentes de transmissão (exceto para veículos terrestres); instrumentos agrícolas não manuais; chocadeiras”):</i>	1
16	<i>(“Papel, papelão e produtos feitos desses materiais e não incluídos em outras classes; material impresso; artigos para encadernação; fotografias; papelaria; adesivos para papelaria ou uso doméstico; materiais para artistas; pincéis; máquinas de escrever e material de escritório (exceto móveis); material de instrução e didático (exceto aparelhos); matérias plásticas para embalagem (não incluídas em outras Classes); caracteres de imprensa; clichês”)</i>	9
20	<i>(“Móveis, espelhos, molduras; produtos (não incluídos em outras Classes), de madeira, cortiça, junco, cana, vime, chifre, marfim, osso, barbatana de baleia, concha, tartaruga, âmbar, madrepérola, espuma-do-mar e sucedâneos de todas estas matérias ou de matérias plásticas”):</i>	2
25	<i>(“Vestuário, calçados e chapelaria”):</i>	8
35	<i>(“Propaganda; gestão de negócios; administração de negócios; funções de escritório</i>	41
36	<i>(“Seguros; negócios financeiros; negócios monetários; negócios imobiliários”):</i>	2
38	<i>(“Telecomunicações”):</i>	6
39	<i>39 (“Transporte; embalagem e armazenagem de produtos; organização de viagens”)</i>	1
45	<i>(“Serviços pessoais e sociais prestados por terceiros, para satisfazer necessidades de indivíduos; serviços de segurança para proteção de bens e pessoas”)</i>	8
Total classes relacionadas com videogames (9, 28, 41 e 42)		266
Total classes não relacionadas com videogames (7, 16, 20, 25, 35, 36, 38, 39, 45)		76
Grande Total de marcas registradas por desenvolvedoras		344

Fonte: Baseado em INPI ([2021]).

Apresentamos a seguir um gráfico com a representação dos registros concedidos a desenvolvedoras de acordo com a Classificação Internacional de Nice entre 2000 e 2020 de acordo com a busca por CNPJ

Gráfico 6 - Número de registros concedidos por classe para desenvolvedoras de Videogames pelo CNPJ, 2007-2020

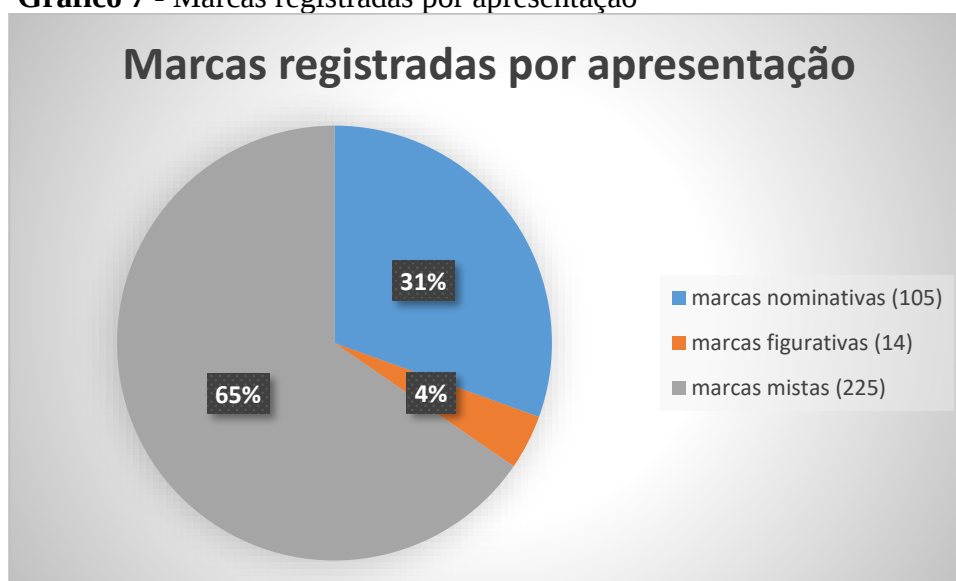


Fonte: Baseado em INPI ([2021]).

Evidencia-se assim um forte vínculo entre as atividades de desenvolvimento de *videogames* e as atividades de propaganda constantes na classe 35.

6.3.4 Busca das marcas registradas por apresentação

Com relação à apresentação, 105 registros encontrados foram para marcas nominativas, 225 por marcas mistas e 14 por marcas figurativas.

Gráfico 7 - Marcas registradas por apresentação

Fonte: A Autora.

Em conclusão, constatamos que ao redor de 48% das empresas nacionais arroladas como desenvolvedoras apresentaram algum tipo de movimentação para o registro de marcas entre 2000 e 2020.

6.3.5 Conclusão da prospecção de registros de marcas

Este exercício de prospecção inicialmente conduziu uma busca na base de dados do INPI sobre as empresas identificadas como desenvolvedoras nacionais de *videogames* de acordo com os critérios estabelecidos no capítulo 6.1 deste estudo. A intenção inicial foi de identificar quantas dentre estas empresas tinham feito algum movimento para registrar suas marcas junto ao INPI. Assim, identificamos as empresas que tinham pedidos de marca depositados, independente da situação. As buscas foram conduzidas por CNPJ, por termo exato e por radical dos nomes fantasia das empresas identificadas.

Das 413 desenvolvedoras nacionais de *videogames* pesquisadas, 201 (48,6%) apresentavam algum tipo de ação junto ao INPI visando o registro de pelo menos uma marca, e 93 (22,5% do total de desenvolvedoras e 46,2% das desenvolvedoras com atividade marcária) haviam recebido um depósito de pelo menos uma marca no período. Estes números indicam um interesse das desenvolvedoras nacionais pelo registro de suas marcas.

Dentre as 93 desenvolvedoras que haviam obtido o depósito do pedido de registro de suas marcas no período, 46 (49,4%) tinham o registro de somente uma marca cada, na grande maioria o nome fantasia das empresas. Este é um indício que grande parte das desenvolvedoras

nacionais atualmente buscam o registro de suas marcas com relação ao nome fantasia da desenvolvedora, e não aos jogos por elas desenvolvidos. Isto pode ser devido ao fato que as publishers estejam se encarregando de obter o registro das marcas relacionadas aos *games* que elas estejam publicando.

A análise de número de registros de marcas por ano apresenta números irregulares até 2017, com poucas empresas obtendo o registro para todas as marcas concedidas. Em particular, entre 2012 e 2014 apenas uma desenvolvedora nacional obteve registros de suas marcas. A partir de 2018 há um crescimento no número de empresas obtendo registros por suas marcas (11 em 2018, 20 em 2019 e 16 em 2020), o que pode ser um indício do amadurecimento da indústria nacional de *videogames*.

Ao analisarmos os registros concedidos de acordo com a classe na Classificação Internacional de Nice de Produtos e Serviços, constatamos que 22,6% das marcas concedidas às desenvolvedoras identificadas não se relacionam com *videogames*, grande parte destas sendo relacionadas com atividades de propaganda. Este fato é curioso, pois na pesquisa da indústria nacional de *videogames* da Atragames (FORTIM, 2022, p. 32), 10% das desenvolvedoras declararam exercer atividades relacionadas com propaganda e publicidade, e o número de marcas registradas por esta classificação de produto corresponde a 11,9% da totalidade de marcas registradas por desenvolvedoras. Isso é coerente pois das outras doze atividades que tiveram maior incidência declarada pelas desenvolvedoras entrevistadas naquele estudo (gamificação, serviços de arte, desenvolvimento de *software* e serviços de tecnologia de informação, publicação, produção de conteúdo digital, consultoria, serviços educacionais, animação, roteiro, treinamento corporativo, jogos de tabuleiro e outras atividades digitais e tecnológicas), à exceção de jogos de tabuleiro, todas se inserem nas classes 41 e 42.

Com relação aos tipos de registros (nominativo, figurativo ou misto), destaca-se uma escassez de pedidos de depósito de marcas pela apresentação figurativa, o que em combinação com os resultados apresentados na busca de depósitos de desenhos industriais para interfaces gráficas por desenvolvedoras nacionais (capítulo 6.2.2) pode indicar que as desenvolvedoras não vêm se movimentando no sentido de buscar proteção por propriedade intelectual para a jogabilidade e aparência estética dos seus *videogames*, pois imagina-se que uma desenvolvedora de *videogames* possa interessar-se por proteger desta maneira seus personagens e o *look and feel* de seus jogos.

Os 223 estúdios respondentes à pesquisa da indústria brasileira de *games* (FORTIM, 2022) declararam ter lançado 715 jogos em 2020 e 901 jogos em 2021. Contudo, esta pesquisa

só foi capaz de identificar 345 registros de marcas concedidos a 93 desenvolvedoras, e sete registros de desenhos industriais concedidos a duas desenvolvedoras entre 2000 e 2020. As pesquisas paralelas conduzidas por palavra-chave e classe para desenhos industriais e por termo exato e radical para marcas não demonstraram um aumento considerável em relação aos primeiros resultados. Ainda que os dados desta pesquisa não tenham sido cruzados com os dados fornecidos na pesquisa da indústria de *games* de 2022, nota-se uma atividade registral baixa em comparação com a produção das desenvolvedoras nacionais, o que talvez possa ser explicado pelo fato que as *publishers* normalmente adquirem os direitos de propriedade intelectual sobre os *videogames* das desenvolvedoras com as quais atuam, o que incluiria as marcas dos jogos.

Desta forma, entendemos que as desenvolvedoras nacionais de *videogames* vêm demonstrando interesse pelo registro como marca de serviço dos nomes fantasia das suas empresas, e este interesse se refletiu em uma constância no número de concessões de marcas a desenvolvedoras nacionais a partir de 2018, o que pode ser interpretado como um sinal de amadurecimento do setor.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS E PROSPECÇÕES FUTURAS

O estudo em tela se dedicou a apresentar um panorama mundial do mercado de *videogames* no período de 2000 a 2020 que pudessem servir de referência futura para a formulação de políticas e marco normativo. Ele incluiu sua evolução histórica, componentes e principais agentes do ecossistema, análise dos distintos componentes de *videogames* e como podem ser protegidos como ativos de propriedade intelectual, e avaliação de algumas medidas de incentivo à indústria tomadas pelos oito maiores mercados internacionais em termos de rendimentos gerados. Em seguida, analisou-se especificamente a indústria nacional de *videogames*, incluindo sua evolução, marco normativo, políticas de incentivo e principais agentes do ecossistema. Finalmente, realizou-se um levantamento de desenvolvedoras nacionais e uma análise das iniciativas de registros de desenhos industriais e marcas por desenvolvedores nacionais junto ao INPI.

A indústria de *videogames* já ocupa o segundo lugar entre negócios de entretenimento no mundo. Novas tendências como metaverso, NFT *games* e criptomoedas tendem a fazer com que essa indústria cresça ainda mais, afetando mais e mais a economia, gerando empregos e modificando ainda mais os costumes e relações sociais. O registro por marcas e desenhos industriais são ativos de grande importância para esta indústria pois impõem travas ao aproveitamento parasitário e garantem a exclusividade dentro de limitações impostas por lei quanto a tempo espaço e área de atuação, e valorizam o produto e serviço a que se destinam. Contudo, o processo de registro de marcas e desenhos industriais não é obrigatório e pode ser demorado e custoso para pequenos e microempresários, e é comum que a busca pelo registro por propriedade intelectual nestes casos ocorra em um momento que a empresa esteja mais madura e estabelecida.

A indústria brasileira de *videogames* tem uma história relativamente recente, ainda que registros da chegada de *videogame* no país remontem a 1968. Devido à política de reserva de mercado, essa indústria teve seu desenvolvimento bastante engessado e em grande parte limitou-se a criar clones de *videogames* de sucesso no exterior até a abertura do mercado nos anos 90, quando a indústria nacional de *software* e *videogames* começou a florescer, e vem crescendo nos últimos anos.

O setor de desenvolvedoras nacionais de *videogames* passou por um crescimento significativo nos últimos anos, com um número crescente de desenvolvedores independentes

se juntando ao mercado. Com o amadurecimento da indústria, os desenvolvedores vêm se tornando *players* de destaque no mercado mundial de *videogames*.

A diversidade de talentos e qualidade dos produtos desenvolvidos são componentes chave do posicionamento da indústria nacional no mercado. Os desenvolvedores nacionais são profissionais capacitados em áreas como programação, *design* e arte, são criativos e inovadores e estão produzindo *videogames* de qualidade que vem ganhando reconhecimento no Brasil e no exterior. Isso vem causando o aporte de capital estrangeiro e o recebimento de prêmios internacionais. Ademais, o país tem um número importante de cursos superiores relacionados ao desenvolvimento de *videogames*, e o governo vem discutindo incentivos fiscais para o setor.

Esse crescimento acarretou um aumento no número de registros de marcas a partir de 2017, o que pode ser um sinal de maturidade do setor e reconhecimento da importância da proteção à propriedade intelectual nesta área. Já o registro de desenhos industriais não apresenta resultados constantes, tratando-se aparentemente de iniciativas individuais por parte de algumas empresas isoladas. Contudo, desenhos industriais podem ser aplicados a personagens, embalagens, interfaces gráficas e praticamente todos os elementos visuais de um *videogame*.

Apesar do crescimento da indústria nacional de *videogames* e do fato do Brasil ocupar a décima posição mundial em termos de rendimentos gerados e terceira em termos de número de usuários, ainda há muitos desafios a serem enfrentados. Não há um marco legal específico para a proteção do setor, e por isso podem ser enquadrados como programas de computador ou como obras audiovisuais. Isso gera insegurança jurídica. Ademais, não existe uma Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) para o setor, o que dificulta a criação de políticas, estudos de mercado e análise de impacto.

Ao analisar medidas de incentivo à indústria de *videogames* nos oito maiores mercados mundiais em termos de rendimentos gerados, verificamos que, apesar de alguns países terem adotado estratégias bem diferentes umas das outras (por exemplo, com o Japão focando na presença da cultura japonesa no exterior e a Coreia do Sul investindo no desenvolvimento de conteúdo criativo), nota-se que todas as economias compartilham um entendimento por parte do Governo que a indústria digital é um setor com grande potencial econômico e cultural e deve ser priorizada. Assim, estes países vêm investindo de forma coerente e constante no desenvolvimento da indústria digital.

No caso brasileiro, o desenvolvimento da indústria não resultou de uma medida harmônica e coesa de medidas e incentivo por parte do Governo, como foi o caso dos outros principais mercados. Ao contrário, algumas medidas restritivas como a política de reserva de mercado, que deveriam servir de incentivo ao desenvolvimento da indústria nacional de

informática, terminaram por reduzir a indústria nacional ao desenvolvimento de clones dos produtos fabricados no exterior através de tecnologia reversa, incentivando a pirataria e o contrabando e atrasando em 20 anos o desenvolvimento da indústria, que poderia ter se iniciado nos anos 70 juntamente com os Estados Unidos.

Em 2022, um grupo de profissionais envolvidos com o mercado de jogos eletrônicos foi convidado pelo Instituto Lula a elaborar um conjunto de propostas para criação de políticas no setor de *videogames*. O resultado deste trabalho foi a cartilha Lula Play, que subdivide suas propostas em cinco grandes eixos: formação e emprego; inclusão e diversidade; educação; soberania digital; e indústria (CONHEÇA..., 2022). Dentre as propostas da cartilha, encontramos muitas referências ao incentivo à exportação e desenvolvimento da indústria nacional, incluindo revisões de tratados de exportação de serviços. A cartilha, contudo, não faz menções específicas ao uso do sistema de propriedade intelectual pela indústria. Cabe ressaltar que as propostas da cartilha não integraram o programa de governo 2023-2026 apresentado pela chapa Lula-Alckmin, programa este que não fez nenhuma menção direta a *videogames* ou jogos eletrônicos.

Ainda que este estudo não tenha identificado políticas de incentivo por parte dos governos de outros países especificamente para o registro de marcas e desenhos industriais, entende-se que estes registros fortalecem a indústria nacional, que se mune de respaldo legal para comercializar e licenciar os seus produtos. Isso é particularmente importante no caso de produtos com potencial para exportação como é o caso dos *videogames*. Algumas medidas que um governo pode tomar para incentivar esta indústria seriam os incentivos fiscais e redução dos custos para registros de marcas e desenhos industriais por uma categoria específica (donde a grande importância da criação de um CNAE específico para o setor), a simplificação dos processos para reduzir tempo e custos para o registro, o fornecimento de assistência especializada para o registro de marcas e desenhos industriais de forma célere e sem custas, e a criação de campanhas educacionais para o fomento ao registro de marcas.

O INPI vem implementando medidas para incentivar setores estratégicos de indústria nacional a buscarem o registro de seus ativos, tais como o Programa INPI Negócios, o Plano INPI Digital e o Inova Simples. Chama atenção para o desenvolvimento deste setor o programa Inova Simples, pelo qual empresas cadastradas no sistema Redesim como “Empresa simples de Inovação (Inova Simples)” recebem trâmite prioritário no registro de marcas e patentes. Falta, no entanto, uma promoção destes programas junto a representantes do setor, como as

associações de desenvolvedoras de *videogames*, centros universitários dedicados ao desenvolvimento de *videogames* e ao Programa de Exportação de *videogames* Brazil Games.

Ademais, ao lançar um *videogame* em uma plataforma de venda de aplicativos *on-line*, como a Google Store ou a Apple Store, o desenvolvedor lança o *game* simultaneamente em dezenas de países. O instituto da proteção marcária, por ser territorial, inviabiliza que o nome do *videogame* seja protegido simultaneamente em todos os países onde o *game* será comercializado. Certo, a adesão brasileira ao Protocolo de Madri viabiliza que essa adesão seja mais célere e simplificada, mas o processo ainda assim é oneroso para um pequeno desenvolvedor.

Ainda em relação às marcas, enquanto outros países conferem proteção a marcas sonoras, marcas de posição, de movimento ou de trade dress e as grandes desenvolvedoras já começaram a se beneficiar deste tipo de proteção, a ausência deste tipo de proteção no Brasil se reflete em uma oportunidade perdida para os desenvolvedores nacionais de protegerem seus ativos

Com relação ao registro por desenhos industriais, este estudo identificou apenas dois registros que se destinam claramente à proteção de personagens ou *display* de *videogames* (um deles por não residente). Isso pode ocorrer porque os desenvolvedores entendem que a proteção por seus ativos por desenhos industriais não apresenta uma relação custo-benefício adequada, mas também pode ser por desinformação. Este estudo não se aprofundou na pesquisa das razões pelas quais os desenvolvedores não vêm buscando este tipo de proteção

Também há que se considerar a mecânica dos jogos, que é considerada a essência do design de *games*. Esse conjunto de regras não encontra amparo para proteção pelos ativos de propriedade intelectual na sua totalidade, de forma que é comum no mercado que um desenvolvedor tome a mecânica de um *game* existente e reescreva sobre ela. É possível obter a proteção de aspectos da mecânica de jogos através de uma combinação de proteção por patentes, marcas e direitos autorais. Contudo, o nível da proteção varia de acordo com a jurisdição e não há uma harmonização ou consenso internacional neste sentido.

Este estudo não se limitou a exaurir o debate sobre proteção de marcas e desenhos industriais para desenvolvedores de *videogames* e sim abrir possibilidades para pesquisas futuras, que poderiam ser mais refinadas com a adoção de um CNAE específico para *videogames*, ampliadas para desenvolvedoras internacionais com filial no Brasil, ou sobre a motivação de desenvolvedoras em buscarem ou não o registro de seus desenhos industriais e marcas.

Contudo, nota-se que o mercado brasileiro de *videogames* está alcançando um novo nível de amadurecimento e atração de investimento estrangeiro, o que acarreta um movimento em direção à proteção de seus nomes fantasia como marcas, mas não de seus ativos passíveis de registro por desenhos industriais nem dos nomes ou sinais visualmente perceptíveis relacionados aos *games*. Este é um estágio de desenvolvimento natural do setor que pode ser alavancado com medidas do governo, principalmente na facilitação de trâmites, assistência gratuita no preenchimento de pedidos de registro e campanhas de promoção e conscientização. Verifica-se também a importância de ampliar o debate sobre a necessidade de um marco jurídico específico para o setor de *videogames* a fim de oferecer também uma segurança jurídica ao mercado.

REFERÊNCIAS

ABRAGAMES. **A indústria brasileira de jogos eletrônicos**: um mapeamento do crescimento do setor nos últimos 4 anos. São Paulo: Abragames, 2008. Disponível em: http://www.abragames.org/uploads/5/6/8/0/56805537/pesquisa_2008_-_a_industria_brasileira_de_jogos_eletronicos.pdf. Acesso em: 20 ago. 2022.

ABRAGAMES. **Pesquisa**: a indústria de desenvolvimento de jogos eletrônicos no Brasil. São Paulo: Abragames, 2005.

ABREU, V. de. Jogos deram mais de R\$ 488 milhões em prêmios em 2020: veja ranking. **TechTudo**, [São Paulo], 28 dez. 2020. Disponível em <https://www.techtudo.com.br/listas/2020/12/jogos-deram-mais-de-r-488-milhoes-em-premios-em-2020-veja-ranking-esports.ghml>. Acesso em: 23 jun. 2021.

ACCENTURE. **Gaming**: the next platform. Canadá: Accenture, 2021. Disponível em: accenture.com/_acnmedia/PDF-152/Accenture-Gaming-Article.pdf#zoom=40. Acesso em: 15 set. 2021.

ACI GAMES. **Lista de associados**. Limeira: Aci Games, [2022]. Disponível em: <http://acigames.com.br/associados.html>. Acesso em: 20 abr. 2022.

AEROSMITH ganhou mais dinheiro com Guitar Hero do que com qualquer disco da banda. **Rolling Stone**, São Paulo, 11 jul. 2014. Disponível em: <https://rollingstone.uol.com.br/blog/aerosmith-ganhou-mais-dinheiro-com-guitar-hero-do-que-com-qualquer-disco-da-banda/>. Acesso em: 15 set. 2021.

ALEXANDRE, M. A Nintendo e o Brasil: uma relação conturbada. **Nintendo Blast**, [S. l.], 26 jul. 2019. Disponível em: <https://www.nintendoblast.com.br/2019/07/relacao-nintendo-brasil-retorno-switch.html#:~:text=Foi%20s%C3%B3%20em%201993%20que,duas%20acabaram%20fundando%20a%20Playtronic>. Acesso em: 15 abr. 2022.

ALIANÇA EMPREENDEDORA. **Conheça as empreendedoras finalistas do concurso hora de brilhar 2017/2018**. Curitiba: Aliança Empreendedora, 2018. Disponível em: <https://aliancaempreendedora.org.br/conheca-as-empendedoras-finalistas-do-concurso-hora-de-brilhar-20172018/>. Acesso em: 15 abr. 2022.

ALVES, L.; MOURA JÚNIOR, R.; LIMA, C. **Cena baiana de jogos digitais**: um olhar a partir da sua organização produtiva e análise de redes sociais complexas. Salvador: EDUFBA, 2021.

AMAZON. **Sega Master System – Azul** [aparelho de videogame]. São Paulo: Amazon, 2018. Marca: Tectoy. Modelo: 7891196020353. Asin: B0751L7T3W. Disponível em: <https://www.amazon.com.br/Tectoy-Master-System-Azul-Platform/dp/B0751L7T3W>. Acesso em: 15 set. 2021.

ANCINE – AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA. **Apresentação**. Brasília: Ancine, [2022]. Disponível em: <https://antigo.ancine.gov.br/pt-br/ancine/apresentacao>. Acesso em: 23 mar. 2022.

ANCINE – AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA. **Instrução Normativa n.º 104, de 10 de julho de 2012**. Brasília: Ancine, 2012. Disponível em: <https://antigo.ancine.gov.br/pt-br/legislacao/instrucoes-normativas-consolidadas/instru-o-normativa-n-104-de-10-de-julho-de-2012>. Acesso em: 16 nov. 2020.

APLICATIVO Reb-001.MM1. N. 017282203. Depósito: 10 out. 2017. European Union Intellectual Property Office. Disponível em: <https://euipo.europa.eu/eSearch/#details/trademarks/017282203>. Acesso em: 21 jun. 2022.

ÁRIDA backland's awakening. Salvador: AOCA Game Lab, 2021. 1 jogo eletrônico. Disponível em: https://www.aocagamelab.games/ARIDA_Backlands_Awakening/. Acesso em: 12 Jan. 2022

ASSIS, D. O. de. **Perspectivas para o jornalismo crítico de games**. 2007. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2007.

AWAD, A. H. [Jusbrasil encontrou 14 processos]. **Jusbrasil**, [2022]. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/processos/nome/31708012/adel-hassan-awad>. Acesso em: 21 out. 2022.

BALLHAUS, W.; CHOW, W.; RIVET, E. **Perspectivas do global entertainment & media outlook 2022–2026**. [S. l.]: PWC, [2021]. Disponível em: <https://www.pwc.com/gx/en/industries/tmt/media/outlook/outlook-perspectives.html>. Acesso em: 12 Jan. 2022.

BATCHELOR, J. Nintendo Switch breaks records for first-year US sales. **Games Industry.biz**, [S. l.], 21 mar. 2018. Disponível em: <https://www.gamesindustry.biz/nintendo-switch-breaks-records-for-first-year-us-sales>. Acesso em: 12 jun. 2021.

BATCHELOR, J. Record \$120.1 billion earned by games and interactive media in 2019. **Games Industry.biz**, [S. l.], 2 jan. 2020. Disponível em: <https://www.gamesindustry.biz/record-usd120-1-billion-earned-by-games-and-interactive-media-in-2019>. Acesso em: 12 jun. 2021.

BRASIL. **Decreto n.º 75.699, de 6 de Maio de 1975**. Promulga a Convenção de Berna para a Proteção das Obras Literárias e Artísticas, de 9 de setembro de 1886, revista em Paris, a 24 de julho de 1971. Brasília: Presidência da República, 1975. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1970-1979/d75699.htm. Acesso em: 23 set. 2021.

BRASIL. **Lei nº 7.505, de 2 de Julho de 1986**. Dispõe sobre benefícios fiscais na área do imposto de renda concedidos a operações de caráter cultural ou artístico. Brasília: Presidência da República, 1986. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l7505.htm. Acesso em: 21 jun. 2021.

BRASIL. **Lei nº 8.313, de 23 de Dezembro de 1991**. Mensagem de veto Regulamento 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. Brasília: Presidência da República, 1991. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8313compilada.htm. Acesso em: 21 jun. 2021.

BRASIL. **Lei no 8.685, de 20 de Julho de 1993.** Cria mecanismos de fomento à atividade audiovisual e dá outras providências. Brasília: Presidência da República, 1993. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8685.htm. Acesso em: 21 jun. 2021.

BRASIL. **Lei nº 9.279, de 14 de Maio de 1996.** Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Brasília: Presidência da República, 1996. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9279.htm. Acesso em: 23 set. 2021.

BRASIL. **Lei nº 9.610, de 19 de Fevereiro de 1998.** Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. Brasília: Presidência da República, 1998.

BRASIL. Ministério do Turismo. Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. **Termo de Colaboração Nº 890291/2019.** Termo de colaboração Nº890291/2019 que entre si celebram o instituto do patrimônio histórico e artístico nacional - Iphan e a comissão pró-índio do acre, para os fins que especifica. Brasília: Iphan, 2019. Disponível em: http://portal.iphan.gov.br/uploads/licitacaoConvenioContrato/termo_de_colaboracao_890291.pdf Acesso em: 21 jun. 2022.

BRASIL. RedeSim. **Emissão de comprovante de inscrição e de situação cadastral.** [Brasília: Receita Federal, 2022]. Disponível em: https://solucoes.receita.fazenda.gov.br/servicos/cnpjreva/cnpjreva_solicitacao.asp. Acesso em: 31 out. 2022.

BRASIL. Senado Federal. Isenção de impostos sobre videogames pode ser votada após recesso. **Senado Notícias**, 20 jan. 2020. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2020/01/20/isencao-de-impostos-sobre-videogames-pode-ser-votada-apos-recesso>. Acesso em: 5 abr. 2022.

BRASIL. Senado Federal. **Proposta de emenda à Constituição n. 51, de 2017.** Acrescenta a alínea f ao inciso VI do art. 150 da Constituição Federal, instituindo imunidade tributária sobre os consoles e jogos para videogames produzidos no Brasil. Brasília: Senado Federal, 2017. Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/132049>. Acesso em: 21 jun. 2022.

BRASIL: vendas de jogos eletrônicos crescem 149% em um ano. **Canaltech**, [S. l.], 7 nov. 2012. Disponível em: <https://canaltech.com.br/games/Brasil-Vendas-de-jogos-eletronicos-crescem-149-em-um-ano/>. Acesso em: 21 jun. 2022

CAMPOS, A. **A curiosa história da Taito no Brasil, 1968–1985.** [S. l.: s. n.], 2014. Disponível em: <https://augustocampos.net/taito-brasil/>. Acesso em: 21 jun. 2022.

CARDOSO, M. V. **A proposição de um modelo de análise para a indústria criativa de videogames no Brasil.** 2013. Tese (Doutorado em Ciências) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.

CHEN, T. China has finally lifted its 14-year ban on video games. **Insider**, [EUA], 27 jul. 2015. Disponível em: <https://www.businessinsider.com/china-lifts-14-year-ban-on-gaming-consoles-2015-7>. Acesso em: 21 jun. 2022.

CLOUD gaming: from niche play to killer App. **Niko**, Campbell, 28 out. 2019. Disponível em: <https://nikopartners.com/cloud-gaming-from-niche-play-to-killer-app/>. Acesso em: 15 abr. 2021.

CONFERENCE Are you into IP Games? intellectual property in the world of games. Republic of Poland: Urząd Patentowy RP, 2022. 1 video (6 min.26). Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=nGT7L7_xYz0. Acesso em: 15 maio 2022.

CONHEÇA a íntegra da cartilha “Lula Play”, com propostas dos gamers. **Lula**, [São Paulo], 23 ago. 2022. Disponível em: <https://lula.com.br/conheca-a-integra-da-cartilha-lula-play-com-propostas-dos-gamers/>. Acesso em: 3 jan. 2023.

CORNWELL, J. Nintendo v BigBen and Acacia v Audi; Acacia v Porsche: design exceptions at the CJEU. **Journal of Intellectual Property Law & Practice**, Oxford, v. 14, n. 1, p.51-61, 2019.

DEMARTINE, F. Jair Bolsonaro assina decreto que reduz impostos sobre games. **CanalTech**, [S. l.], 15 ago. 2019. Disponível em: <https://canaltech.com.br/games/jair-bolsonaro-assina-decreto-que-reduz-impostos-sobre-games-146843/>. Acesso em: 5 abr. de 2022.

DIAS, R. **Quer ver a força da indústria brasileira de jogos?:** confira abaixo as empresas do nosso país. [S. l.]: Mapa da indústria dos Jogos (Beta), 2018. Disponível em: mapadaindustriadejogos.com.br/#map1. Acesso em: 12 set. 2021.

DINIZ, R. G.; ABRITA, M. B. A indústria de games no território brasileiro: um estudo baseado em dados e indicadores recentes. **Formação**, Brasília, v. 28, n. 53, p. 719-748, 2021.

EFSTATHIOU, K.; EFSTATHIOU, M. Celestial Gearbox: oldest known computer is a mechanism designed to calculate the location of the sun, moon and planets. **Mechanical Engineering**, New York, v. 140, n. 9, p. 31-35, 2018. Disponível em: <https://asmedigitalcollection.asme.org/memagazineselect/article/140/09/31/366620/celestial-GearboxThe-Oldest-Known-computer-is-a>. Acesso em: 12 set. 2021.

ENTENDA como funciona o pagamento da Twitch e as formas de receber. **Remessa Online**, São Paulo, 4 nov. 2021. Disponível em: <https://www.remessaonline.com.br/blog/pagamento-da-twitch/>. Acesso em: 12 jan. 2021.

EPIC Games investe em estúdio de jogos brasileiro Aquiris. **Exame**, São Paulo, 13 abr. 2022. Disponível em: <https://exame.com/tecnologia/epic-games-investe-em-estudio-de-jogos-brasileiro-aquiris/>. Acesso em: 12 set. 2022.

EPO – EUROPEAN PATENT OFFICE. **Datasheet for the decision of 17 August 2020**. Munchen: EPO, 2020. Case number T1504/17-3.2.04. Disponível em: <https://www.epo.org/law-practice/case-law-appeals/pdf/t171504eu1.pdf>. Acesso em: 21 jun. 2022.

EPO – EUROPEAN PATENT OFFICE. **Datasheet for the decision of 6 February 2009**. Munchen: EPO, 2009. Case number T0012/08-3.2.04. Disponível em: <https://www.epo.org/law-practice/case-law-appeals/pdf/t080012eu1.pdf>. Acesso em: 21 jun. 2022.

ESPÍRITO SANTO. Secretaria de Estado da Cultura. **Edital App pra cultura**: confira resultado preliminar de seleção. Vitória: SECULT, 20 out. 2017. Disponível em: <https://guiadefomentodacultura.es.gov.br/Not%C3%ADcia/edital-app-pra-cultura-confira-resultado-preliminar-de-selecao>. Acesso em: 20 mar. 2022.

EUROPEAN UNION. European Parliament. The Council of the European Union. **Directive 2001/29/EC of the European Parliament and of the Council of 22 May 2001 on the harmonisation of certain aspects of copyright and related rights in the information society**. Brussels: European Parliament, 2001. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=celex:32001L0029>. Acesso em: 20 jun. 2022.

FACHIN, Z. A.; PINHEIRO, V. G. M. Defesa da propriedade intelectual nas novas mídias digitais – jogos digitais. **Revista Jurídica da UniFil**, Londrina, v. 15, n. 15, p. 221-236, jun. 2019. Disponível em: <http://periodicos.unifil.br/index.php/rev-juridica/article/view/1092>. Acesso em: 25 out. 2022.

FALK, F. *et al.* (ed.). **The German games industry 2019/20: insight, facts and reports**. Berlin: GAME, 2019. Disponível em: https://www.game.de/wp-content/uploads/2020/02/2019-10-31-Guide-to-the-German-Games-Industry_NEU.pdf. Acesso em: 20 jul. 2021.

FILE: Pong interface.svg. In: WIKIMEDIA COMMONS. [San Francisco]: Wikimedia Commons, 2022. Disponível em: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Pong_interface.svg. Acesso em: 12 out. 2022.

FINDE deinen Weg in die Games-Branche. [S. l.]: Game Campus, [2022]. Disponível em: <https://www.gamecampus.de/>. Acesso em: 2 maio 2022.

FLEURY, A.; SAKUDA, L. O.; CORDEIRO, J. H. D. O. (coord.). **1º Censo da indústria brasileira de jogos digitais**. São Paulo: GEDIGames: NPGT: Escola Politécnica, 2014. Disponível em http://www.abragames.org/uploads/5/6/8/0/56805537/i_censo_da_industria_brasileira_de_jogos_digitais_2.pdf. Acesso em: 29 out. 2020.

FONTOLAN, M.; COSTA, J. P.; MALAZITA, J. W. Clusters na indústria de videogames e as cidades: um estudo de caso sobre o Brasil. In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE GEOGRAFIA DO CONHECIMENTO E DA INOVAÇÃO, 3., 2020, Campinas. **Anais [...]**. Campinas: Unicamp, 2020. p. 96-108. Disponível em: <https://ocs.ige.unicamp.br/ojs/anais3sigci/article/view/3293>. Acesso em: 20 dez. 2021.

FORD, W. K. Copy game for high score: the first video game lawsuit. **Journal of Intellectual Property Law**, Georgia, v. 1, p. 1-42, 2012. Disponível em: <https://digitalcommons.law.uga.edu/jipl/vol20/iss1/2>. Acesso em: 21 dez. 2021.

FORTIM, I. (org.). **Pesquisa da indústria brasileira de games 2022**. São Paulo: ABRAGAMES, 2022.

FOSS-SOLBREKK, K. Three routes to protecting IP systems and their algorithms under IP law: the good, the bad and the ugly. **Journal of Intellectual Property Law & Practice**, Georgia, v.16, n. 3, p. 247- 259, 2021.

FRASCARELLI, V. **Surgimento da indústria do videogame, Esport Vs. Direito, nessa batalha não tem game over**. São Paulo: Abragames, 2012.

FRITO, I. Microsoft, Mythic settle name dispute. **CNET**, [S. l.], 25 Mayo 2004. Disponível em: <https://www.cnet.com/tech/gaming/microsoft-mythic-settle-name-dispute/>. Acesso em: 21 jun. 2022.

FRONTINI, P. Wildlife, empresa brasileira de games, recebe aporte e é avaliada em US\$ 3 bi. **CNN Brasil**, São Paulo, 14 ago. 2020. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/business/empresa-de-games-do-brasil-e-avaliada-em-us3-bi-em-rodada-de-investimento/>. Acesso em: 21 jun. 2022.

FUKUDA, Y. A. **Patentes e os desafios para proteção de games: que os jogos comecem: Esport Vs. Direito, nessa batalha não tem game over**. São Paulo: Abragames, 2012. p. 14-22.

GAMEDEVs DO BRASIL. **Empresas**. [2022]. Disponível em: <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1osEF5HhMOM9wZT9LVzr3Enqlgq9x1ed6jG2O18QIYOE/edit#gid=0>. Acesso em: 29 ago. 2022.

GAMING LABS. **Gaming labs certified® mark: take your footprint global**. New Jersey: GLI, [2022]. Disponível em: <https://gaminglabs.com/gli-certified-mark/>. Acesso em: 21 mar. 2022.

GARCIA, N. Bolsonaro anuncia redução de imposto de importação para videogames. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 16 jun. 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2022/06/bolsonaro-anuncia-nova-reducao-de-impostos-de-importacao-para-videogames.shtml>. Acesso em: 30 jul. 2022.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOLDSMITH JUNIOR, T. T.; RAY, M. E. **Cathode-ray tube amusement device**. Depositante: GOLDSMITH JUNIOR, T. T.; RAY, M. E. US2455992A. Depósito: 25 jan. 1947. Concessão: 14 dez. 1948. Disponível em: <https://patents.google.com/patent/US2455992A/en>. Acesso em: 2 maio 2022.

GRANJA, D. R. **Indústria dos jogos eletrônicos: a evolução do valor da informação e a mais valia 2.0**. 2015. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015.

GREENSPAN, D. **Mastering the game: business and legal issues for videogame developers**. Genebra: WIPO, 2013. 242p.

GREENSPAN, D.; DIMITA, G. **Mastering the game: business and legal issues for video game developers, a training tool**. Genebra: WIPO, 2022. 378p.

GUIAR Hero. **Forbes**, Jersey City, 6 Fev. 2009. Disponível em: <https://www.forbes.com/global/2009/0216/056.html?sh=3814551039e4>. Acesso em: 20 jun. 2022.

HANSEN, D. **Game on: video game history from Pong and Pac-Man to Mario, Minecraft and More**. New York: Macmillan Publishing Group, 2016.

HOLROYD, C. Digital content promotion in Japan and South Korea: government strategies for an emerging economic sector. **Asia and the Pacific Policy Studies**, Sidney, v. 6, n. 3, p. 290-307, 2019.

HUNI KUIN: o primeiro game Kaxinawá. Itaú Cultural, São Paulo, 9 out. 2015. Disponível em: <https://www.itaucultural.org.br/huni-kuin-entrevista-com-os-criadores-do-primeiro-video-game-kaxinawa>. Acesso em: 25 abr. 2022.

IMPLY. **ImPLY tecnologia**. Santa Cruz do Sul: ImPLY, ©2021. Disponível em: <https://imply.com/pt/grupo-imply/>. Acesso em: 25 abr. 2022.

INDAUTOR - INSTITUTO NACIONAL DEL DERECHO DE AUTOR. **Derechos de autor**. Ciudad de Mexico: Indautor, [2020]. Disponível em: https://www.indautor.gob.mx/documentos/informacion-general/Derecho_de_autor.pdf. Acesso em: 15 ago. 2021.

INDIE Games Accelerator. [S. l.]: Google Play, 2021. 1 Software. Disponível em: <https://events.withgoogle.com/indie-games-accelerator-2021/>. Acesso em: 21 dez. 2021

INMETRO. **Marcas, símbolos de acreditação e selos de identificação do Inmetro**. Brasília: ©2012. Disponível em: <http://www.inmetro.gov.br/marcas/>. Acesso em: 21 dez. 2021.

INPI - INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **pePI - Pesquisa em Propriedade Industrial**. Rio de Janeiro: Inpi, [2021]. Disponível em: <https://busca.inpi.gov.br/pePI/jsp/desenhos/DesenhoSearchBasico.jsp>. Acesso em: 21 set. 2021.

INPI - INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Resolução n. 232/2019, de 07 de Janeiro de 2019**. Dispões sobre a criação do Manual de Desenhos Industriais. Rio de Janeiro: INPI, 2019. Disponível em: https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/desenhos-industriais/arquivos/legislacao-di/copy_of_RES_2322019manualdedi.pdf. Acesso em: 21 dez. 2021.

IZUSHI, H.; AOYAMA, Y. Industry revolution and cross-sectoral skill transfers: a comparative analysis of the video game industry in Japan, the United States and the United Kingdom. **Environment and Planning A: Economy and Space**, London, v. 38, n. 10, p. 1843-1861, 2004. DOI: <https://doi.org/10.1068/a37205>.

KAIN, E. ‘Fortnite’ is calling it quits in China. **Forbes**, Jersey City, 2 nov. 2021. Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/erikkain/2021/11/02/fortnite-is-calling-it-quits-in-china/?sh=3de198867b24>. Acesso em: 22 maio 2022.

KALAT, D. **The Case of the video game Lawsuit Racket**. [S. l.]: Thinkset, [2022]. Disponível em: <https://thinksetmag.com/insights/digital-detective-pong>. Acesso em: 15 set. 2022.

KATZ, A. The year that shook electronic gaming. **Electronic Games Magazine**, New York, n.1, jan. 1985.

KIM, J. Y.; KANG, S. H. Windows of opportunity, capability and catch up: the chinese game industry. **Journal of Contemporary Asia**, London, v. 51, n. 1, p. 132-156, 2019.

LI, P. Apple removes 39,000 game apps from China store to meet deadline. **Reuters**, [S. l.], 31 dez. 2020. Disponível em: <https://www.reuters.com/article/us-apple-china-games-idUKKBN2950P1>. Acesso em: 22 maio 2022.

LINZMAYER, G. **O papel da iniciativa pública na produção nacional de games**. 2014. Dissertação (Mestrado em Imagem e Som) - Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2014.

LOBOV, K. How multimedia trademarks could kill cloned games. **Games Industry.biz**, [S. l.], 19 Feb. 2018. Disponível em: <https://www.gamesindustry.biz/multimedia-trademarks-kill-cloners>. Acesso em: 21 jun. 2022.

LONDRES. Crown. **How your unregistered designs are protected**. Londres: OGL, [2022]. Disponível em: <https://www.gov.uk/unregistered-designs>. Acesso em: 21 jun. 2022.

LONGO, W. (coord.). **HubCG**. São Paulo: Unimark, 2021. Disponível em: https://www.hubcg.gg/wp-content/uploads/2022/03/HubCG-White_Paper.pdf. Acesso em: 12 jan. 2022.

LUZ, A. R. da. **Comitê Lula Play**: proposta do setor de games ao programa de governo de Lula e Alckmin. São Paulo: [s. n.], 2022.

MANSOOR, I. Q. B. A. L. App Revenue Data (2022). **Business of Apps**, Staines-upon-Thames, 9 jan. 2020. Disponível em: businessofapps.com/data/app-revenues. Acesso em: 18 jul. 2022.

MARQUES, J. P. F. R. Patentes de programas de computador e de sistemas informáticos de jogos eletrônicos: patentes de métodos de exercício de atividades econômicas?. **Revista de Propriedade Intelectual**, Aracaju, v. 10, n. 1, p. 1-46, 2016.

MATOS, U. S.; GOMIDE, J. V. B. Editais do Ministério da Cultura e impacto na indústria de games brasileira. In: SBGAMES, 14., 2015, Teresina. **Proceedings** [...]. Teresina: SBC, 2015. p. 118 – 122.

MEITZLER, R. Xbox Game studios -- here are microsoft's 23 first-party studios to date. **DualShockers**, St. Laurent, 25 set. 2020. Disponível em: <https://www.dualshockers.com/xbox-first-party-game-studios-list-microsoft/>. Acesso em: 21 jan. 2022.

MENDONÇA, R. **Videogames, memória e preservação de seu registro histórico-cultural no Brasil**. 2019. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: <http://ridi.ibict.br/bitstream/123456789/1038/1/MENDON%20A%20Rafael%20de%20Souza%20-%20Videogames%20mem%20ria%20e%20preserva%20a%20a3o...%20%5bMestrado%20IBICT%5d.pdf>. Acesso em: 18 jul. 2022.

MENESES, G. Saberes em jogo: a criação do videogame Huni Kuin: Yube Baitana. **GIS: Gesto, Imagem e Som**, São Paulo, v. 2, n. 1, p. 83- 109, 2017.

MFS Insights: the rise of intangibles. **Sun Life Global Investments**, Toronto, 14 abr. 2021. Disponível em: <https://www.sunlifeglobalinvestments.com/en/insights/commentary/portfolio-insights/mfs-insights-the-rise-of-intangibles/>. Acesso em: 18 jul. 2022.

MICHIGAN. United States District Court. **532 F. Supp. 2d 884**. The Romantics vs. Activision Pub. Michigan: United States District Court, 22 Jan. 2008. Disponível em: <https://casetext.com/case/the-romantics-v-activision-pub>. Acesso em: 20 jun. 2022.

MOLDOVA. **Law on the protection of industrial designs no. 161-XVI of July 12, 2007**. Chisinau: Chairman of Parliament, 2007. Disponível em: <https://wipo.lex-res.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/en/md/md042en.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2022.

MULLER, M. Ancine acaba com PRODAV, some com arrecadação e não quita editais. **Papo de Cinema**, [S. l.], 10 dez. [2021]. Disponível em: <https://www.papodecinema.com.br/noticias/ancine-acaba-com-prodav-some-com-arrecadacao-e-nao-quita-editais/>. Acesso em: 20 dez. 2021.

NEALON, A. Iron Maiden's trademark test. **Patent Arcade**, [S. l.], 30 Mayo 2019. Disponível em: <http://patentarcade.com/tag/iron-maiden>. Acesso em: 21 jun. 2022.

NEW YORK. United States District Court Southern. **Case 1:17-cv-08644-GBD-JLC**. AM General LLC Vs. Activision Blizzard, INC. New York: United States District Court, 31 Mar. 2020b. Disponível em: https://www.aipla.org/docs/default-source/news/am-general-llc-v-activision-blizzard-inc.pdf?sfvrsn=7f1d561d_0. Acesso em: 20 jun. 2022.

NEW YORK. United States District Court. **449 F.Supp.3d 333**. SOLID OAK SKETCHES, LLC, Plaintiff-Counterdefendant, Vs. 2K GAMES, INC. and Take-Two Interactive Software, Inc., Defendants-Counterclaimants. New York: United States District Court, 26 Mar. 2020a. Disponível em: https://scholar.google.com.br/scholar_case?case=2561246136859511135&hl=en&as_sdt=2006. Acesso em: 20 jun. 2022.

NEWZOO. **Brazilian games market consumer insights**: Brazil's mobile players are likelier to play competitive & midcore games. [Amsterdam]: Newzoo, 20 nov. 2020a. Disponível em: <https://newzoo.com/insights/articles/brazilian-games-market-consumer-insights-brazils-mobile-players-are-likelier-to-play-competitive-midcore-games>. Acesso em: 20 dez. 2020.

NEWZOO. **Global games market report**. Amsterdam: Newzoo Games, 2020b.

NEWZOO. **Newzoo global games market report 2021**. [Amsterdam]: Newzoo, 2021. Disponível em: <https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoo-global-games-market-report-2021-free-version>. Acesso em: 20 jun. 2022.

NEWZOO. **Newzoo global games market report 2022**: free version. [Amsterdam]: Newzoo, 2022. Disponível em: <https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoo-global-games-market-report-2022-free-version>. Acesso em: 20 ago. 2022.

NEWZOO. **Top 10 countries markets by game revenues**. [Amsterdam]: Newzoo, [2021]. Disponível em: <https://newzoo.com/insights/rankings/top-10-countries-by-game-revenues>. Acesso em: 20 jun. 2021.

OLIVEIRA, J. K. de. Uma análise crítica do edital Jogos BR 2004 para a compreensão do mercado brasileiro de jogos eletrônicos. **Revista Geminis**, São Carlos, v. 3, n. 2, p. 121-153, 2012.

PATENT expert issues: layout designs (topographies) of integrated circuits. Geneva: Wipo, [2022]. Disponível em: https://www.wipo.int/patents/en/topics/integrated_circuits.html. Acesso em: 20 jun. 2022

PATENT OFFICE FOR EUROPE. **Welcome to the Patent Index 2021**. Munich: EPO, 2021. Disponível em: <https://www.epo.org/about-us/annual-reports-statistics/statistics/2021.html>. Acesso em: 20 jun. 2022.

PENNAFORT, R. Indústria de games no Brasil cresce 30% e já chega a quase mil títulos. **O Globo**, São Paulo, 19 maio 2019. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/industria-de-games-no-brasil-cresce-30-ja-chega-quase-mil-titulos-23676660>. Acesso em: 29 out. 2020.

PEREIRA, S. K. **O videogame como esporte**: uma comparação entre esportes eletrônicos e esportes tradicionais. 2014. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Comunicação) - Universidade de Brasília, Brasília, 2014. Disponível em https://bdm.unb.br/bitstream/10483/9385/1/2014_SilvioKazuoPereira.pdf. Acesso em: 23 jun. 2021.

PERUCIA, A. S. **Estratégias colaborativas na indústria brasileira de jogos eletrônicos**. 2008. Dissertação (Mestrado) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2008. Disponível em: http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/DetalheObraForm.do?select_action=&co_obra=117249. Acesso em: 12 abr. 2022.

PESQUISA games Brasil 2022. 9. ed. São Paulo: PGB, 2022. Disponível em <https://materiais.pesquisagamesbrasil.com.br/2022-painel-gratuito-pgb22>. Acesso em: 27 jul. 2022.

PIECHÓWKA, A. When video games meet IP Law. **WIPO Magazine**, Geneva, v. 2, 2021. Disponível em: https://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2021/02/article_0002.html. Acesso em: 21 jun. 2022.

PIMENTEL, I. As Limitações do direito autoral. *In*: UM CASO de arte. Rio de Janeiro, 1 abr. 2022. Disponível em: <https://umcasodearte.com.br/Artigos/as-limitacoes-do-direito-autoral/as-limitacoes-do-direito-autoral.html>. Acesso em: 26 maio 2022.

PIMENTEL, I.; BORGES BARBOSA, P. Jogos eletrônicos e o desenho industrial no Brasil, marcas e design: a proteção do intangível na economia criativa. *In*: CESÁRIO, K. P. F.; CÂMARA, V. B. **Marcas e design**: a proteção do intangível na economia criativa. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2022. p.123-144. (Coleção direito e novas tecnologias).

PLAYMOVE. **Um ecossistema, diversas soluções**. Blumenau: Playmove, [2022]. Disponível em: <https://playmove.com.br/>. Acesso em: 26 maio 2022.

PORTO DIGITAL. **História**. Recife: Porto Digital, [2022]. Disponível em: <https://www.portodigital.org/paginas-institucionais/o-porto-digital/historia#>. Acesso em: 20 jun. 2022.

PORTUGAL. **Decreto n.º 52/91 31 de Julho de 1991.** Convenção de Munique sobre a Patente Europeia. [Lisboa]: Presidência da República, 1991. Disponível em: http://bdjur.almedina.net/citem.php?field=node_id&value=2087915. Acesso em: 20 jun. 2022.

PRESENÇA da GLI no Brasil serve para capacitar sobre a importância da regulação e certificação. **GMB**, [S. l.], 18 out. 2022. Disponível em: <https://www.gamesbras.com/cassinos/2022/10/18/presena-da-gli-no-brasil-serve-para-capacitar-sobre-importancia-da-regulao-certificacao-33365.html>. Acesso em: 28 out. 2022.

PRIMERA generación de videoconsolas (I): Magnavox Odyssey. **Talentec**. Lucena, 16 Ene, 2019. Disponível em: <https://talentec.es/primer-generacion-de-videoconsolas-i-magnavox-odyssey/>. Acesso em: 15 fev. 2021.

PROPRIEDADE intelectual - topografia de circuitos integrados. Kelly Bruch. [S. l.: s. n.], 2017. 1 video (4 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=uWbBvLk2Npw>. Acesso em: 26 maio 2022.

QINTESS. **Conheça as startups selecionadas na edição 2020.** [São Paulo]: Quintess, 2020. Disponível em: <https://qintess.com/ignite-2020>. Acesso em: 26 maio 2022.

QUEIROZ, F. A. **O registro do desenho industrial de interfaces gráficas de usuário no Brasil.** 2020. Dissertação (Mestrado em Propriedade Intelectual e Inovação) - Academia do Instituto Nacional da Propriedade Industrial, Rio de Janeiro, 2020.

RAMELLO, G. B. What's in a sign? Trademark law and economic theory. **Journal of Economic Surveys**, [s. l.], v. 20, n. 4, p. 547-565, 2006.

RAMOS, A.; LÓPEZ, L.; RODRÍGUEZ, A.; MENG, T.; ABRAMS, S. **The Legal Status of Videogames: comparative analysis in national approaches.** Geneva: WIPO, 2013.

RECENA, M. G. L. **A proteção de jogos eletrônicos no Brasil: análise dos elementos visuais no caso Zynga V. Vostu.** 2019. Dissertação (Mestrado em Direito) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019.

ROACH, J.; PARRISH, K. What is cloud gaming?. **Digitaltrends**, Portland, 29 mar. 2021. Disponível em: <https://www.digitaltrends.com/gaming/what-is-cloud-gaming-explained/>. Acesso em: 30 jun. 2021.

ROMANI, A. Magazine Luiza lança braço de games e publica três jogos para celular. **CNN Brasil**, São Paulo, 24 ago. 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/business/magazine-luiza-lanca-braco-de-games-e-publica-tres-jogos-para-celular/>. Acesso em: 30 set. 2022.

ROUSSEAU, J. Brazilian games market to hit \$2.3bn in 2021 - Newzoo. **Games Industry.biz**, [S. l.], 5 maio 2021a. Disponível em: <https://www.gamesindustry.biz/brazilian-games-market-to-hit-23bn-in-2021-newzoo>. Acesso em: 20 jun. 2021.

ROUSSEAU, J. Chinese government tightens video game restrictions. **Games Industry.biz**, [S. l.], 30 set. 2021b. Disponível em: <https://www.gamesindustry.biz/chinese-game-studios-to-navigate-new-regulations-for-approval>. Acesso em: 22 maio 2022.

SAGRADI, R. Quais são os unicórnios brasileiros de 2021? **AceStartups**, São Paulo, 7 jan. 2020. Disponível em: <https://acestartups.com.br/quais-sao-os-unicornios-brasileiros/>. Acesso em: 29 out. 2020.

SAKUDA, L. O.; FORTIM, I. (org.). **2º Censo da indústria brasileira de jogos digitais**. Brasília: Ministério da Cultura, 2018.

SANTOS, R. N. **Reserva do mercado de informática**: a experiência brasileira de 1971 a 1992. 2008. Monografia – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.

SÃO PAULO (Estado). Tribunal Regional Federal da 3ª Região. **Habeas Corpus: HC 03000233663 2012.03.00.023366-3 - Decisão Monocrática**. Recorrente: Fernando Costa Oliveira Magalhães. Recorrido: Juízo Federal da 2ª Vara Criminal São Paulo. Relator: Desembargador Luiz Stefanini, 10 de agosto de 2012. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/trf-3/22266634/decisao-monocratica-22266635>. Acesso em: 21 jun. 2022.

SCOLA, A. Netflix Games recebe seu 1º jogo brasileiro. **Tecmasters**, [S. l.], 3 dez. 2021. Disponível em: <https://tecmasters.com.br/netflix-games-recebe-seu-1o-jogo-brasileiro/>. Acesso em: 3 jan. 2022.

SENA, V. Streamer Gaules é contratado como head de gaming do KaBum!. **Exame**, [São Paulo], 30 mar. 2022. Disponível em: <https://exame.com/negocios/streamer-gaules-e-contratado-como-head-de-gaming-do-kabum/>. Acesso em: 12 jun. 2022.

SHEFF, D. **Game over**: how Nintendo conquered the world. New York, Vintage Books, 1994.

SILVA, B. Como os impostos afetam o preço dos videogames no Brasil. **Portal Jovem Nerd**, [S. l.], 28 ago. 2021, disponível em <https://jovemnerd.com.br/direto-do-bunker/como-os-impostos-afetam-o-preco-dos-videogames-no-brasil/>. Acesso em: 8 maio 2022.

SILVA, L. A. **Começando um novo jogo**: indústria de games e políticas públicas. 2018. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação Políticas Públicas) - Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2018.

SINCLAIR, B. Gaming tax credits: a developer's guide to free money. **Games Industry.biz**, [S. l.], 24 maio 2013. Disponível em: <https://www.gamesindustry.biz/gaming-tax-credits-a-developers-guide-to-free-money>. Acesso em: 10 maio 2022.

SIWEK, S. **Video games in the 21st century**. Washington: Entertainment Software Association, 2017. Disponível em: <https://www.theesa.com/wp-content/uploads/2021/03/2017-EIR-National-Report.pdf>. Acesso em: 10 maio 2022.

STEFANUTO, G. N.; TIGRE, P. B (coord.). **Tecnologias de visualização na indústria de jogos digitais**: potencial econômico e tecnológico para a indústria brasileira de software. Campinas: Observatório Digital SOFTEX, 2005.

STIGLER, R. Ooey GUI: the messy protection of graphical user interfaces. **Journal of Technology and Intellectual**, Illinois, v. 12, n. 3, p. 212-252, 2014. Disponível em: <https://scholarlycommons.law.northwestern.edu/njtip/vol12/iss3/3>. Acesso em: 16 set. 2021.

TENNIS Clash: jogo PvP. [S. l.]: Google Play, 2022. 1 jogo eletrônico. Disponível em: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.tfgco.games.sports.free.tennis.clash&hl=pt&gl=US&pli=1>. Acesso em: 2 nov. 2022.

UNCTAD - UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT. **Creative economy**: report 2010. Geneva: UNCTAD: UN, 2010. Disponível em: https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103_en.pdf. Acesso em: 15 maio 2021.

UNIÃO EUROPÉIA. Pedido de decisão prejudicial apresentado pelo Oberlandesgerichts Düsseldorf (Alemanha) em 18 de janeiro de 2016 — Nintendo Co. Ltd/BigBen Interactive GmbH e BigBen Interactive AS. Processo C-25/16. Recorrente: Nintendo Co. Ltd. Recorrido: BigBen Interactive GmbH e BigBen Interactive AS. **Jornal Oficial da União Européia**: União Européia, p. C145/16, 25 abr. 2016. Disponível em: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/pt/TXT/PDF/?uri=uriserv%3AOJ.C_.2016.145.01.0016.01.POR. Acesso em: 21 nov. 2021

VALENTINE, R. Digital games spending reached US\$127 billion in 2020. **Gamesindustry.biz**, [S. l.], 6 jan. 2021. Disponível em: gamesindustry.biz/articles/2021-01-06-digital-games-spending-reached-USD127-billion-in-2020. Acesso em: 21 nov. 2021.

VALIATI, L.; MOLLER, G. **Economia criativa, cultura e políticas públicas**. Porto Alegre: Editora da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2016.

VAZ, A. J. M. **Modelos inovadores na indústria criativa de indie games**: uma análise do modelo organizacional da Indie House Brasília. 2017. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação Social) – Universidade de Brasília, Brasília, 2017.

VIDEOGAME. In: MICHAELIS. [São Paulo]: Melhoramentos, [2022]. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/palavra/YkXVd/videogame/>. Acesso em: 25 abr. 2022.

VIEIRA, A. **Conhecendo a mecânica de jogos: parte 01**. [S. l.]: IMasters, 2016. Disponível em: <https://imasters.com.br/desenvolvimento/conhecendo-mecanica-de-jogos-parte-01>. Acesso em: 25 abr. 2022.

VILA NOVA, D. Como o jeitinho brasileiro criou a indústria de games no Brasil. **Gamarevista**, São Paulo, 17 ago. 2021. Disponível em: <https://gamarevista.uol.com.br/cultura/ler-ouvir-ver/historia-da-industria-de-jogos-de-computador-no-brasil/>. Acesso em: 12 mar. 2022.

WALLIN, E. Tyler Ninja blevins net worth. **Wealthy Gorilla**, Tempe, [15 ago] 2022.

WDO - WORLD DESIGN ORGANIZATION. **Definition of industrial design**. Montreal: WDO, [2022]. Disponível em: <https://wdo.org/about/definition/>. Acesso em: 3 jan. 2022.

WHO – WORLD HEALTH ORGANIZATION. Addictive behaviours: gaming disorder. [Geneva]: WHO, 2018. Disponível em: <https://www.who.int/news-room/q-a-detail/addictive-behaviours-gaming-disorder>. Acesso em: 12 set. 2021.

WIPO – WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION. **Copyright**. Geneva: Wipo, [2022a]. Disponível em:

<https://www.wipo.int/copyright/en/#:~:text=What%20is%20copyright%3F,%2C%20maps%2C%20and%20technical%20drawings>. Acesso em: 25 abr. 2022.

WIPO – WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION. **Genetic resources, traditional knowledge and traditional cultural expressions**. Geneva: Wipo, [2022b]. Disponível em: <https://www.wipo.int/tk/en/>. Acesso em: 25 abr. 2022.

WIPO - WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION. **Global design database**. Geneva: Wipo, [2021]. Disponível em: <https://www3.wipo.int/designdb/en/>. Acesso em: 22 set. 2021.

WIPO – WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION. **Industrial Designs**. Geneva: Wipo, 2022d. Disponível em: <https://www.wipo.int/designs/en/>. Acesso em: 25 abr. 2022.

WIPO – WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION. **Summary of the WIPO copyright treaty (WCT)**. Geneva: Wipo, [2022c]. Disponível em: https://www.wipo.int/treaties/en/ip/wct/summary_wct.html. Acesso em: 25 abr. 2022.

WORLD Health Organization encourages playing video games during coronavirus pandemic. **WIFR**, Rockford, 29 mar. 2020. Disponível em: <https://www.wifr.com/content/news/World-Health-Organization-encourages-playing-video-games-during-coronavirus-pandemic-569200181.html>. Acesso em: 12 set. 2021.

WTO – WORLD TRADE ORGANIZATION. **Agreement on trade-related aspects of intellectual property rights**: part II — standards concerning the availability, scope and use of intellectual property rights. Uruguay: WTO, 1994. Disponível em: https://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/27-trips_04d_e.htm#:~:text=Article%2039&text=In%20the%20course%20of%20ensuring,in%20accordance%20with%20paragraph%203. Acesso em: 25 abr. 2022.

WTO – WORLD TRADE ORGANIZATION. **Intellectual property**: protection and enforcement. Geneva: WTO, 2022. Disponível em: https://www.wto.org/english/thewto_e/whatis_e/tif_e/agrm7_e.htm. Acesso em: 25 abr. 2022.

XAVIER, B. L.; ARAUJO, R. M. de; SANTOS, R. P. dos. Explorando o ecossistema de software de jogos digitais no Município do Rio de Janeiro. In: SBGAMES, 17., 2018, Foz do Iguaçu. **Proceedings** [...]. Foz do Iguaçu: SBGames, 2018. p. 1526-1533.

YIN-POOLE, W. The epic games store is getting a lot more popular. **Eurogamer**, Surrey, 28 jan. 2021. Disponível em: <https://www.eurogamer.net/the-epic-games-store-is-getting-a-lot-more-popular>. Acesso em: 25 abr. 2022.

ZAMBARDA, P. Levantamento aponta que há 13 associações regionais de games no Brasil. **Drops de Jogos**, [Minas Gerais], 31 jul. 2020. Disponível em: <https://dropsdejogos.uai.com.br/noticias/indie/lista-de-pesquisador-aponta-que-ha-11-associacoes-de-games-no-brasil/>. Acesso em: 9 jun. 2021.

ZAMBARDA, P. O primeiro game aprovado na Lei Rouanet não foi Toren, mas sim Game Comix. **Geração Gamer**, [S. l.], 20 abr. 2015. Disponível em:

<https://geracaogamer.com/2015/04/20/o-primeiro-game-aprovado-na-lei-rouanet-nao-foi-toren-mas-sim-game-comix/>. Acesso em: 9 jun. 2021

ZAMBON, P. S. **Brincadeira de gente grande**: os jogos eletrônicos no Brasil e as políticas públicas para o setor nos governos Lula e Dilma. 2012. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Comunicação Social) - Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2012.

ZAMBON, P. S. **Currículo Lattes**. [Rio de Janeiro]: CNPq, 2021. Disponível em: https://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?jsessionid=FD491B0191A213A762C3D2D0900C1DD4.buscatextual_5. Acesso em: 16 set. 2021.

ZAMBON, P. S.; CARVALHO, J. M. Origem e evolução das políticas culturais para jogos digitais no Brasil. **Políticas Culturais e Crise**, Salvador, v. 10, n. 1, p. 237-260, jan./jun. 2017.

ZAMBON, P. S.; CARVALHO, J. M. De software para audiovisual: as influências da Abragames na formulação de políticas públicas culturais para jogos digitais no Brasil. **Revista de Políticas Públicas**, São Luís, v. 22, n. 11, p.111-136, 2018.

ZAMBON, P. S.; CARVALHO, J. M. Grupos de interesse e políticas públicas: ABRAGAMES versus ACIGAMES. In: SBGAMES, 15., 2016, São Paulo. **Proceedings** [...]. São Paulo: SBC 2016. p. 1364- 1370.

ZOOBA: uma batalha multiplayer feroz. [S. l.]: Wild Life, 2022. 1 jogo eletrônico. Disponível em: <https://wildlifestudios.com/pt-br/jogos/zooba/#:~:text=Zooba%3A%20uma%20batalha%20multiplayer%20feroz,busca%20da%20domin%C3%A2ncia%20do%20zool%C3%B3gico>. Acesso em: 1 nov. 2022.

APÊNDICES

APÊNDICE A - Transcrição de depoimento de Pedro Zambon

27 de julho de 2022, via Whatsapp

“Eu acho que a questão da proteção do registro de marca, mas principalmente do jogo em si é que, primeiro, não tem normativa para *game design*.

Game design não é uma coisa que seja protegida por propriedade intelectual: uma mecânica específica não é uma coisa que você consegue proteger. O que você pode proteger são *assets* artísticos: personagem, música do jogo, a parte artística da obra, o código fonte - mas ao mesmo tempo o código fonte não serve para nada no sentido técnico da coisa, a não ser que seja a proteção de uma tecnologia muito específica de inteligência artificial, ou algo assim.

Na prática isso não é o que protege a propriedade intelectual de um jogo, e também tem muito direito internacional envolvido. Porque na verdade não adianta nada você proteger na justiça brasileira se um indiano, chinês, romeno americano etc. de um outro país copiar, vender o teu jogo, ou alguma coisa muito parecida com teu jogo. Essa empresa não tem representação no Brasil por óbvio e você não tem como fazer um processo. O máximo que você pode fazer é processar a plataforma que está distribuindo aquele jogo e pedindo para retirar, mas a regulação para tirar ou não aquele jogo do ar vai seguir não a legislação brasileira, mas as regras da plataforma. Então a legislação que vai ser seguida é a legislação da Steam, é a legislação da Nintendo, é a legislação da Sony....salvo obviamente uma judicialização, que o desenvolvedor independente não tem dinheiro para fazer. Eu diria tampouco o desenvolvedor mais consolidado porque o ganho econômico disso é muito baixo.

Então o grande debate disso tudo é que não está se protegendo a propriedade intelectual de jogos porque não muda nada proteger ou não. Porque ter o registro aqui no Brasil, obviamente quando se está falando sobre *franchising*, *naming*, *character* de jogo ou coisa assim. Mas as mecânicas de jogo em si não têm muito o que você possa fazer.

Inclusive isso é um tipo de coisa que faz com que a própria indústria tenha uma cultura do *remix*, uma cultura de práticas recombinantes muito altas. Então é inclusive comum você pegar um jogo, copiar a mecânica dele, fazer um ajuste incremental naquela mecânica, mudar a base de personagem e aquele é o teu jogo. Inclusive isso é uma técnica de *game design* muito utilizada, e é uma coisa muito difundida na indústria.

É muito tranquilo, inclusive na indústria, de você “copiar” alguns jogos para você modificar alguns detalhes dele para fazer outro jogo e assim por diante. E a própria lógica da indústria parte da ideia que os desenvolvedores independentes vão na disrupção inovativa do *game design* e o *mainstream* vai observar o que tem nessa fronteira disruptiva de *game design* e vai absorver aquilo que for sendo inovado.

Só que essas regras do jogo não têm como determinar que quem inventou - por exemplo- que pular em cima da cabeça do inimigo mata o inimigo é o Super Mario. Então eu vou proteger essa mecânica específica e ninguém pode fazer, por mais inovador que isso seja.

Por exemplo, o Super Hot foi um dos primeiros que teve a ideia de o tempo só correr quando você se movimenta, e isso gera uma mecânica diferente. Outros desenvolvedores olharam e falaram “nossa isso é muito legal!” e começaram a fazer nos jogos deles. O desenvolvedor do Super Hot tampouco se incomodou de isso estar acontecendo (estou obviamente fazendo uma presunção, não conheço o desenvolvedor, mas é pensando na lógica da indústria) porque isso é uma prática comum: você olha um jogo, gosta da mecânica, reproduz essa mecânica, modifica essa mecânica e lança seu jogo.

A única coisa que acontece muito, a gente está falando da produção de jogos independentes, é o que acaba mais acontecendo no mercado de jogos mobile para jogos casuais e hiper casuais: aí existe uma indústria da cópia mesmo. Então se o Candy Crush começa a fazer muito sucesso eu vou lançar imediatamente em seguida ao Candy Crush um jogo exatamente igual só que em vez de docinhos vão ser cristazinhos, e isso *ad infinitum*. Assim que um jogo começa a *bombar* no mercado para celular vai surgir um ou vários clones muito parecidos, com nomes muito parecidos, com mecânica muito parecida, para tentar fazer pessoas baixarem aquele jogo pensando que estão baixando o jogo anterior. E é muito difícil essa regulação do que é o jogo original, do que é um jogo secundário, se tem ajuste incremental ou não, se é simples cópia ou não, e qual é o nível do que faz algo ser ou não uma cópia do jogo.

Então a complexidade desse universo de registro de jogos é uma coisa bem complicada, porque no fim das contas onde você consegue atuar? Você consegue atuar no *naming*, na música, nos aspectos audiovisuais da obra, artísticos, no personagem, na arte..., mas nunca na alma do jogo em si, que é sua dinâmica de jogabilidade.

E tanto faz registrar o código a não ser que você desenvolva uma tecnologia muito própria de física, de partículas etc., dentro do teu jogo, o que é um caso muito raro. Até porque é muito caro, muito custoso você ter um desenvolvimento de uma tecnologia nova dentro do seu jogo, você normalmente usa *engines* prontas para montar suas dinâmicas de jogo, você fica à mercê dessa lógica do mercado e a verdade é que o desenvolvedor meio que já se acostumou que é assim que funciona a indústria e nem se preocupa se isso é uma questão ou não, eu acho que esse é o ponto mais polêmico da questão. “

APÊNDICE B - Relação de empresas levantadas em listas de desenvolvedoras cujo CNPJ não foi encontrado (nomes Fantasia)

	Nome Fantasia
1	1CDD
2	8DGames
3	Abdução
4	ABXY
5	Active Games
6	Actoon
7	Aduge Studio
8	Aiyra
9	ALC3 Studio
10	Alpaca Team
11	Ampy
12	Angelus Studius
13	Anta Games
14	Aplay studios
15	Arcaica
16	Arphix
17	Artreze
18	Asgardian AGES
19	Astral Game Studio
20	Atomic Rocket Entertainment
21	Atrativa Game House
22	Avilar Studio
23	Axiés Jogos Inteligentes
24	Bermuda Soft
25	Best, Col and Fun Games
26	Beta 2 Game Art & Development
27	Big Dog Games
28	Big Hut Games
29	Black JAK Studios
30	Blu47
31	Breaking Fingers
32	Broders
33	Broz
34	C2 Flag
35	Cabeção Music
36	Café Pensante
37	Caleta Gaming
38	Calibre Games
39	Canvas Games
40	Carranca Games
41	CatLabel Game Studios
42	Chuk Game Studio
43	Cofee & Coffee (Coffee'n coffee games)
44	Colinas Games
45	Color Cube

- 46 CompCult-Atelier de Computação & Cultura
- 47 Comunidades virtuais
- 48 Constelações
- 49 Cool Times
- 50 Countryside Games
- 51 Critical studios
- 52 Curreant Cat
- 53 Cute Army
- 54 Cyber Gambá
- 55 Delirus Entertainment
- 56 Delta Creatures
- 57 Deploy Games
- 58 desKompliKa Game Studio
- 59 DevWorks Game Technology
- 60 Division Five Studio
- 61 Double Left
- 62 Dreams on demand
- 63 Dynamic light
- 64 Educaderia
- 65 Embryo Games
- 66 Eons Games Entertainment
- 67 Epopeia Games
- 68 Everywhere Games
- 69 Extra Coin
- 70 Falcone Games
- 71 Fire Gecko Game Studio
- 72 Flockin
- 73 Flowkore
- 74 Freddy bear games
- 75 Fried Chinchilla Games
- 76 Frigate 215
- 77 Frontline Game Studio
- 78 FTApps
- 79 Funlogic
- 80 Funny break
- 81 Game Bu *gamer* studio
- 82 Game Designer Sincero
- 83 Game Developers SC
- 84 Genya Business Solutions
- 85 Gilp Studio
- 86 Gloob
- 87 GranaDa Studio
- 88 Graunder Jogos
- 89 Grey Dot Lab
- 90 Grotta Game Studio
- 91 Grupo Alves
- 92 Grupo de Pesquisa Comunidades Virtuais
- 93 Guilby Studio
- 94 Guinomo Comunicação empresarial
- 95 Half Hippo
- 96 Hammerfist Studios

- 97 Hard Coffee
- 98 High Scores
- 99 Hike a tale
- 100 iDev Mobile
- 101 Imaginetek
- 102 iMAX Games
- 103 Immersive Games
- 104 Inflammation Entretenimento
- 105 Initia
- 106 Insert Life Games
- 107 Insolita Studios
- 108 Instal Games
- 109 iPicnic
- 110 Jetta
- 111 Jogability
- 112 Kairos Game Studio
- 113 Karnak Games
- 114 Kayumo
- 115 Kidoteca
- 116 Kiduca
- 117 Kimeris Labs
- 118 Kukoala Game Studio
- 119 Kunjee
- 120 Lab5 studio
- 121 Laboratório de objetos de aprendizagem
- 122 Laboratório Jogaai
- 123 LabTEVE-UFPB
- 124 Lava Leak Games
- 125 Legião Jogos
- 126 Lemonworks Interactive
- 127 Light Shaft
- 128 little Giants Studio
- 129 Little Leds
- 130 LocZ Tecnologia Multimídia
- 131 Ludema Game Studio
- 132 Luderja
- 133 Ludo Educativo
- 134 Ludohood Studios
- 135 Lumentech
- 136 Mad Cat
- 137 mad Viking
- 138 Mafu Games
- 139 Magistral Games
- 140 Manic Mind Game Lab
- 141 Mind Trick Studio
- 142 MiniBoss
- 143 Mobits
- 144 Mopix Games
- 145 Mukutu Game Studio
- 146 Mura Studio
- 147 Myths Untold

148	Neuro Games
149	New Games
150	NewCreat Games
151	Newcreat games
152	No Pain no Games
153	Nomind Game Studios
154	Nuk Games
155	Númera
156	Oba books
157	Octosquare studios
158	Oni
159	Oni
160	Oniric Pixel
161	Outline Interactive
162	Overpower Studios
163	Owl Game Studio
164	Panela games
165	Papagaio
166	Papprika
167	Pedala Games
168	Perceptum
169	Pink Array
170	Pixel Game studio
171	PixelHive
172	Pixfrontier
173	Pixhitt Entretenimento
174	Plano D Games
175	Playful/Brainon
176	Playlab Studios
177	Playlore Gameworks
178	Playmonkey Games
179	Plug & Boom
180	Polus interactive
181	Porreta Games
182	Proage
183	Proto Thunder
184	Preloud
185	Prima Materia
186	Puro Game
187	PXLDJ Soundworks
188	Quantix Games
189	Rapp'S Studio
190	Rebouças Inc.
191	Recife 3D animation
192	Games Development
193	Rdein
194	Retromaze
195	Reverse Studios
196	Revolver Game Studio
197	Riachuelo Games
198	Rogue Fairy Studios

199	Rowbots
200	Rubikisoft
201	Samaritan Studios
202	Sen-Sen Games
203	Sinergia studios
204	Sinextra Game Studio
205	SitNPlay Games
206	Sollipsis Interactive
207	Southlogic Studios
208	Stais Studio
209	Staridia Softworks
210	Stormfree Studios
211	Studios Gabriel
212	Sulistas
213	Sun Black
214	Swordtales
215	Sylic Games
216	Tabuleiro
217	TappArt
218	Tapps
219	Teczelt
220	Tendi
221	Tendrils Entertainment
222	Time Galleon Visual Novels
223	Tlön Studios
224	Tiú Game Studio
225	Torch Games
226	Tormenta Studios
227	Translanjunior
228	Trapcat
229	Tree House Studios
230	Trendstockbr
231	Triskele Studio
232	Trixter Interactive
233	TryGroup
234	Tsubasa
235	Twisted Key Entertainment
236	Um Pulo
237	Undevs
238	Unique Entretenimento Digital
239	Unlight Studio
240	Urizen Technology
241	UTEI
242	Vaca Roxa
243	Vanilla Mage
244	Version Zero
245	Vincio Studios
246	Virgo games studios
247	Virtual Sense
248	Vnil
249	We Love Quiz

- 250 Weendie Games
- 251 White Vortex
- 252 Wiz Technologies
- 253 Whalesoft Entertainment
- 254 Woot tech
- 255 Zeley Studios
- 256 Zero Duo
- 257 Zodiaco
- 258 Zogui Game Studio
- 259 Z80 software

APÊNDICE C - Relação de empresas levantadas em listas de desenvolvedoras cujo CNPJ foi encontrado, mas não apresentavam atividades relacionadas com o desenvolvimento de games em seu CNAE

	Nome Fantasia	Nome Social	Atividade principal	CNPJ	Situação
1	2Dverse Studio	Wagner Ariej Janelli Tamborin	5819100	25.067.508/0001-38	baixada
2	44 Bico Largo	44 Bico Largo Comercial Ltda.	5911199	01.287.007/0001-07	ativa
3	Action Game Studio	Action Games Ltda.	9200301	41.730.912/0001-04	baixada
4	Aennova	Aennova Sistemas Ltda.	8299799	04.589.791/0001-98	inapta
5	Aeria Games	Playnext do Brasil Serviços Digitais Ltda.	6319400	12.563.702/0001-62	baixada
6	AGTA Studios	AGTA Assessoria Empresarial Ltda.-ME	8299799	05.599.770/0001-16	baixada
7	Akan Tecnologia Educacional	Ikan Technology Brasil Ltda.	4752100	43.945.531/0001-60	ativa
8	Anima Games	Fabiano Pariz	4753900	36.287.216/0001-27	ativa
9	Aureas Game Studio	Guilherme Alan Johann	5912099	35.303.321/0001-40	ativa
10	Banana Games	Oswaldo Casella Netto Eireli	4763601	06.301.452/0001-90	ativa
11	Beaver Games	Emerson Limana 03269552084	5912099	41.325.048/0001-57	ativa
12	Besro Enterprise	Hiago Kayke Costa Truta	7319003	28.263.287/0001-61	baixada
13	Bitcrafters Inc.	Bitcrafters Desenvolvimento Informática e Programação S/S Ltda.	6311900	05.948.076/0001-67	ativa
14	Box2Box	Francisco Carvalho Nin Ferreira 42627750895	5819100	22.252.227/0001-67	baixada
15	BT Arts	BT RTS Produções Ltda.	8230001	19.196.580/0001-62	ativa
16	Bragi Estúdios	Irlan Santos Nascimento	3240099	30.854.060/0001-32	ativa
17	Brave Wolf Studio	Augusto Marques Coelho - Serviços de Tecnologia da Informação	6311900	30.456.567/0001-38	baixada
18	Cardano	Cardano Eletro Ltda.	4752100	37.802.254/0001-33	ativa
19	Continuum	Continuum entertainment Ltda.	6209100	02.330.247/0001-00	baixada
20	Contra Labs	Victor Rubens Cardozo	3240099	21.026.336/0001-01	baixada
21	Criapolis Inteligência Criativa	Fabiano Ferreira 26606548837	5819100	16.780.328/0001-08	ativa
22	Editora Ludo	Editora Ludo Eireli	4761001	13.467.555/0001-90	ativa
23	Eleven Dragons Entertainment	Eleven Dragons Entretenimento Ltda.	5911101	24.894.745/0001-00	ativa
24	ENE Solutions	Ene Solutions Comércio & Design Digital Ltda.	7319099	08.763.842/0001-07	inapta
25	Final Boss	Finalboss Informática Ltda.	6209100	03.890.840/0001-65	inapta
26	Garoa Fina Games	Gabriel Francisco de Oliveira	9001902	30.146.981/0001-40	ativa
27	Gdverse	Bruno Ferreira Medeiros	5819100	29.264.849/0001-54	ativa

28	Heads or Tails Games	C. C. Tassini Games	4763601	19.904.673/0001-02	baixada
29	Historic Games	Everton Rodrigues de Sousa	9511800	40.983.307/0001-74	ativa
30	Icon Games	Ayran de Freitas Andrade	4751201	41.847.653/0001-98	ativa
31	Ilinx Arte e Cultura	Leonardo H. L. Falcão Arte E Cultura	9001999	14.503.925/0001-60	baixada
32	Iluminuras Estúdio de Animação	Iluminuras Estúdio de Animação e Filmes Ltda.	5912099	20.240.711/0001-40	ativa
33	Imaginer Studios	Tiago Aguiar Tavares 09787592496	5819100	24.499.368/0001-04	ativa
34	Indigo arts	Indigo Arts Eireli	6209100	23.485.215/0001-45	baixada
35	Info Jr	Info Jr Informática Eireli	4751201	09.289.344/0001-37	ativa
36	Inside Games	Inside Games Ltda.	4763601	20.390.186/0001-40	ativa
37	Integral Games	Jesse Pereira de Oliveira 03546058364	7722500	29.671.409/0001-11	inapta
38	Invader Games	Arnaldo Brine Ribeiro Informática	4763601	26.103.791/0001-79	ativa
39	Ipanema Games	630- Comercio de Artigos Eletrônicos Ltda.	7729201	04.067.466/0001-65	baixada
40	Jmberaldo Criações	Jm Beraldo Criações Ltda.	5811500	15.647.826/0001-14	baixada
41	Kawaii Games	Heglae Malheiros Maia 05749331741	5912099	27.333.147/0001-50	ativa
42	Kekis Games	Edson Kekis 04560821909	4763601	24.679.804/0001-27	ativa
43	LEOSoft Cia. de Informática	Maria Laudir de Oliveira	4751201	04.345.953/0001-42	inapta
44	Life Games	A M Rissato Acessórios	4757100	19.381.456/0001-77	ativa
45	Locomotive Mobile	Aecio Lima Ribeiro	9511800	10.828.328/0001-54	ativa
46	Logan Game Studio	Logan Games Comércio de Games e Eletrônicos Ltda.	4753900	11.397.997/0001-81	inapta
47	Lptech	Lptech Comércio Importação Exportação de Máquinas e Equipamentos Eletrônicos Ltda.	4663000	44.124.110/0001-30	ativa
48	Lptech Business Solutions	Loyal Praise Informática e Produções Audiovisuais Ltda.	6319400	10.598.649/0001-00	ativa
49	Ludens Artis	Ludens Produções Artísticas e Cinematográficas Ltda.	9001999	11.580.092/0001-42	ativa
50	Lunn Creative	Altair Gonçalves Correa Júnior 01740233670	8599603	24.169.927/0001-18	ativa
51	Mauricio de Souza Produções	Mauricio de Souza Produções SA	5911199	47.257.902/0001-71	ativa
52	Molotov Studio	Molotov Studio Comunicação e Design Ltda.	6209100	09.138.716/0001-24	baixada
53	Ninja Garage	Rafaella Ryon Cirillo Renos 04919379463	1821100	34.930.194/0001-46	ativa
54	Oficina Lúdica	Escola Oficina Lúdica S/C Ltda.	8541400	00.241.978/0001-45	baixada
55	Oniric Pixel	João Rodrigues da Cunha Júnior	8599699	33.494.967/0001-26	ativa
56	Overclock studios	Daniel de Marco Tavares Chiapetta	9511800	21.847.126/0001-76	ativa
57	Ovni studios	Vitor Lucianeti do Nascimento 06940008411	5819100	37.017.071/0001-07	baixada
58	P8G Studio	Player 8 Games Studio Desenvolvimento Ltda.	6201501	22.607.273/0001-31	ativa
59	Pixfly	Pixfly Participações Eireli	6463800	29.078.670/0001-02	baixada
60	Pixtoy	Pixtoy Desenvolvimento Ltda.	6319400	16.729.396/0001-42	baixada
61	Playlearn	Play Learn Work Soluções e Consultoria Ltda.	7020400	11.076.137/0001-46	baixada

62	Quarup Informática e Games	SJS Mesquita	4751201	07.723.054/0001-24	inapta
63	Riftpoint Entertainment	Joarez Ceccato Santini	5819100	24.852.019/0001-24	ativa
64	Romeu e Julieta	Romeu & Julieta Estúdio de Ilustração, Produção Cinematográfica de Animação Ltda.	5911102	09.330.764/0001-10	ativa
65	RuVe Software	Ruve Software Ltda.	6202300	22.745.372/0001-80	ativa
66	Sioux group	Sioux Social Agência de Publicidade Ltda.	7311400	19.614.018/0001-01	ativa
67	Spark Lab	Lab Comunicação Ltda.	8299799	03.831.999/0001-09	ativa
68	Sr. Games	Rodrigo Gomes Donato Simão 09738296641	7729201	19.191.530/0001-92	inapta
69	Studio 85	Vinicius Lima de Almeida	3240099	35.789.909/0001-55	ativa
70	Super8Prod	Super 8 Produções Ltda.	5911102	17.476.845/0001-50	inapta
71	Supernova Game studio	Daniel Batista Gomes 33678321895	4762800	21.252.972/0001-43	baixada
72	Too Nerd to die	Thiago Estevão da Silva 37810301802	4763601	24.610.251/0001-56	baixada
73	YoHo Musik Arsenal	Luiz Paulo Pereira Reolon 02935885031	5912099	19.150.977/0001-13	ativa
74	Yotta Apps	Yotta Comunicações Digitais Ltda.	6190601	13.995.892/0001-50	ativa
75	Zanardi & Liza	Leonardo Junqueira Zimbres de Castro 00718230183	3240099	20.878.038/0001-79	extinta

APÊNDICE D - Relação de empresas levantadas em listas de desenvolvedoras cujo CNPJ foi encontrado, não apresentam atividades relacionadas com o desenvolvimento de games em seu CNAE, mas são reconhecidas como desenvolvedoras

	Nome Fantasia	Nome Social	Atividade principal	CNPJ	Situação	Obs
1	Anima Games	Fabiano Pariz	4753900	36.287.216/0001-27	ativa	se apresenta como game <i>developer</i> no site https://www.animagames.com.br/
2	Beaver Games	Emerson Limana 03269552084	5912099	41.325.048/0001-57	ativa	não tem atividades relacionadas com desenvolvimento de games mas desenvolve https://beaver.games/
3	Bitcrafters Inc.	Bitcrafters Desenvolvimento Informática e Programação S/S Ltda.	6311900	05.948.076/0001-67	ativa	desenvolveu Jessy - Ein Zirkusferd in Not - https://www.mobygames.com/game/jessy-ein-zirkusferd-in-not
4	Bragi Estúdios	Irlan Santos Nascimento	3240099	30.854.060/0001-32	ativa	se apresenta como desenvolvedora - https://bragiestudios.com/
5	Kawaii Games	Heglae Malheiros Maia 05749331741	5912099	27.333.147/0001-50	ativa	se apresenta como desenvolvedora - https://www.kawaiiigames.net/
6	Lunn Creative	Altair Gonçalves Correa Júnior 01740233670	8599603	24.169.927/0001-18	ativa	se apresenta como desenvolvedora https://pt-br.facebook.com/LunnCreative/
7	Mauricio de Souza Produções	Mauricio de Souza Produções SA	5911199	47.257.902/0001-71	ativa	desenvolve games e apps https://turmadamonica.uol.com.br/home/#gameseapps
8	Oniric Pixel	João Rodrigues da Cunha Júnior	8599699	33.494.967/0001-26	ativa	se apresenta como desenvolvedora https://www.facebook.com/oniricpixel/
9	Riftpoint Entertainment	Joarez Ceccato Santini	5819100	24.852.019/0001-24	ativa	tem jogo publicado https://dropsdejogos.uai.com.br/noticias/indie/indie-arena-booth-tem-demos-gratuitas-de-mais-de-270-jogos-indies/
10	Studio 85	Vinicius Lima de Almeida	3240099	35.789.909/0001-55	ativa	se apresenta como desenvolvedoras em https://www.instagram.com/studio85games/

APÊNDICE E - Relação de desenvolvedoras levantadas com CNPJ identificado e com atividades principais ou secundárias relacionadas com o desenvolvimento de videogames: resultados das buscas nas bases de marcas e desenhos industriais do INPI

	Nome Fantasia	Nome Social	Atividade principal	CNPJ	DIs	Marca	Situação
1	127 MI	127 MI Comunicação Eireli	6201502	16.701.312/0001-62	0	0	ativa
2	14Bits	14 Bits Publicidade e Propaganda Ltda..	7311400	02.568.693/000-149	0	2	ativa
3	2 Mundos	2Mundos Brasil Jogos Sociais SA	6203100	12.132.953/0001-92	0	2	ativa
4	2Creative Game Studio	2Creative Game Studio Ltda.	6203100	17.153.980/0001-65	0	0	baixada
5	3 Monkeys Interactive Studio	3 Monkeys Interactive Studio Ltda.	8299799	17.090.616/0001-01	0	0	ativa
6	3DVoyage	i3d Desenvolvimento de Aplicativos de Informática Ltda. - ME	6201501	13.836.545/0001-84	0	1	ativa
7	40 Giants Entertainment	40 Giants Serviços de Criação em Artes Gráficas e Eletrônicas LTDA.	6203100	36.735.484/0001-64	0	0	ativa
8	44 Interactive (44Toons!)	44 Entretenimento Interativo Desenvolvimento de Software LTDA.	6201501	26.651.887/0001-71	0	0	ativa
9	8 e 7 Mídias	8 e7 Mídias Interativas Ltda.	9511800	18.328.756/0001-20	0	0	inapta
10	99lab	Nine Nine Lab Tecnologia Ltda.	6201501	25.011.601/0001-20	0	0	ativa
11	9heads Games Studios	9heads-Criação e Desenvolvimento de Jogos Eletrônicos Ltda.	6203100	15.619.260/0001-17	0	0	ativa
12	Adhoc Games	Adhoc Games Desenvolvimento e Licenciamento de Jogos Eletrônicos Ltda.	6203100	23.157.164/0001-22	0	0	baixada
13	Afterverse	Afterverse Games Ltda.	6201501	41.109.483/0001-44	0	0	ativa
14	Agência VM2	Agência VM2 Interatividade Digital Ltda.	6319400	00.920.941/0001-43	0	0	ativa
15	AKOM Studio	Akom Studio Ltda.	5911101	29.320.102/0001-76	0	4	ativa
16	Alba Studios	Johnnathan de Oliveira Albano	7420001	17.129.595/0001-82	0	0	ativa
17	Among Giants	Thiago Ferranti Girello	6203100	23.256.244/0001-35	0	0	ativa
18	Animvs Game Studio	Animvs Game Studio Ltda.	6203100	22.485.636/00010-3	0	0	ativa
19	Antworks studio	Antworks Consultoria e Desenvolvimento de Software Ltda..	6201501	19.298.685/0001-22	0	0	baixada
20	Aoca Game Lab	AGL Desenvolvimento de Programas Ltda. - ME	6203100	37.492.085/0001-82	0	0	ativa
21	Aquiris	Acquiris Game Studio SA	6201501	07.358.694/0001-82	0	6	ativa
22	Arata Technologies	Leonardo Arata Tecnologia da Informação Ltda.	6209100	3.7976.455/0001-57	0	0	ativa

23	Arcolabs	Arcolabs Arte e Código Laboratório de Inovação e Serviços Ltda.	6201501	23.964.264/0001-60	0	0	inapta
24	Arena Game Studio	Arena Desenvolvimento de Jogos e Aplicativos Ltda.	6203100	22.086.150/0001-00	0	0	inapta
25	ArtDaggers Outsourcing Studio	Artdaggers Design Terceirizado para Jogos Ltda./ Artdaggers	6201501	34.394.368/0001-01	0	0	ativa
26	Arvore	Árvore Digital Entretenimento em Mídia e TV EIRELI	7312200	09.074.529/0001-24	0	0	ativa
27	Asantee Games	Dk Game Dev. Serviços de Informática	6203100	25.165.518/0001-06	0	1	ativa
28	Asnis Apps	Fabio Asnis Campos da Silva	6203100	18.080.089/0001-09	0	0	ativa
29	Astrum Games	Daniel Fernandes Ribeiro	3240099	32.002.816/0001-40	0	0	ativa
30	Atlantis Studios	Atlantis Studios Desenvolvimento De Software Ltda.	6203100	02.463.365/0001-88	0	0	baixada
31	Aton Game Studio	Aton Game Studio	6201501	25.255.596/0001-00	0	0	ativa
32	Audax Dreams	Audazes Informática Ltda.	6203100	10.779.774/0001-16	0	0	ativa
33	Aurecas!	Aurecas Desenvolvimento de Games Ltda.	6201501	32.927.682/0001-79	0	1	ativa
34	B4T Games	B4T Games Tecnologia	6203100	28.745.208/0001-59	0	0	ativa
35	Baby Owl Studios	Okl Development Studio Ltda.	6203100	26.167.253/0001-48	0	0	ativa
36	Bad Coffee Games	Renato Souto Maior	3240099	40.175.719/0001-88	0	0	ativa
37	Bad Minions Game Studio	Bad Minions G S Ltda.	6202300	21.708.679/0001-48	0	0	ativa
38	Badjano Entertainment	Badjano Entertainment Soluções em Softwares Ltda.	6201501	14.787.481/0001-31	0	0	ativa
39	BagDev Studios	Moizés Augusto Lopes Pinheiro Júnior	9511800	34.753.946/0001-40	0	0	baixada
40	Beegames	Beegames Desenvolvimento de Softwares e Jogos Ltda.	6203100	10.506.618/0001-81	0	0	inapta
41	Beelieve	Beelieve Gestora de Sistemas de Franquias e Aceleradora de Resultados Digitais Ltda.	7319003	10.341.952/0001-22	0	0	ativa
42	Beenoculus	Beenoculus Tecnologia Ltda.	6203100	21.867.598/0001-90	0	1	ativa
43	Behemutt	Behemutt Jogos Digitais e Desenvolvimento Ltda.	6202300	26.368.848/0001-61	0	0	ativa
44	Behold Studios	BS Jogos Eletrônicos Ltda.	6203100	15.565.034/0001-09	0	0	ativa
45	Best in Games Hut Ltda.	Best In Games Hut - Desenvolvimento De Jogos Digitais Ltda.	6201501	16.805.946/0001-65	0	0	baixada
46	Big Green Pillow	Big Green Pillow Studio Desenvolvimento de Software Ltda.	6203100	16.877.848/0001-33	0	0	ativa
47	Billion bits	Billion Bits Desenvolvimento de Software Ltda.	6203100	30.046.123/0001-24	0	0	baixada
48	Bioszard Dev.	S. A Santos Desenvolvimento de Sistemas	6202300	15.005.428/0001-02	0	0	ativa

49	BitCake Studio	Bitcake Studio Desenvolvimento de Software Ltda.	6201501	07.105.527/0001-20	0	0	ativa
50	Bitllab	Bitllab Sistemas Ltda.	6203100	04.975.925/0001-09	0	0	ativa
51	BivisSoft	Vet Smart Software SA	6203100	13.616.298/0001-00	0	4	ativa
52	Black Glove Games	Black Glove Games Ltda.	5911199	24.720.951/0001-01	0	0	ativa
53	Black River Studios	J L de Brito Produções	5912099	16.605.335/0001-73	0	0	ativa
54	Blind Mouse	Gabriel Marques Dalla Costa 00500157103	8599603	33.809.902/0001-22	0	0	baixada
55	Blue Pixel	Blue Pixel Agência Digital Ltda.	5912099	35.394.918/0001-47	0	0	ativa
56	Bluespot Gameware	Lucas M. Leite Tecnologia	6203100	30.164.983/0001-62	0	0	ativa
57	Brais Games	Brais Games Software Ltda.	6201501	40.730.725/0001-50	0	0	ativa
58	Brand New Whatever	Pedro Torres Giglio Elaboração de Roteiros Ltda.	9001999	38.518.895/0001-23	0	0	ativa
59	Bugaboo Studio Mídia Interativa e Treinamento	Bugaboo Studio Mídia Interativa e Treinamento	5911199	24.238.171/0001-11	0	1	ativa
60	Burning Goat	Burning Goat Studio de Desenvolvimento de Jogos Ltda.	3240001	36.760.440/0001-94	0	0	ativa
61	CABS TI Soluções em Informática	CABS TI Soluções em Informática Ltda.	6204000	24.183.455/0001-58	0	0	ativa
62	Caciq Digital	B Teles Gonçalves Desenvolvimento de Tecnologia	6203100	17.003.767/0001-77	0	0	inapta
63	Cactus Game Studios	Cactus Studios Ltda.	5911199	09.248.359/0001-57	0	0	ativa
64	Cafundó Estúdio Criativo	Cafundó Estúdio Criativo Eireli	5911199	10.220.793/0001-08	0	3	ativa
65	Candango Games	Candango Consultoria em Tecnologia da Informação Ltda.	6204000	36.753.554/0001-07	0	0	ativa
66	Casthalia Studio	Casthalia Digital Art Studio Ltda.	6201501	03.848.820/0001-26	0	0	ativa
67	Cat Nigiri	Cat Nigiri Ltda.	6203100	16.581.406/0001-45	0	0	ativa
68	Catavento Games	Estudio Catavento Games Ltda. - ME	6201501	18.160.666/0001-72	0	0	baixada
69	Cats in the Sky	Estúdio de Design Criatividade e Entretenimento Ltda.	6201501	12.353.364/0001-34	0	0	baixada
70	Cavylabs	Cavylabs Ltda.	6209100	11.862.145/0001-18	0	0	ativa
71	Céu Games	Céu Games Desenvolvimento de Software LTDA.	6203100	10.633.863/0001-50	0	1	baixada
72	Clap Games	Clap Desenvolvimento de Jogos Ltda.	6203100	31.291.631/0001-30	0	0	ativa
73	CoffeeAddictStudio	Cofee Addict Studio Desenvolvimento de Programas de Computador Ltda.	6201501	22.380.321/0001-00	0	3	ativa
74	Coffeenauts	Coffeenauts Ltda.	6203100	19.029.262/0001-07	0	0	ativa
75	Cointoss Studios	Cointoss Studio Jogos Eletrônicos e Artes Visuais Ltda.	6203100	39.779.250/0001-07	0	0	ativa

76	Comtacti	Comtacti Serviços de Engenharia Ltda.	7112000	58.925.496/0001-94	0	0	ativa
77	Conatus Software	Sampaio e Cavalcante Serviços de Software Ltda.	6201501	09.079.140.0001-71	0	0	ativa
78	Concept Software	Concept Soluções em Software Ltda.	6202300	18.926.97/0001-55	0	0	ativa
79	CooperGames	CooperGames Serviços de Informática Ltda.	6203100	09.354.229/0001-07	0	0	baixada
80	Crazy Minds	Crazy Minds Informática Ltda.	8599604	36.589.672/0001-21	0	0	ativa
81	Creative hand	Creative Hand Games e Tecnologia da Informação LTDA. / Ramon Guimaraes Barbosa tecnologia da informação	6201501	30.977.874/0001-64	0	0	ativa
82	Creative-box Studios	Creative Box Studio Desenvolvimento de Software EIRELI	6319400	27.340.646/0001-74	0	0	ativa
83	Crenix Games	Crenix Jogos e Entretenimentos Ltda.	6203100	29.301.756/0001-52	0	0	ativa
84	Criar Games	Criar Games Desenvolvimento Ltda.	9329804	24.438.474/0001-88	0	0	baixada
85	Crocodella	Crocodella - Software Ltda.	6201501	11.787.672/0001-05	0	0	baixada
86	Cruel Byte	Cruel Byte Desenvolvimento de Programas Ltda.	6201501	24.051.714/0001-97	0	0	ativa
87	Cupcake Entertainment	Cupcake entertainment Ltda.	6203100	15.213.086/0001-08	0	0	ativa
88	Cyber City Role Play	Tecsystemti Serviços de Tecnologia EIRELI	6209100	37.408.881/0001-94	0	0	ativa
89	Cyber Rhino Studios	Sandro Tomasetti Desenvolvimento de Softwares Ltda.	6201501	14.867.233/0001-09	0	1	ativa
90	DayDreamLab	DDL Desenvolvimento de Software Ltda.	6203100	07.916.481/0001-29	0	0	baixada
91	Decadium Studios	Decadium Studios Ltda.	6201501	06.696.888/0001-25	0	0	baixada
92	Delotech Games	Delotech Games - Sistemas e Tecnologia Ltda.	6209100	28.918.347/0001-37	0	0	ativa
93	Delta Studios	Delta Studios Produções S Ltda.	5911102	05.268.091/0001-64	0	0	ativa
94	Demerara games	Demerara Jogos Eletrônicos Ltda.	6203100	28.795.278/0001-11	0	1	ativa
95	Designead	MAPE - Mídias para Educação Ltda.	8550302	12.695.220/0001-66	0	0	baixada
96	Digi Ten	Digi Ten, Tecnologia da Informação Ltda.	6203100	19.120.744/0001-78	0	0	baixada
97	Digital Synapsis	Digital Synapsis do Brasil Desenvolvimento de Softwares Ltda.	6201501	20.254.725/0001-13	0	0	ativa
98	Dilis Game Studio	Dilis Game Studio Serviço de Jogos Ltda.	9329804	28.932.371/0001-20	0	0	ativa
99	Diorama	Diorama Desenvolvimento de Softwares Ltda.	4789099	37.594.068/0001-56	0	0	ativa
100	DiverBras	Diver Comércio e Locação de Aparelhos Eletrônicos EIRELI	3240001	31.625.317/0001-47	0	0	ativa
101	Donsoft Entertainment	Donsoft Entertainment Ltda.	6202300	04.587.692/0001-77	0	1	ativa
102	Double Dash Studios	Double Dash Soluções em Jogos Eletrônicos Ltda.	6201501	26.761.341/0001-73	0	0	ativa
103	DreamRoad Productions	Vitor Figueiredo 09583511986	8599603	25.982.478/0001-95	0	0	ativa

104	Druzina Content	Luciana Gomes da Silva Druzina	5911101	13.100.305/0001-17	0	0	ativa
105	Duaik Entertainment	Duaik Entretenimento Ltda.	6203100	20.423.078/0001-26	0	1	ativa
106	Dumativa Estúdio de Criação	Dumativa Game Studio Ltda.	7020400	35.334.951/0001-81	0	0	ativa
107	DX Gameworks	DX Gameworks Jogos Eletrônicos Ltda.	6203100	41.108.005/0001-10	0	0	ativa
108	Dynamic Games Entertainment	Dynamic Games Entretenimento Ltda.	6203100	07.139.229/0001-50	0	0	ativa
109	Educação Digital Divertida	Educação Digital Divertida Ltda.	6203100	35.028.127/0001-01	0	0	inapta
110	Eguru	E-guru Participações, Marketing, Sistemas e Educação Ltda.	6201501	13.460.101/0001-97	0	0	baixada
111	Electric Monkeys	Studica Solution Jogos e Aplicativos LTDA.	6203100	32.350.448/0001-21	0	0	ativa
112	Elemental Game Studio	Elemental Game Studio Desenvolvedora de Jogos Ltda.	6201501	32.136.631/0001-29	0	0	ativa
113	Eludica Inovações Ltda.	Eludica Inovações Ltda.	6201501	07.395.709/0001-82	0	7	ativa
114	Eplixe	Luiz Otavio Ortiz Afonso	3240099	22.084.904/0001-85	0	0	baixada
115	Espaço Informática	Espaço Info Comercio e Serviços Em Informática LTDA.	1041339	05.135.524/0001-03	0	0	baixada
116	Extinto Gamer	Extinto Gamer Entretenimento Digital Ltda.	1830003	16.543.212/0001-55	0	0	baixada
117	Fair Play Labs	Fair Play Comércio de Filmes, Jogos e Equipamentos de Informática Ltda.	4762800	07.704.987/0001-74	0	0	baixada
118	Fan Game Studio	Fan Desenvolvimento de Jogos Digitais	6202300	12.981.329/0001-60	0	0	ativa
119	Fan Studios	Fan Desenvolvimento de Jogos Digitais Ltda.	6202300	12.981.329/0001-60	0	0	ativa
120	Fanatee Games	Fanatee Serviços de Entretenimento Online Ltda.	6319400	17.956.883/0001-00	0	3	ativa
121	Farofa Studios	Farofa Studios Ltda.	5911199	14.282.242/0001-20	0	1	ativa
122	FC Motta	FC Motta Computação Gráfica e Edição	7319099	09.253.987/0001-20	0	0	ativa
123	Fira Soft	Fira Soft Desenvolvimento de Softwares Ltda.	6203100	15.287.085/0001-08	0	0	ativa
124	Fire Horse Studio	A D F Desenvolvimento de Jogos Ltda.	6201501	20.042.046/0001-80	0	1	ativa
125	Firecast Studio	Firecast Studio Tecnologia Ltda.	6209100	27.750.978/0001-27	0	0	inapta
126	Fisiogames	Fisiogames Ltda.	6201501	10.996.435/0001-91	0	1	ativa
127	Flameseed	Felipe Teodosio da Silva Lobo	6203100	13.333.177/0001-51	0	0	baixada
128	Flipflop Games	1bit Desenvolvedora de Software Ltda.	6203100	19.815.231/0001-81	0	0	baixada
129	Flipstar Studios	Flipperam Studios Ltda.	6203100	24.353.606/0001-79	0	1	ativa
130	Flux Game Studio	Flux Game Studio Jogos Digitais Ltda.	6202300	17.212.680/0001-00	0	1	ativa
131	Flying Saci Game Studio	Flying Saci Desenvolvimento de Softwares de Games Ltda.	6201501	24.330.679/0001-45	0	0	ativa
132	Force Guardian	Force Guardian Tecnologia da Informação Ltda.	6204000	27.685.482/0001-17	0	0	ativa
133	FourX Development	Fourx Development LTDA.	8299707	03.656.648/0001-09	0	0	baixada
134	Frozen Logic Studios	Frozen Logic Studios Ltda.	6203100	15.285.710/0001-82	0	0	ativa

135	Fuze	Fuze Serviços de Tecnologia Ltda.	6201501	18.083.567/0001-34	0	0	ativa
136	Game Insight Brasil	Insight Brasil Ltda.	6203100	37.488.433/0001-48	0	0	ativa
137	Gameblox	Gameblox Tecnologia da Informação Ltda.	9329804	11.639.442/0001-07	0	0	ativa
138	Gamechase	Gamechase Ltda.	6203100	26.156.376/0001-83	0	0	baixada
139	Gamekaze	Tango Interfaces Ltda.	6201501	12.994.253/0001-07	0	0	baixada
140	Gameplan	Gameplan Consultoria, Gestão e Pesquisa de Mercado Ltda.	6204000	19.862.500/0001-60	0	0	ativa
141	Garage 227 Studios	Garage 227 Studios Ltda.	6203100	22.439.902/0001-61	0	0	ativa
142	Garoa Studios	Garoa Studio Produção Audiovisual Ltda.	5911102	21.962.471/0001-50	0	0	ativa
143	Gaz Games	Gaz Games Artes Ltda.	6311900	13.843.757/0001-99	0	4	ativa
144	Gazeus Games	Gazeus Games Serviços de Internet SA	6203100	06.264.233/0001-88	0	5	ativa
145	Ghost Jack Entertainment	Sol Editoração Ltda.	5911199	02.034.760/0001-45	0	0	ativa
146	Gilp	Raimbault Humberto & Pereira Tecnologia da Informação Ltda.	9511800	17.596.205/0001-84	0	0	ativa
147	Give me 5 Entertainment group	Raphael Nunes dos Santos	6201501	14.811.812/0001-21	0	0	baixada
148	Gixer Game Studios	W3pro Soluções em Tecnologia da Informação Ltda.	8599603	10.144.107/0001-67	0	0	ativa
149	Glitch Factory	TGF Experiências Interativas Ltda.	6201501	20.087.996/0001-21	0	1	ativa
150	Glu	Glu Mobile Brasil Ltda.	6203100	08.408.709/0001-32	0	0	baixada
151	Go Gamers	Go Gamers Consultoria em Games e Gamificação Ltda.	6201000	42.914.970/0001-42	0	4	ativa
152	Go Interactive	Go TV Interactive Technologies Tecnologias Interactivas SA	Não informada	06.998.674/0001-03	0	0	suspensa
153	Green Land Studios	Green Land Estúdios Ltda.	6203100	05.061.634/0001-78	0	0	ativa
154	Green Sauce Games	Green Sauce Games Ltda.	6201501	13.761.212/0001-33	0	0	ativa
155	Grimoire Games	Vitor & Fabio Desenvolvimento de Jogos Ltda.	6203100	22.191.471/0001-67	0	0	baixada
156	Grin Creative	André Alfredo Ilges 01509011005	8599603	18.504.844/0001-35	0	0	ativa
157	Grumpy Panda Studios	Grumpy Panda Desenvolvimento de Software Ltda.	6319400	31.072.105/0001-80	0	0	baixada
158	Guest 3D	Guest 3D Soluções Interativas LTDA.	6203100	13.118.648/0001-09	0	0	baixada
159	Harpa Game Studio Ltda. ME	Harpa Game Studio	3240001	15.583.433/0001-94	0	0	baixada
160	Hermit Crab Game Studio	Hermit Crab Game Studio Ltda.	6203100	13.202.241/0001-65	0	0	ativa
161	Hive	Hive Comunicação SA	6319400	06.238.292/0001-81	0	10	ativa
162	Homo Ludens	Homo Ludens Serviços Administrativos Ltda.	82019999	18.304.557/0001-81	0	0	ativa
163	Hoplon	Hoplon Infotainment SA	6203100	03.871.292/0001-26	0	45	ativa
164	Hungry Bear	Matheus Braga Almeida	3240099	33.718.569/0001-46	0	0	ativa
165	Hyperdive	Colmarj Informática Ltda.	6203100	03.221.932/0001-52	0	1	baixada

166	Ian Mandarinini	Ian Mandarinini Ltda.	6201501	39.230.021/0001-39	0	0	ativa
167	Icon Games	Ikone Soft Programas de Computador Ltda. / José Lucio Mattos da Gama	6201501	10.916.640/0001-08	0	1	ativa
168	Ideal Opposite	Gabriel Pasini Gava	4751201	34.172.435/0001-35	0	0	ativa
169	Ideia à Vista	Ideia à Vista Produções Ltda.	5911199	11.761.472/0001-83	0	1	ativa
170	Ignis	Ignis Digital Consultoria e Assessoria em Informática Ltda..	9511800	30.722.761/0001-18	0	0	ativa
171	Ignite Game Studio	Ignite Game Studio Ltda.	6203100	31.385.228/0001-70	0	0	ativa
172	Ilex Games	Alex Antonio de Lemos 09006088978	6190699	29.443.003/0001-81	0	0	inapta
173	Ilusis Interactive Graphics	Ilusis Sistemas Interativos Sa	6201501	10.439.987/0001-07	0	0	suspensa
174	Imgnation	Imgnation Desenvolvimento de Sistemas Online de Entretenimento Ltda.	6203100	12.318.243/0001-51	0	0	ativa
175	ImPLY	ImPLY Tecnologia Eletrônica Ltda.	3240001	05.681.400/0001-23	7	17	ativa
176	Indiana Studios	Tania Flavia Gonçalves Manhanha 33574171897	7739003	26.104.531/000118	0	0	ativa
177	InfiniBrains	Infinibrains Tecnologia Ltda.	9511800	29.584.580/0001-93	0	2	baixada
178	Insane Game studio	Insane Desenvolvimento de Software Eireli	6201501	10.991.525/0001-90	0	9	ativa
179	Insignia Games	Insignia Games Ltda.	6203100	08.080.425/0001-60	0	0	ativa
180	Instant Games	Vinicius Fabri Bomfante 09758723626	9511800	33.593.570/0001-91	0	0	ativa
181	Interama	Interama Jogos Eletrônicos Ltda.	6201501	07.887.134/0001-15	0	2	baixada
182	Intrépido Studio	Rushed Studio Jogos Eletrônicos Ltda.	6203100	19.695.562/0001-25	0	0	baixada
183	Invent4	Invent4 Entretenimento Ltda.	6201501	10.853.542/0001-60	0	0	ativa
184	Izotonic Studios	Vinicius Yokomizo Pires 41841717886	3240099	23.279.027/0001-60	0	0	ativa
185	Izyplay	Izyplay Game Studio Ltda.	6201501	13.083.537/0001-04	0	1	ativa
186	Jabuti Studios	Jabuti Filmes Ltda.	5911199	08.823.347/0001-46	0	2	ativa
187	Jambu Tech	Jambu Tecnologia Consultoria e Engenharia Ltda.	6204000	01.103.095/0001-31	0	1	ativa
188	Jera	Jera Software Agil Ltda.	6201501	12.237.255/0001-51	0	0	ativa
189	Jogos do Rei	Rei Entretenimento Ltda.	6319400	11.748.523/0001-37	0	1	ativa
190	Joy Street	Joy Street SA	6203100	12.054.898/0001-60	0	9	ativa
191	JoyMasher Jogos Digitais Ltda.	Joy Masher Jogos Digitais Ltda.	6203100	26.162.478/0001-01	0	1	ativa
192	Jungle Digital Games	Jungle Consultoria e Soluções Sociais Ltda.	4751201	08.582.479/0001-23	0	2	ativa
193	Just Think Entertainment	Just Think Entertainment Ltda.	1830003	11.878.300/0001-94	0	0	inapta
194	Jynx Playware	Jynx Playware Ltda.	6202300	04.239.611/0001-48	0	4	inapta
195	Kaipora Digital	Rodrigo Leôncio Motta Macario 03410299475	581100	24.547.979/0001-80	0	0	inapta
196	Kasulo Game Studio	Kasulo Game Studio Ltda.	6201501	27.112.022/0001-08	0	0	ativa

197	Keeplay	Keeplay Game Studios Ltda.	6201501	09.136.916/0001-48	0	1	ativa
198	Kinship Entertainment	Kinship Game Studio Ltda.	6203100	13.217.796/0001-80	0	1	ativa
199	Kokku	Kokku Games Ltda.	6203100	14.886.508/0001-43	0	0	ativa
200	Kreativitas	Kreativitas Studio Ltda.	6203100	41.851.218/0001-37	0	0	ativa
201	Learn4Fun Studio	Learn4fun Tecnologia Educacional Ltda.	6202300	12.817.523/0001-04	0	0	baixada
202	Leela Games	Leela Games	6203100	18.108.083/0001-00	0	0	ativa
203	Leo Games	Leonardo Silva de Lima 01024886301	3319800	30.150.331/0001-79	0	0	ativa
204	Level Up!	Level Up! Interactive Ltda.	611900	06.142.151/0001-60	0	26	ativa
205	Long Hat House	Long Hat House Jogos Eletrônicos Ltda.	6203100	27.019.583/0001-59	0	0	ativa
206	Loomiarts	Marcio Daniel Martins da Rosa	6203100	28.731.906/0001-03	0	0	ativa
207	Loopix Digital Group	Loopix Entretenimento Ltda.	4751201	13.423.366/0001-15	0	0	baixada
208	Loud Noises	Andre Minoru Souza Asai37144283804	6203100	22.002.746/0001-77	0	0	ativa
209	Luckee	Luckee Software SA	6203100	16.579.059/0001-16	0	0	inapta
210	Ludens	Ludens Diversões Eletrônicas Ltda.	9329804	52.707.288/0002-13	0	0	inapta
211	Luderia	Luderia Jogos Digitais Ltda.	6203100	17.459.844/0001-06	0	0	baixada
212	Ludic Side	Ludic Side Tecnologia da Informação Ltda.	6203100	23.846.453/0001-39	0	0	ativa
213	Ludium	Ludium Desenvolvimento de Programas Ltda.	6203100	19.581.159/0001-75	0	0	ativa
214	Ludo Thinking	Ludo Thinking Games Ltda.	6201501	29.708.938/0001-42	0	2	ativa
215	Ludos Pro	Ludos Pro Tecnologia e Aprendizagem SA	6202300	40.020.781/0001-09	0	6	ativa
216	Ludus Studio	Italo Adriano M. de Freitas	3240001	36.361.215/0001-85	0	0	ativa
217	Lumen Games	Lumen Desenvolvimento de Jogos Ltda.	6203100	06.290.124/0001-35	0	0	ativa
218	Lune Game Studio	Estúdio Lune Ltda.	6203100	22.979.085/0001-34	0	0	baixada
219	Lunic Games	Lunic Games Entretenimento Ltda.	6203100	33.157.068/0001-38	0	1	ativa
220	Luski Game Studio	Luski Game Studio Ltda.	6203100	41.460.202/0001-01	0	0	ativa
221	Mad Mimic	Mad Mimic Games e Softwares Ltda.	6203100	29.235.655/0001-20	0	1	ativa
222	Mad Pixel Studios	Mad Pixel Studios Jogos Eletrônicos SA	6203100	28.026.777/0001-44	0	0	ativa
223	Madgam	Madgam Desenvolvimento De Tecnologia Em Sistemas de Informática Ltda.	6209100	07.241.381/0001-40	0	0	baixada
224	Magic Time Studio	Magic Time Studio Ltda.	6201501	39.779.158/0001-47	0	0	ativa
225	Main Leaf Games	Main Leaf Games Ltda.	6203100	30.723.858/0001-45	0	0	ativa
226	Mango Lab	Mango Lab Desenvolvimento de Software Ltda.	6203100	14.698.174/0001-84	0	0	baixada
227	Manifesto Game Studio	Manifesto Game Studio Ltda.	6201501	07.837.630/0001-64	0	1	ativa
228	Mantus Game Studio	Ricardo Santos de Figueiredo	6201501	25.154.814/0001-01	0	0	ativa
229	Maqna Interactive	Maqna Interactive Ltda.	6203100	17.007.288/0001-29	0	0	ativa
230	Massive Work Studios	Santa Rita Studio Ltda.	6203100	26.657.188/0001-39	0	1	ativa
231	Maya	Maya Tecnologia e Inovação Digital Eireli	6201501	05.779.865/0001-11	0	0	inapta

232		Meantime Desenvolvimento E Exportação De Software Ltda.	6201501	05.879.380/0001-08	0	5	baixada
233	Mega Jogos	Megajogos Entretenimentos Ltda.	6319400	07.321.741/0001-13	0	1	ativa
234	Memy Media	Memy Media Eireli	6203100	41.925.346/0001-88	0	0	ativa
235	Mens Sana Interactive	Mens Sana Tecnologia da Informação Ltda.	6202300	10.313.639/0001-80	0	0	ativa
236	Mental Lab Studio	Mental Lab Desenvolvimento de Software Ltda.	6201501	26.811.622/0001-93	0	0	ativa
237	Mentez	Mentez do Brasil Ltda.	6201501	11.074.627/0001-03	0	12	baixada
238	Messier	Alexandra Nicolas Produções Eireli	9001999	12.343.880/0001-88	0	0	ativa
239	Metacore	Meta Core Consultoria e Serviços em Tecnologia Ltda.	6201501	10833814/0001-60	0	0	baixada
240	Mgaia Studio	Mother Gaia Estúdio de Desenvolvimento de Games Ltda.	6203100	2.0305.408/0001-89	0	0	ativa
241	Microblast Games	Microblast Games Ltda.	3240001	18.716.615/0001-84	0	0	ativa
242	Midipixel	Midipixel Design e Produção Musical Ltda.	5819100	13.245.844/0001-44	0	2	ativa
243	Mima Games & Design	Mima Games & Design Ltda.	6203100	34.362.072/0001-09	0	0	ativa
244	Miris Mind	Miris Mind Entretenimento Digital Ltda.	6203100	23.843.413/0001-33	0	0	ativa
245	Mito Games	Mito Games Ltda.	6203100	25.100.184/0001-92	0	0	ativa
246	Mkt Virtual	Mkt Virtual Serviços Digitais Eireli	6311900	17.395.075/0001-11	0	2	ativa
247	Mobjoy	Mobjoy Desenvolvimento de Aplicativos Eletrônicos Ltda.	6201501	13.222.717/0001-20	0	0	inapta
248	Modus Studios Brazil	Modus Studios Desenvolvimento de Licenciamento de Games Ltda.	6203100	34.505.924/0001-61	0	0	ativa
249	Monomyto Game Studio	JRE Jogos Eletrônicos Eireli	6203100	28.820.804/0001-56	0	0	ativa
250	Monster Juice	Monster Juice - Serviços de Informática Ltda.	6203100	13.836.917/0001-72	0	0	baixada
251	Monsterbed game studio	Monsterbed Game studio Ltda.	6203100	19.486.672/0001-87	0	0	baixada
252	Mother Gaia	Mother Gaia Studio Desenvolvimento de Games Ltda.	6203100	20.305.408/0001-89	0	0	ativa
253	Movile	Movile Serviços em Tecnologia Ltda.	7319003	08.343.528/0001-75	0	0	baixada
254	Mr. Dev Studios	Guilherme Luiz Heckel	6201501	2.4919.476/0001-99	0	0	ativa
255	MTI Studio	MTI Studio Ltda.	5819100	10.635.624/0001-39	0	0	ativa
256	Mudcrab Studio	SPH Entretenimento Ltda.	6202300	18.215.190/0001-20	0	0	baixada
257	Mup Studio	Ti e MUP Studios Ltda.	3240001	20.489.979/0001-10	0	0	baixada
258	Musigames	Scharine da Rosa	4751201	18.896.719/0001-18	0	0	baixada
259	MyPlay Mobile	My Play Mobile Softwares LTDA.	6201501	10.831.769/0001-05	0	0	baixada
260	Nano studio	Nano Mobile Studio Desenvolvimento de Software Ltda.	6202300	09.006.733/0001-08	0	0	baixada
261	Napalm Studio	Napalm Studio Produção Audiovisual Ltda.	5911199	0.5776.327/0001-73	0	0	ativa

262	Narsvera	Narsvera Studio de Criação de Serviços Ltda.	6201501	28.851.471/0001-22	0	0	ativa
263	Natebits	Studio Natebits Ltda.	6203100	21.783.761/0001-37	0	0	baixada
264	Neptum Studios	Neptum Studios Informática Ltda.	6203100	13.975.788/0001-01	0	0	ativa
265	Nexia	Nexia Marketing e Comunicação Ltda.	7311400	10.583.721/0001-25	0	5	ativa
266	Ni Digital Studio	Ramos Soares & Pinheiro Desenvolvimento de Aplicativos Ltda.	6311900	21.496.741/0001-85	0	0	ativa
267	Nomad	Nomad Serviços de Desenvolvimento e Licenciamento de Software Ltda.	6201501	36.898.700/0001-92	0	0	ativa
268	Nova	Nova XS Tecnologia da Informação Ltda.	6201501	18.494.220/0001-84	0	0	ativa
269	Novus TI	Novus Ti Soluções Ltda.	6201501	10.738.635/0001-44	0	0	baixada
270	Nox Aquila	Nox Aquila Softwares Ltda.	6203100	26.599.966/0001-80	0	0	ativa
271	N-time	Anytime Soluções em Tecnologia Ltda.	6311900	31.959.906/0001-61	0	0	ativa
272	Núcleo Sistemas	Núcleo Sistemas de Informática Ltda.	6203100	72.397.268/0001-10	0	0	ativa
273	Nuuvem	Nuuvem Ltda.	7490104	17.126.332/0001-10	0	1	ativa
274	Nyx Entertainment	Nyx Sistemas de Informação Ltda.	6209100	02.815.994/0001-20	0	0	ativa
275	O2 Games	O2 Games - Desenvolvimento e Comercialização de Softwares SA	6201501	07.260.618/0001-30	0	2	baixada
276	Oak3	Oak Computer Architecture Consultoria Ltda.	6204000	47.690.929/0001-53	0	0	ativa
277	Octolab	Alberto de Assumpção Neto Laboratório de Experiências	6201501	29.790.079/0001-83	0	0	ativa
278	Odin Game Studio	Odin Game Estúdio Ltda.	6203100	13.696.672/0001-25	0	0	baixada
279	OGG Simulação Empresarial	OGG Simulação Empresarial Ltda.	6203100	03.178.021/0001-90	0	0	ativa
280	Ohayo Software	Ohayo Software	6203100	27.908.965/0001-33	0	0	ativa
281	Oktagon Games	Oktagon Desenvolvimento de Jogos Eletrônicos SA	6209100	11.081.275/0001-13	0	2	ativa
282	Oktagon Games	Oktagon Desenvolvimento de Jogos Eletrônicos AS (filial)	6209100	11.081.275/0002-02	0	0	baixada
283	Oni Tecnologia e Serviços Ltda.	Oni Tecnologia e Serviços Ltda.	6319400	08.428.202/0001-40	0	0	ativa
284	Oniria	Oniria Tech Soluções em Tecnologia Ltda.	6202300	10.949.934/0001-28	0	0	baixada
285	Onrizon	Spadilhas Comunicação Digital Ltda.	6311900	16.612.817/0001-50	0	0	ativa
286	Opernhaus Game Studio	Deborah D' Antonio de Lacerda Barretto de Almeida 35844719824	5912099	29.837.909/0001-80	0	0	ativa
287	Ops Game Studio	OPS Game Studio Ltda.	6201501	30.366.015/0001-39	0	0	ativa
288	Ota Imon	Ota Imon Studio Ltda.	6203100	28.247.406/0001-92	0	0	ativa
289	Otus Game Studio	Old Cat Studio Game	6201501	18.712.552/0001-98	2	0	baixada
290	Ouroboros Development	Ouroboros Development Ltda.	6203100	35.425.889/0001-33	0	0	ativa
291	Outbox Games	Game Box Ltda.	9329804	05.472.862/0001-30	0	0	ativa

292	Overlord Game Studio	Overlord Game Studio Desenvolvimento de Jogos Ltda.	6201501	27.796.847/0001-80	0	0	ativa
293	Overplay	Overplay Entretenimento Digital Ltda.	6201501	40.105.37000193	0	0	baixada
294	Overtime	Overtime Studios - Desenvolvimento de Jogos Ltda.	6201501	21.256.561/0001-26	0	0	baixada
295	Pain Gaming	Pain Gaming Esportes Eletrônicos Eireli	9329804	13.529.723/0001-24	0	14	ativa
296	Painful Smile	Desenvolvimento de Jogos Painful Smile Ltda..	6202300	30.527.562/0001-59	0	0	ativa
297	Palmssoft Tecnologia	Palmssoft Tecnologia e Desenvolvimento de Software SA	6201501	05.810.691/0001-02	0	2	ativa
298	Pandora Game Studio	Pandora Educação Lúdica Ltda.	6203100	17,049,715/0001-31	0	0	ativa
299	Pankeka Games	Ventura Games Desenvolvimento de Jogos Eletrônicos Ltda..	6203100	10.666.738/0001-46	0	0	baixada
300	Paralelo Comunicação	Paralelo Consultoria e Serviços Ltda.	6204000	24.525.006/0001-40	0	0	ativa
301	Patada! Studios	Estúdio Patada de Desenvolvimento de Jogos Digitais Ltda..	6201501	30.161.668/0001-81	0	0	ativa
302	Perugluglu Interactive	Perugluglu Interactive Soluções em Tecnologia Ltda.	6209100	29.607.589/0001-72	0	0	ativa
303	PetitFabrik	Petit Fabrik Entretenimento Ltda.	5911199	08.813.728/0001-44	0	6	ativa
304	Phantasos - Virtual Design	Phantasos Virtual Design Ltda.	6201501	26.443.626/0001-66	0	0	ativa
305	Pipa Games	Pipa Studios Desenvolvimento de Sistemas Ltda.	6202300	13.454.139/0001-57	0	0	ativa
306	Pipa Studios	Pipa Studios Brasil Desenvolvimento de Sistemas Ltda.	6202300	13.454.139/0001-57	0	0	ativa
307	Pippin Games	Pippin Jogos Eletrônicos Recreativos Ltda.	9329804	37.515.229/0001-79	0	0	ativa
308	Pixel Cows	Pixel Cows Serviços De Tecnologia Ltda.	6203100	42.317.986/0001-78	0	0	ativa
309	Pixel Punk	Studio Pixel Punk Ltda.	6203100	45.646.534/0001-28	0	0	ativa
310	Pixodust	Pixodust Aplicativos Ltda.	6203100	30.034.069/0001-05	0	4	ativa
311	Pixside Games	Luis Eduardo Nery Santos 35540169859	3240099	14.791.963/0001-65	0	0	ativa
312	Play Ever Game Studio	Play Ever Game Estúdio Ltda.	6203100	24.010.640/0001-40	0	0	ativa
313	Play2Sell	Play2sell S.A	6202300	28.864.200/0001-01	0	0	ativa
314	Playerum	Playerum Desenvolvimento de Conteúdo Interativo Ltda.	6319400	09.496.038/0001-71	0	1	ativa
315	Playmove	Playmove Indústria e Comércio SA	2621300	08.891.108/0001-23	1	2	ativa
316	PlaySTEM Academy	Playstem Conteúdos em Ciência, tecnologia, Engenharia e Matemática	6203100	08.505.057/0001-54	0	0	baixada
317	Plot Kids	Medialab Criação, Produções Cinematográficas e Software Ltda.	5911199	20.282.507/0001-92	0	0	ativa
318	Pocket Trap	Pocket Trap Games e Desenvolvimento Ltda..	6319400	18.565.548/0001-44	0	4	ativa

319	Portable Slots	Portable Slots Desenvolvimento de Programas Ltda.	6201501	17.202.042/0001-08	0	0	ativa
320	Prosperity Games	Oliveira Desenvolvimento de Programas Ltda.	6201501	13.366.780/0001-30	0	0	baixada
321	Puga Studios	Puga Studios Ltda.	6201501	19.255.148/0001-03	0	1	ativa
322	Pulsatrix Studios	Pulsatrix Desenvolvedora de Jogos Ltda.	6203100	32.503.057/0001-08	0	0	ativa
323	PushStart	Elevation Tecnologia e Comunicação Ltda.	5911199	14.150.253/0001-56	0	3	ativa
324	Quantic Dawn Studio	Quantic Dawn Studio Ltda.	6202300	35.105.811/0001-31	0	0	ativa
325	QUByte Interactive	QuByte Games Desenvolvimento e Jogos Ltda.	6203100	10.939.661/0001-30	0	0	ativa
326	Radical Dreamers	Radical Dreamers Games	8599603	29.159.577/0001-22	0	0	baixada
327	Raidhut	Raid Hut Licenciamento de Jogos Digitais Ltda..	6203100	23.877.777/0001-34	0	0	ativa
328	Rapadura Atômica	Rapadura Atômica Estúdio de Animação e Jogos Digitais Ltda.	5912099	24.800.280/0001-80	0	0	ativa
329	Ratto	Ratto Software Programação de Sistemas Ltda.	1830003	11.416.552/0001-00	0	1	ativa
330	Rebuliço	Rebuliço Agência Cultural Ltda.	5911199	29.307.254/0001-39	0	0	ativa
331	Red Stomp	Redstomp Desenvolvimento de Programas Ltda.	6201501	17.639.379/0001-87	0	0	baixada
332	Redalgo	Diogo Olivo Beltran	4751201	07.863.074/0001-09	0	0	baixada
333	Redec	Rede de Educação Ltda.	8599604	26.219.148/0001-05	0	0	ativa
334	Reiza Studios	Reiza Studios Ltda.	8599604	11.234.030/0001-89	0	0	ativa
335	Reload Game Studio	Reload Desenvolvimento de Jogos Eletrônicos Ltda.	6202300	12.875.396/0001-08	0	1	ativa
336	Rockhead Games	Rockhead Estúdios S/A	6201501	12.781.917/0001-50	0	1	ativa
337	Rogue Snail	Rogue Snail Criação de Jogos Ltda.	6203100	20.981.194/0001-60	0	1	ativa
338	Royal 3D	Royal Produções Interativas Ltda.	6209100	17.457.930/0001-71	0	0	baixada
339	Sagatics Game Developers	Sagatics Game Developers SA	6203100	13.623.051/0001-11	0	0	ativa
340	Saúva Games	Jorge Veiga de Souza Júnior	6201501	14.192.863.0001/12	0	0	baixada
341	Seize Studios	Seize Estúdios Cinematográficos Ltda.	5911101	31.847.105/0001-04	0	0	ativa
342	Sertão Games	Sertão Games Ltda.	6203100	16.619.193/0001-01	0	0	baixada
343	Silver Games	Silver Games Desenvolvimento de Jogos e Softwares Ltda.	6203100	26.941.882/0001-83	0	10	ativa
344	Sinergia Games	Sinergia Games Produções Audiovisuais Ltda.	7410299	12.086.423/0001-55	0	8	ativa
345	Singol Games Educacionais	Singol Games Educacionais Ltda.	6319400	14.897.217/0001-50	0	1	ativa
346	Sisttech	Sioux Serviços de Informática Ltda..	6203100	00.316.268/0001-37	0	15	ativa
347	Skahal Studios	SH Desenvolvimento de Jogos Ltda.	6203100	13.029.268/0001-06	0	0	baixada
348	Skullfish Studios	Skullfish Studio Desenvolvimento de Jogos Ltda.	6203100	26.146.521/0001-45	0	0	ativa

349	Skyjaz	Skyjaz Desenvolvimento de Jogos e Software Ltda.	6203100	21.984.845/0001-39	0	2	ativa
350	Smash Mountain	SMS Desenvolvimento de Softwares Ltda.	6201501	27.112.999/0001-17	0	2	ativa
351	Smyowl	Smyowl Desenvolvimento de Softwares Ltda.	6203100	14.362.548/0001-96	0	10	ativa
352	Sotero Tech	Sotero Tecnologia em Software Ltda.	9511800	13.418.043/0001-33	0	0	ativa
353	SouthboxStudio (SouthBox)	Merkel & Scortegagna Ltda.	6202300	20.482.257/0001-34	0	0	ativa
354	Space Sheep Games	Space Sheep Games Tecnologia da Informação Ltda.	6203100	12.321.503/0001-48	0	0	ativa
355	Spok Studio	Spok Studio Ltda.	8299799	04.717.910/0001-40	0	0	ativa
356	Spotland Live Graphics	Spotland Live Graphics Jogos Digitais Ltda.	6201501	26.513.441/0001-80	0	0	ativa
357	Stardust studio	Stardust Studio Ltda.	6203100	20.754.418/0001-00	0	0	baixada
358	Studica Solution	Studica Solution Jogos e Aplicativos Ltda.	6203100	32.350.448/0001-21	0	0	ativa
359	Studio Clops	Clops Game Studio LTDA.	6202300	46.610.304/0001-71	0	0	ativa
360	Submersivo Game Studio	Submersivo Licenciamento de Programas de Computador Não Customizáveis Ltda.	6203100	23.880.829/0001-21	0	0	baixada
361	Sunland Entertainment studios	Sunland Estúdios de Entretenimento Ltda.	6201501	20.619.882/0001-85	0	1	baixada
362	Supernova Games	Supernova Games Ltda.	6209100	26.512.220/0001-98	0	0	ativa
363	T4 Interactive	T4 Interactive Digital Ltda.	6201501	26.383.383/0001-18	0	0	ativa
364	T'allent Interactive Games	T'Allent Tecnologias Interativas Ltda.	6203100	18.051.874/0001-33	0	0	inapta
365	Taw Studio	Taw Studio Mídias Digitais Ltda.	73311400	12.929.382/0001-11	0	0	inapta
366	TDZ Games	TDZ Games Ltda.	9329804	24.743.632/0001-03	0	0	baixada
367	Team Zeroth	F B de Souza Tecnologia	7410299	20.704.985/0001-43	0	0	ativa
368	Tec Toy	Tec Toy Desenvolvimento Digital Ltda.	6203100	07.945.154/0001-03	0	0	baixada
369	Techfront	Techfront Desenvolvimento de Softwares SS Ltda.	6201501	06097284000162	0	1	ativa
370	TecSystem TI	Tesystemti Serviços de Tecnologia Eireli	6209100	37.408.881/0001-94	0	0	ativa
371	Tenko Software	Tenko Assessoria Comercial e Intermediação EIRELI	7490104	27.765.370/0001-76	0	0	ativa
372	TG Studio	TG Studio Interativa e Consultoria Ltda.	6204000	39.759.235/0001-05	0	0	ativa
373	The 2nd Floor Studio	Marcos Danilo Graciano 30243353820	3240099	29.439.587/0001-11	0	0	ativa
374	The Balance Inc.	Balance Game Studio Ltda.	6201501	20.838.263/0001-81	0	0	baixada
375	Thetis Games	Thetis Games - Serviços de Informática Ltda..	6311900	18.636.157/0001-73	0	0	ativa
376	ThinkBox Games	ThinkBox Editora e Informática Ltda.	6203100	16.894.668/0001-60	0	2	ativa
377	Thoth Simuladores	Thoth Simuladores Avançados Ltda.	6202300	15.621.182/0001-95	0	0	ativa
378	Tilt Machine	Tilt Machine Desenvolvimento de Jogos Eletrônicos Ltda.	6203100	17.847.563/0001-12	0	0	baixada
379	Top Free Games	AVL Aplicativos Ltda.	6201501	13.499.233/0001-22	0	0	ativa

380	Topic Play Games	Topic Play Games Desenvolvimento e Licenciamento de Programas Ltda.	6203100	21.718.204/0001-32	0	0	baixada
381	Towerlab Studios	Towerlab Studios Desenvolvimento Ltda.	6201501	24.691.310/0001-68	0	0	ativa
382	Trialforge Studios	Nievinski e Souza Tecnologia da Informação Ltda.	6201501	36.443.369/0001-16	0	0	ativa
383	Umbu Games	Umbu Games Ltda.	6203100	27.917.242/0001-09	0	0	ativa
384	uPlay	Uplay Tecnologia Ltda.	6201501	05.482.466/0001-94	0	2	ativa
385	Uruca Game Studio	Philippe Alves Lepletier	6202300	24.788.910/0001-49	0	1	baixada
386	Usina Company	Usina Company Tecnologia da Informação Eireli	6201501	15.490.875/0001-96	0	0	ativa
387	Uzmi Games Studio	Uzmi Games Studio Ltda.	6203100	42.422.262/0001-94	0	0	ativa
388	Vaca Vitória Software	THZ Informática Ltda.	6311900	02.850.491/0001-95	0	0	ativa
389	Valente Studio	Valente Studio de Produção de Videos e Jogos Ltda.	5911101	17.623.726/0001-83	0	0	ativa
390	Vértice Games	Vértice Games Comércio de Jogos e Serviços de Desenvolvimento Ltda.	4651601	57.167.256/0001-05	0	0	ativa
391	Vesta Games	Vesta Gaming SA	6203100	13.072.263/0001-58	0	0	baixada
392	Victory Island	Victory Island Studios Desenvolvedora de Jogos Ltda.	6201501	19.216.382/0001-13	0	0	baixada
393	Virtopia	Virtopia Realidade Virtual Ltda.	6201501	11.441.818/0001-66	0	0	ativa
394	Virtualize Soluções Digitais Criativas	Virtualize Interatividade Digital Ltda.	6209100	08.668.272/0001-76	0	1	baixada
395	Virtue Studio	Virtue Studio Soluções Tecnológicas Ltda.	6204000	14.514.799/0001-49	0	0	baixada
396	Viware	Viware Desenvolvimento de Sistemas e Software SA	6201501	13.201.226/0001-00	0	0	ativa
397	Vneta Games	Vneta Games Studio Ltda.	5911101	28.514.740/0001-65	0	0	ativa
398	Vortex Game Studio	Vortex Game Studios Ltda.	3240001	15.918.411/0001-38	0	0	ativa
399	VOX Game Studio	ADL Game Studio Ltda.	6202300	23.757.843/0001-32	0	0	ativa
400	VrMonkey	Naked Monkey Ltda.	6203100	18.283.611/0001-50	0	0	ativa
401	Warp Lemon	Warp Lemon Desenvolvimento de Jogos Ltda.	6203100	22.613.104/0001-04	0	1	ativa
402	Warrior Game Studios	Warrior Game Studios Ltda.	6201501	26.836.746/0001-23	0	0	baixada
403	Webcore Games	Webcore Serviços Ltda.	6209100	03.344.997/0001-95	0	1	ativa
404	Wild Rose Games	Roos Desenvolvimento de Programas e Tratamento de Dados Ltda.	6201501	16.831.806/0001-61	0	0	ativa
405	Wildlife	AVL Aplicativos Ltda.	6201501	13.499.233/0001-22	0	0	ativa
406	Wisdom Labs	Wisdom Labs Tecnologia Ltda.	6203100	18.911.077/0001-89	0	0	ativa

407	Wondernaut Studio	Wondernaut Studio Desenvolvimento de Softwares Ltda.	6203100	37.197.615/0001-60	0	0	ativa
408	Viware	Viware Desenvolvimento de Sistemas e Software SA	6201501	13.201.226/0001-00	0	0	ativa
409	Yellow Panda Games	Yellow Panda Entretenimento Digital Ltda.	6202300	29.780.650/0001-89	0	1	ativa
410	Youth Lab desenvolvimento de jogos Eireli	Youth Lab - Serviços de Digitação e Programas de Computadores Eireli	8219999	19.083.020/0001-00	0	0	ativa
411	Yupi Devshop Studios	Yupi Studios Tecnologia Ltda.	6201501	13.722.386/0001-97	0	0	ativa
412	Zaxistools	Zaxistools Softwares Ltda.	6202300	10.776.526/0001-11	0	1	ativa
413	Zeeppo	Zeeppo Games Ltda.	6203100	18.384.754/0001-58	0	0	ativa

APÊNDICE F - Resultado da busca de depósitos de desenhos industriais pela subclasse 14-04 com titulares com CNAEs correspondentes a atividades de desenvolvimento de videogames de 2000 a 2020

Registro	Data dep.	Titular	Título
BR 30 2018 055607 0	2018	Anestech Tecnologia da Informação Ltda	Padrão ornamental aplicado em interface gráfica para dispositivo móvel
BR 30 2018 055613 5	2018	Anestech Tecnologia da Informação Ltda	Padrão ornamental aplicado em interface gráfica para dispositivo móvel
BR 30 2018 055608 9	2018	Anestech Tecnologia da Informação Ltda	Padrão ornamental aplicado em interface gráfica para dispositivo móvel
BR 30 2018 055610 0	2018	Anestech Tecnologia da Informação Ltda	Padrão ornamental aplicado a/em interface gráfica
BR 30 2018 055609 7	2018	Anestech Tecnologia da Informação Ltda	Padrão ornamental aplicado a/em interface gráfica
BR 32 2019 003736 2	2018	Anestech Tecnologia da Informação Ltda	Padrão ornamental aplicado em interface gráfica para dispositivo móvel
BR 32 2019 001062 6	2018	Anestech Tecnologia da Informação Ltda	Padrão ornamental aplicado em interface gráfica para dispositivo móvel
BR 30 2018 055605 4	2018	Anestech Tecnologia da Informação Ltda	Padrão ornamental aplicado em interface gráfica para dispositivo móvel
BR 30 2018 055611 9	2018	Anestech Tecnologia da Informação Ltda	Padrão ornamental aplicado a/em interface gráfica
BR 32 2019 003838 5	2019	Asksuite Tecnologia Ltda	Padrão ornamental aplicado a/em interface gráfica de usuário para tela de dispositivo
BR 32 2019 003837 7	2019	Asksuite Tecnologia Ltda	Padrão ornamental aplicado a/em interface gráfica de usuário para tela de dispositivo
BR 30 2019 002589 2	2019	Asksuite Tecnologia Ltda	Padrão ornamental aplicado a/em interface gráfica
BR 30 2019 002586 8	2019	Asksuite Tecnologia Ltda	Padrão ornamental aplicado a/em interface gráfica de usuário para tela de dispositivo
BR 30 2019 001153 0	2019	Coontrol Tecnologia em Combustão Ltda	Padrão ornamental aplicado a/em tela de exibição
BR 30 2019 001154 9	2019	Coontrol Tecnologia em Combustão Ltda	Padrão ornamental aplicado a/em tela de exibição
BR 30 2019 001155 7	2019	Coontrol Tecnologia em Combustão Ltda	Padrão ornamental aplicado a/em tela de exibição
BR 30 2016 004839 8	2016	CRMall Sistema de Informação de Marketing Ltda - EPP	Padrão ornamental aplicado a/em interface gráfica
BR 30 2018 055416 7	2018	Ephealth Soluções em Tecnologia da Informação Ltda	Padrão ornamental aplicado a/em interface gráfica
BR 30 2018 055418 3	2018	Ephealth Soluções em Tecnologia da Informação Ltda	Padrão ornamental aplicado a/em interface gráfica

BR 30 2018 055417 5	2018	Ephealth Soluções em Tecnologia da Informação Ltda	Padrão ornamental aplicado a/em interface gráfica
BR 30 2018 055419 1	2018	Ephealth Soluções em Tecnologia da Informação Ltda	Padrão ornamental aplicado a/em interface gráfica
BR 30 2020 005938 7	2020	Ephealth Soluções em Tecnologia da Informação Ltda	Padrão ornamental aplicado a/em interface gráfica de usuário para tela de dispositivo
BR 30 2020 005937 9	2020	Ephealth Soluções em Tecnologia da Informação Ltda	Padrão ornamental aplicado a/em interface gráfica
BR 30 2016 002238 0	2016	Fabiana Regina Guedes	Padrão ornamental aplicado a/em Cicloriders App
BR 30 2020 001372 7	2020	Kuau	Padrão ornamental aplicado em interface gráfica de dispositivos móveis
BR 32 2020 001949 3	2020	Kuau	Padrão ornamental aplicado em interface gráfica de dispositivos móveis
BR 32 2020 001948 5	2020	Kuau	Padrão ornamental aplicado em interface gráfica de dispositivos móveis
BR 32 2020 001947 7	2020	Kuau	Padrão ornamental aplicado em interface gráfica de dispositivos móveis
BR 32 2020 001946 9	2020	Kuau	Padrão ornamental aplicado em interface gráfica de dispositivos móveis
BR 30 2017 001593 0	2017	Voice Technology Comércio Exterior Ltda	Padrão ornamental aplicado a/em interface gráfica

APÊNDICE G - Resultados da busca por palavras chave relacionadas com videogames na base de desenhos industriais do INPI, de 2000 a 2022

	Registro	Depósito	Titular	Titulo	Classe	Situação
1	DI 6101145-2	2001	Perene LTDA. (BR/MG)	Ficha para adicionar jogos de diversões eletrônica/mecânicos, video loteria off line, video games e fliperama	21-01.J.0029	arquivado
2	DI 6103711-7	2001	Waldomiro Fettermann Pedrazzi (BR/RJ)	Padrão de diagramação aplicado a máquinas de jogos eletrônicos	21-01.J.0038	extinto
3	DI 6103708-7	2001	Waldomiro Fettermann Pedrazzi (BR/RJ)	Configuração aplicada a painéis frontais de console para máquina de jogos eletrônicos	21-01.P 0419	extinto
4	DI 6202411-6	2002	Antônio Cesar Ferreira	Configuração aplicada em mini jogo eletrônico	21-01.J.0038	extinto
5	DI 6203482-0	2002	Eduardo Gimenez/ Rodrigo Souza Silva	Configuração aplicada a console de controle para jogos eletrônicos em aparelhos com terminais de vídeo	21-01.J 0039	extinto
6	DI 6303732-7	2003	Jackfortun Comércio e Serviços Ltda.	Configuração aplicada a máquina de jogo eletrônico	21-01.J.0038	extinto
7	DI 6501628-9	2005	Thiago Bartos (BR/SC)	Configuração aplicada em jogo eletrônico	21-01.J.0038	nulo
8	DI 6500491-4	2005	HD Indústria e Comércio de Máquinas de Entretenimentos Ltda. ME	Configuração aplicada em gabinete de equipamento para jogos eletrônicos	21-01.J 0038	extinto
9	DI 6601036-5	2006	Adel Hassan Awad	Configuração aplicada em video game	21-01.J.0038	extinto
10	DI 6601726-2	2006	Adel Hassan Awad	Configuração aplicada em cooler para video games	21-01.J.0039	extinto
11	DI 6601032-2	2006	Adel Hassan Awad	Configuração aplicada em controle de jogos eletrônicos	21-01.J 0040	arquivado
12	DI 6601040-3	2006	Adel Hassan Awad	Disposição configurativa aplicada em cartucho para jogos eletrônicos	21-01.C 0257	extinto
13	DI 6601033-0	2006	Adel Hassan Awad	Configuração aplicada em controle do tipo analógico para jogos eletrônicos	21-01.J 0040	extinto
14	DI 6601041-1	2006	Adel Hassan Awad	Configuração aplicada em disparador para jogos eletrônicos	21-01.J 0039	arquivado
15	DI 6601912-5	2006	Magic Games Empreendimentos Comerciais Ltda. (BR/SP)	Configuração aplicada em gabinete para jogos eletrônicos diversos	21-01	em vigor
16	DI 6604518-5	2006	CCRAN Participações Ltda. (BR/SP)	Configuração aplicada em gabinete para jogos eletrônicos	21-01	extinto
17	DI 6704263-5	2007	Magic Games Empreendimentos Comerciais Ltda. (BR/SP)	Configuração aplicada em gabinete de jogos eletrônicos no formato de bola de futebol	21-01	em vigor
18	DI 7002502-9	2010	Fabian Aier Baquetti (BR/PR)	Configuração aplicada em console automotivo para video game e computadores	21.01	sustado

19	BR 30 2012 003360 8	2012	Bazzi Company Comércio, Importação de Produtos Eletrônicos Ltda.	Configuração aplicada em controle de video game	14-03	arquivado
20	BR 30 2012 001410 7	2012	Adilson Aparecido Perete Tenore	Configuração aplicada em suporte para periféricos de jogos eletrônicos de corridas de automóvel	14-99	arquivado
21	BR 30 2015 004270 2	2015	Bazzi Company Comércio, Importação de Produtos Eletrônicos Ltda.	Configuração aplicada a/em controle de video game	21.01	nulo

APÊNDICE H - Relação de empresas identificadas por CNPJ com alguma atividade marcária junto ao INPI

	Nome Fantasia	Nome Social	CNPJ	Marcas Registradas	Outras movimentações marcárias
1	127 MI	127 MI Comunicação Eireli	16.701.312/0001-62	0	1pendente
2	14Bits	14 Bits Publicidade e Propaganda Ltda..	02.568.693/000-149	2	
3	2 Mundos	2Mundos Brasil Jogos Sociais SA	12.132.953/0001-92	2	
4	3DVoyage	i3d Desenvolvimento de Aplicativos de Informática Ltda. - ME	13.836.545/0001-84	1	
5	Afterverse	Afterverse Games Ltda.	41.109.483/0001-44	0	6 depois 2020
6	AKOM Studio	Akom Studio Ltda.	29.320.102/0001-76	4	+2 pendente
7	Aoca Game Lab	AGL Desenvolvimento de Programas Ltda. - ME	37.492.085/0001-82	0	2 pendentes
8	Aquiris	Acquiris Game Studio SA	07.358.694/0001-82	6	+2 arquivados e 1 indeferido
9	Asantee Games	Dk Game Dev. Serviços de Informática	25.165.518/0001-06	1	
10	Aton Game Studio	Aton Game Studio	25.255.596/0001-00	0	1 pendente
11	Aurecas!	Aurecas Desenvolvimento de Games Ltda.	32.927.682/0001-79	1	
12	Bad Minions Game Studio	Bad Minions G S Ltda.	21.708.679/0001-48	0	1 pendente e 1 arquivado
13	Beegames	Beegames Desenvolvimento de Softwares e Jogos Ltda.	10.506.618/0001-81	0	1 arquivado - pedido de registro de marca coletiva
14	Beenoculus	Beenoculus Tecnologia Ltda.	21.867.598/0001-90	1	+6 pendentes, 3 arquivados e 2 indeferidos
15	Behold Studios	BS Jogos Eletrônicos Ltda.	15.565.034/0001-09	0	1 arquivado
16	BitCake Studio	Bitcake Studio Desenvolvimento de Software Ltda.	07.105.527/0001-20	0	1 depois de 2020
17	Bitllab	Bitllab Sistemas Ltda.	04.975.925/0001-09	0	1 arquivado e 1 pendente
18	BivisSoft	Vet Smart Software SA	13.616.298/0001-00	4	+ 7 depois de 2020, 5 arquivados e 1 pendente
19	Brand New Whatever	Pedro Torres Giglio Elaboração de Roteiros Ltda.	38.518.895/0001-23	0	1 depois de 2020
20	Bugaboo Studio Mídia Interativa e Treinamento	Bugaboo Studio Midia Interativa e Treinamento	24.238.171/0001-11	1	
21	Cafundó Estúdio Criativo	Cafundó Estudio Criativo Eireli	10.220.793/0001-08	3	1 extinto
22	Cat Nigiri	Cat Nigiri Ltda.	16.581.406/0001-45	0	3 arquivados
23	Cats in the Sky	Estudio de Design Criatividade e Entretenimento Ltda.	12.353.364/0001-34	0	2 arquivados

24	Céu Games	Céu Games Desenvolvimento de Software LTDA.	10.633.863/0001-50	1	
25	CoffeeAddictStudio	Coffee Addict Studio Desenvolvimento de Programas de Computador Ltda.	22.380.321/0001-00	3	
26	Coffeenauts	Coffeenauts Ltda.	19.029.262/0001-07	0	1 depois de 2020
27	Comtacti	Comtacti Serviços de engenharia Ltda.	58.925.496/0001-94	0	1 arquivado
28	CooperGames	CooperGames Serviços de Informática Ltda.	09.354.229/0001-07	0	1 indeferido
29	Creative hand	Creative Hand Games e Tecnologia da Informação LTDA. / Ramon Guimaraes Barbosa tecnologia da informação	30.977.874/0001-64	0	2 depois de 2020
30	Cyber Rhino Studios	Sandro Tomasetti Desenvolvimento de Softwares Ltda.	14.867.233/0001-09	1	
31	Delotech Games	Delotech Games - Sistemas e Tecnologia Ltda.	28.918.347/0001-37	0	1 indeferido
32	Demerara games	Demerara Jogos Eletrônicos Ltda.	28.795.278/0001-11	1	+ 1 arquivado
33	Donsoft Entertainment	Donsoft Entertainment Ltda.	04.587.692/0001-77	1	+ 1 arquivado
34	Double Dash Studios	Double Dash Soluções em Jogos Eletrônicos Ltda.	26.761.341/0001-73	0	2 pendentes
35	Duaik Entertainment	Duaik Entretenimento Ltda.	20.423.078/0001-26	1	+ 1 pendente e 1 arquivado
36	Elemental Game Studio	Elemental Game Studio Desenvolvedora de Jogos Ltda.	32.136.631/0001-29	0	1 depois de 2020 e 1 arquivado
37	Eludica Inovações Ltda.	Eludica Inovações Ltda.	07.395.709/0001-82	7	+1 indeferido
38	Fan Game Studio	Fan Desenvolvimento de Jogos Digitais	12.981.329/0001-60	0	1 arquivado e um pendente
39	Fan Studios	Fan Desenvolvimento de Jogos Digitais Ltda.	12.981.329/0001-60	0	1 arquivado e 1 em exame
40	Fanatee Games	Fanatee Serviços de Entretenimento Online Ltda.	17.956.883/0001-00	3	+1 indeferido
41	Farofa Studios	Farofa Studios Ltda.	14.282.242/0001-20	1	+1 indeferido e 1 arquivado
42	Fire Horse Studio	A D F Desenvolvimento de Jogos Ltda.	20.042.046/0001-80	1	
43	Fisiogames	Fisiogames Ltda.	10.996.435/0001-91	1	
44	Flipstar Studios	Flipperam Studios Ltda.	24.353.606/0001-79	1	
45	Flux Game Studio	Flux Game Studio Jogos Digitais Ltda.	17.212.680/0001-00	1	+4 arquivados
46	Flying Saci Game Studio	Flying Saci Desenvolvimento de Softwares de Games Ltda.	24.330.679/0001-45	0	1 pendente
47	Gaz Games	Gaz Games Artes Ltda.	13.843.757/0001-99	4	+ 2 pendentes, 4 indeferidos e 9 arquivados
48	Gazeus Games	Gazeus Games Serviços de Internet SA	06.264.233/0001-88	5	1 extinto e + 1 arquivado
49	Ghost Jack Entertainment	Sol Editoração Ltda.	02.034.760/0001-45	0	2 arquivados
50	Glitch Factory	TGF Experiências Interativas Ltda.	20.087.996/0001-21	1	
51	Go Gamers	Go Gamers Consultoria em Games e Gamificação Ltda.	42.914.970/0001-42	4	transferidos da Sioux + 2 depois de 2020 e 2 pendentes
52	Hermit Crab Game Studio	Hermit Crab Game Studio Ltda.	13.202.241/0001-65	0	1 depois de 2020

53	Hive	Hive Comunicação SA	06.238.292/0001-81	10	4 extintos, 28 arquivados, 1 inexistente, 5 indeferidos, 2 pendentes
54	Hoplon	Hoplon Infotainment SA	03.871.292/0001-26	45	29 extintos, 17 arquivados
55	Hyperdive	Colmarj Informática LTDA.	03.221.932/0001-52	1	1 extinto
56	Icon Games	Ikone Soft Programas de Computador Ltda. / José Lucio Mattos da Gama	10.916.640/0001-08	1	
57	Ideia à Vista	Ideia à Vista Produções Ltda.	11.761.472/0001-83	1	+2 arquivados
58	Impley	Impley Tecnologia Eletrônica Ltda.	05.681.400/0001-23	17	1 extinto
59	InfiniBrains	Infinibrains Tecnologia Ltda.	29.584.580/0001-93	2	
60	Insane Game studio	Insane Desenvolvimento de Software Eireli	10.991.525/0001-90	9	+ 7 concedidos depois de 2020 e 1 indeferido
61	Insignia Games	Insignia Games Ltda.	08.080.425/0001-60	0	2 indeferidos
62	Interama	Interama Jogos Eletrônicos Ltda.	07.887.134/0001-15	2	1 arquivado
63	Intrépido Studio	Rushed Studio Jogos Eletrônicos Ltda.	19.695.562/0001-25	0	1 arquivado
64	Izyplay	Izyplay Game Studio Ltda.	13.083.537/0001-04	1	
65	Jabuti Studios	Jabuti Filmes Ltda.	08.823.347/0001-46	2	+ 2 pendentes, 1 inexistente, 2 indeferidos e 1 arquivado
66	Jambu Tech	Jambu Tecnologia Consultoria e Engenharia Ltda.	01.103.095/0001-31	1	
67	Jera	Jera Software Agil Ltda..	12.237.255/0001-51	0	2 indeferidos
68	Jogos do Rei	Rei Entretenimento Ltda.	11.748.523/0001-37	1	
69	Joy Street	Joy Street SA	12.054.898/0001-60	9	+ 8 pendentes, 3 arquivados e 3 indeferidos
70	JoyMasher Jogos Digitais Ltda.	Joy Masher Jogos Digitais Ltda.	26.162.478/0001-01	1	
71	Jungle Digital Games	Jungle Consultoria e Soluções Sociais Ltda..	08.582.479/0001-23	2	+1 pendente
72	Jynx Playware	Jynx Playware Ltda.	04.239.611/0001-48	4	+3 arquivados
73	Keeplay	Keeplay Game Studios Ltda.	09.136.916/0001-48	1	Extinto
74	Kinship Entertainment	Kinship Game Studio Ltda.	13.217.796/0001-80	1	
75	Kokku	Kokku Games Ltda.	14.886.508/0001-43	0	+2 arquivados
76	Kreativitas	Kreativitas Studio Ltda.	41.851.218/0001-37	0	1 concedido depois de 2020 e 4 pendentes
77	Level Up!	Level Up! Interactive Ltda.	06.142.151/0001-60	26	4 extintos + 8 depois de 2002, 5 pendentes, 6 arquivados e 4 indeferidos
78	Long Hat House	Long Hat House Jogos Eletrônicos Ltda.	27.019.583/0001-59	0	2 depois de 2020
79	Ludium	Ludium Desenvolvimento de Programas Ltda.	19.581.159/0001-75	0	1 arquivado
80	Ludo Thinking	Ludo Thinking Games Ltda.	29.708.938/0001-42	2	

81	Ludos Pro	Ludos Pro Tecnologia e Aprendizagem SA	40.020.781/0001-09	6	transferidas da Sioux + 3 pendentes
82	Lunic Games	Lunic Games Entretenimento Ltda.	33.157.068/0001-38	1	
83	Mad Mimic	Mad Mimic Games e Softwares Ltda.	29.235.655/0001-20	1	+ 1 arquivado
84	Manifesto Game Studio	Manifesto Game Studio Ltda.	07.837.630/0001-64	1	+ 2 pendentes
85	Massive Work Studios	Santa Rita Studio Ltda.	26.657.188/0001-39	1	+1 inexistente e 1 arquivado
86	Maya	Maya Tecnologia e Inovação Digital Eireli	05.779.865/0001-11	0	1 indeferido
87	Meantime Mobile Creations	Meantime Desenvolvimento E Exportação de Software Ltda.	05.879.380/0001-08	5	extintos + 5 arquivados
88	Mega Jogos	Megajogos Entretenimentos Ltda.	07.321.741/0001-13	1	
89	Memy Media	Memy Media Eireli	41.925.346/0001-88	0	2 pendentes
90	Mens Sana Interactive	Mens Sana Tecnologia da Informação Ltda.	10.313.639/0001-80	0	1 depois 2020 3 pendentes
91	Mental Lab Studio	Mental Lab Desenvolvimento de Software Ltda.	26.811.622/0001-93	0	1 depois de 2020
92	Mentez	Mentez do Brasil Ltda.	11.074.627/0001-03	12	4 arquivados
93	Midipixel	Midipixel Design e Produção Musical Ltda.	13.245.844/0001-44	2	
94	Mito Games	Mito Games Ltda.	25.100.184/0001-92	0	1 indeferido e 1 depois 2020 e 3 pendentes
95	Mkt Virtual	Mkt Virtual Serviços Digitais Eireli	17.395.075/0001-11	2	+1pendente
96	Monomyto Game Studio	JRE Jogos Eletrônicos Eireli	28.820.804/0001-56	0	1 conc. 2021 +6 arquivados e 3 inexistentes
97	MyPlay Mobile	My Play Mobile Softwares LTDA.	10.831.769/0001-05	0	+ 41 arquivados e 2 indeferidos
98	Nano studio	Nano Mobile Studio Desenvolvimento de Software Ltda.	09.006.733/0001-08	0	1 arquivado
99	Napalm Studio	Napalm Studio Produção Audiovisual Ltda.	0.5776.327/0001-73	0	4 arquivados
100	Nexia	Nexia Marketing e Comunicação Ltda.	10.583.721/0001-25	5	+3 depois 2020, 3 pendentes, 2 arquivados e 1 indeferido
101	Núcleo Sistemas	Núcleo Sistemas de Informática Ltda.	72.397.268/0001-10	0	1 arquivado
102	Nuuvem	Nuuvem Ltda.	17.126.332/0001-10	1	+2 pendentes e 6 indeferidos
103	O2 Games	O2 Games - Desenvolvimento e Comercialização de Softwares SA	07.260.618/0001-30	2	extintos + 1 arquivado
104	Oktagon Games	Oktagon Desenvolvimento de Jogos Eletrônicos SA	11.081.275/0001-13	2	
105	Oni Tecnologia e Serviços Ltda.	Oni Tecnologia e Serviços Ltda.	08.428.202/0001-40	0	1 pendente e 2 arquivados
106	Onrizon	Spadilhas Comunicação Digital Ltda.	16.612.817/0001-50	0	1 depois de 2020 e 4 pendentes
107	Pain Gaming	Pain Gaming Esportes Eletrônicos Eireli	13.529.723/0001-24	14	+1 depois 2020 e 5 pendentes
108	Palmssoft Tecnologia	Palmssoft Tecnologia e Desenvolvimento de Software SA	05.810.691/0001-02	2	+1 pendente
109	PetitFabrik	Petit Fabrik Entretenimento Ltda.	08.813.728/0001-44	6	4 depois 2020, + 13 arquivadas e 3 indeferidos 5 pendentes
110	Pixodust	Pixodust Aplicativos Ltda.	30.034.069/0001-05	4	

111	Playerum	Playerum Desenvolvimento de Conteúdo Interativo Ltda.	09.496.038/0001-71	1	+ 3 concedidos em 2021
112	Playmove	Playmove Indústria e Comércio SA	08.891.108/0001-23	2	+ 3 depois 2020 e 3 indeferidos
113	PlaySTEM Academy	Playstem Conteúdos em Ciência, tecnologia, Engenharia e Matemática	08.505.057/0001-54	0	4 pendentes
114	Pocket Trap	Pocket Trap Games e Desenvolvimento Ltda..	18.565.548/0001-44	4	
115	Puga Studios	Puga Studios Ltda.	19.255.148/0001-03	1	
116	Pulsatrix Studios	Pulsatrix Desenvolvedora de Jogos Ltda.	32.503.057/0001-08	0	1 depois de 2020
117	PushStart	Elevation Tecnologia e Comunicação Ltda.	14.150.253/0001-56	3	+ 1 pendente e 2 depois de 2020
118	Red Stomp	Redstomp Desenvolvimento de Programas Ltda.	17.639.379/0001-87	0	1 indeferido
119	Reload Game Studio	Reload Desenvolvimento de Jogos Eletrônicos Ltda.	12.875.396/0001-08	1	
120	Rockhead Games	Rockhead Estúdios S/A	12.781.917/0001-50	1	
121	Rogue Snail	Rogue Snail Criação de Jogos Ltda.	20.981.194/0001-60	1	
122	Sagatics Game Developers	Sagatics Game Developers SA	13.623.051/0001-11	0	2 depois de 2020
123	Silver Games	Silver Games Desenvolvimento de Jogos e Softwares Ltda.	26.941.882/0001-83	10	+ 14 arquivados
124	Sinergia Games	Sinergia Games Produções Audiovisuais Ltda.	12.086.423/0001-55	8	+2 depois 2020 e 1 pendente
125	Singol Games Educacionais	Singol Games Educacionais Ltda.	14.897.217/0001-50	1	2 arquivados
126	Sisttech	Sioux Serviços de Informática Ltda..	00.316.268/0001-37	15	+ 1 pendente, 11 indeferidos 1 inexistente e 1 arquivado
127	Skyjaz	Skyjaz Desenvolvimento de Jogos e Software Ltda.	21.984.845/0001-39	2	5 arquivados
128	Smash Mountain	SMS Desenvolvimento de Softwares Ltda.	27.112.999/0001-17	2	
129	Smyowl	Smyowl Desenvolvimento de Softwares Ltda.	14.362.548/0001-96	10	+ 11 arquivados
130	Sotero Tech	Sotero Tecnologia em Software Ltda.	13.418.043/0001-33	0	1 arquivado
131	SouthboxStudio (SouthBox)	Merkel & Scortegagna Ltda.	20.482.257/0001-34	0	1 arquivado
132	Space Sheep Games	Space Sheep Games Tecnologia da Informação Ltda.	12.321.503/0001-48	0	8 depois de 2020
133	Stardust studio	Stardust Studio Ltda.	20.754.418/0001-00	0	6 arquivados
134	Sunland Entertainment studios	Sunland Estúdios de Entretenimento Ltda.	20.619.882/0001-85	1	+1 arquivado
135	Tec Toy	Tec Toy Desenvolvimento Digital Ltda.	07.945.154/0001-03	0	2 arquivados
136	Techfront	Techfront Desenvolvimento de Softwares SS Ltda.	06097284000162	1	extinto +2 arquivados
137	Thetis Games	Thetis Games - Serviços de Informática Ltda..	18.636.157/0001-73	0	1 indeferido
138	ThinkBox Games	ThinkBox Editora e Informática Ltda.	16.894.668/0001-60	2	+1 depois 2020
139	Tilt Machine	Tilt Machine Desenvolvimento de Jogos Eletrônicos Ltda.	17.847.563/0001-12	0	3 arquivados 1 indeferido
140	Topic Play Games	Topic Play Games Desenvolvimento e Licenciamento de Programas Ltda.	21.718.204/0001-32	0	3 arquivados
141	uPlay	Uplay Tecnologia Ltda.	05.482.466/0001-94	2	+ 1 indeferido

142	Uruca Game Studio	Philippe Alves Lepletier	24.788.910/0001-49	1	
143	Uzmi Games Studio	Uzmi Games Studio Ltda.	42.422.262/0001-94	0	8 depois de 2020 e 3 pendentes
144	Vértice Games	Vértice Games Comércio de Jogos e Serviços de Desenvolvimento Ltda.	57.167.256/0001-05	0	1 arquivado
145	Vesta gaming	Vesta Gaming SA	13.072.263/0001-58	0	1 indeferido
146	Virtopia	Virtopia Realidade Virtual Ltda.	11.441.818/0001-66	0	2 depois de 2020 e 1 arquivado
147	Virtualize Soluções Digitais Criativas	Virtualize Interatividade Digital Ltda.	08.668.272/0001-76	1	+3 arquivados, 2 indeferidos e 1 inexistente
148	Viware	Viware Desenvolvimento de Sistemas e Software SA	13.201.226/0001-00	0	4 depois de 2020
149	VrMonkey	Naked Monkey Ltda.	18.283.611/0001-50	0	1 depois 2020 e 1 pendente
150	Warp Lemon	Warp Lemon Desenvolvimento de Jogos Ltda.	22.613.104/0001-04	1	
151	Webcore Games	Webcore Serviços Ltda.	03.344.997/0001-95	1	+ 1 concedido depois de 2020
152	Wondernaut Studio	Wondernaut Studio Desenvolvimento de Softwares Ltda.	37.197.615/0001-60	0	1 depois de 2020
153	Yellow Panda Games	Yellow Panda Entretenimento Digital Ltda.	29.780.650/0001-89	1	1 pendente, 2 indeferidos
154	Zaxistools	Zaxistools Softwares Ltda.	10.776.526/0001-11	1	1 depois 2020

APÊNDICE I - Relação de desenvolvedoras cujos CNPJs não foram encontrados no banco de marcas do INPI mas apresentaram resultados com buscas por termo exato ou por radical nos seus nomes fantasia

	Nome Fantasia	Nome Social	CNPJ	Busca marca exata	Busca radical
1	99lab	Nine Nine Lab Tecnologia Ltda.	25.011.601/0001-20	1 (inexistente)	-
2	Arcolabs	Arcolabs Arte e Código Laboratório de Inovação e Serviços Ltda.	23.964.264/0001-60	1	-
3	Arena Game Studio	Arena Desenvolvimento de Jogos e Aplicativos Ltda.	22.086.150/0001-00	0	3
4	ArtDaggers Outsourcing Studio	Artdaggers Design Terceirizado para Jogos Ltda./ Artdaggers	34.394.368/0001-01	1	-
5	Arvore	Árvore Digital Entretenimento em Midia e TV EIRELI	09.074.529/0001-24	2 (1 arquivado e 1 indeferido)	-
6	Astrum Games	Daniel Fernandes Ribeiro	32.002.816/0001-40	1	-
7	Beelieve	Beelieve Gestora de Sistemas de Franquias e Aceleradora de Resultados Digitais Ltda.	10.341.952/0001-22	0	1 (indeferido)
8	Black River Studios	J L de Brito Produções	16.605.335/0001-73	3	-
9	Brais Games	Brais Games Software Ltda.	40.730.725/0001-50	2 (pendentes)	-
10	Digi Ten	Digi Ten, Tecnologia da Informação Ltda.	19.120.744/0001-78	1 arquivada e 1 arquivada de 1990	-
11	Dumativa Estúdio de Criação	Dumativa Game Studio Ltda.	35.334.951/0001-81	2 arquivados	-
12	Eguru	E-guru Participações, Marketing, Sistemas e Educação Ltda.	13.460.101/0001-97	1 transferido para LG	-
13	Firecast Studio	Firecast Studio Tecnologia Ltda.	27.750.978/0001-27	2 arquivados	-
14	Fuze	Fuze Serviços de Tecnologia Ltda.	18.083.567/0001-34	2 pendentes na 41	-
15	Glu	Glu Mobile Brasil Ltda.	08.408.709/0001-32	1	-
16	Homo Ludens	Homo Ludens Serviços Administrativos Ltda.	18.304.557/0001-81	1 arquivado	-
17	Ideal Opposite	Gabriel Pasini Gava	34.172.435/0001-35	2	-
18	Ignis	Ignis Digital Consultoria e Assessoria em Informática Ltda..	30.722.761/0001-18	1	-
19	Leo Games	Leonardo Silva de Lima 01024886301	30.150.331/0001-79	0	1 pendente
20	Ludens	Ludens Diversões Eletrônicas Ltda.	52.707.288/0002-13	1 extinto	-
21	Mango Lab	Mango Lab Desenvolvimento de Software Ltda.	14.698.174/0001-84	2 arquivados e 1 pendente	-
22	Messier	Alexandra Nicolas Produções Eireli	12.343.880/0001-88	1	-
23	Metacore	Meta Core Consultoria e Serviços em Tecnologia Ltda.	10833814/0001-60	1pendente internacional	-

24	Mobjoy	Mobjoy Desenvolvimento de Aplicativos Eletrônicos Ltda.	13.222.717/0001-20	1	-
25	Modus Studios Brazil	Modus Studios Desenvolvimento de Licenciamento de Games Ltda.	34.505.924/0001-61	1 depois de 2020	-
26	Movile	Movile Serviços em Tecnologia Ltda.	08.343.528/0001-75	1 indeferido, 1 extinto, 2 em vigor	-
27	MTI Studio	MTI Studio Ltda.	10.635.624/0001-39	1 depois de 2020	-
28	Nomad	Nomad Serviços de Desenvolvimento e Licenciamento de Software Ltda.	36.898.700/0001-92	1 em vigor 1 indeferido e 3 pendentes	-
29	Nova	Nova XS Tecnologia da Informação Ltda.	18.494.220/0001-84	3 arquivados 2 em vigor 2 indeferidos 1 pendente	-
30	N-time	Anytime Soluções em Tecnologia Ltda.	31.959.906/0001-61	1 indeferido	-
31	OGG Simulação Empresarial	OGG Simulação Empresarial Ltda.	03.178.021/0001-90	1 arquivado	-
32	Oktagon Games	Oktagon Desenvolvimento de Jogos Eletrônicos SA	11.081.275/0002-02	1	-
33	Oniria	Oniria Tech Soluções em Tecnologia Ltda.	10.949.934/0001-28	1	-
34	Overlord Game Studio	Overlord Game Studio Desenvolvimento de Jogos Ltda.	27.796.847/0001-80	1	-
35	Overplay	Overplay Entretenimento Digital Ltda.	40.105.37000193	2 arquivados	-
36	Overtime	Overtime Studios - Desenvolvimento de Jogos Ltda.	21.256.561/0001-26	2 pendentes internacionais 1 arquivado	-
37	Pipa Games	Pipa Studios Desenvolvimento de Sistemas Ltda.	13.454.139/0001-57	1 pendente	-
38	Play2Sell	Play2sell S.A	28.864.200/0001-01	2 e 1 pendente	-
39	Rapadura Atômica	Rapadura Atômica Estúdio de Animação e Jogos Digitais Ltda.	24.800.280/0001-80	1 arquivado	-
40	Spotland Live Graphics	Spotland Live Graphics Jogos Digitais Ltda.	26.513.441/0001-80	1	-
41	TDZ Games	TDZ Games Ltda.	24.743.632/0001-03	1 arquivado	-
42	TG Studio	TG Studio Interativa e Consultoria Ltda.	39.759.235/0001-05	1 arquivado	-
43	Top Free Games	AVL Aplicativos Ltda.	13.499.233/0001-22	1 e 1 indeferido	-
44	Usina Company	Usina Company Tecnologia da Informação Eireli	15.490.875/0001-96	1 pendente	-
45	Vaca Vitória Software	THZ Informática Ltda.	02.850.491/0001-95	1 arquivado	-
46	VOX Game Studio	ADL Game Studio Ltda.	23.757.843/0001-32	0	2
47	Wildlife	AVL Aplicativos Ltda.	13.499.233/0001-22	6 + 4 depois de 2020	-

APÊNDICE J - Relação de marcas associadas a desenvolvedoras nacionais de videogames

	Número	Apresentação	Marca	Titular	NCL	Situação	Ano da Concessão	Obs.
1	840493720	Nominativa	14bits	14bits Produções Ltda. - ME	11.09	em vigor	2020	
2	906152879	Nominativa	14bits	14bits Produções Ltda. - ME	11.09	em vigor	2020	
3	904387100	Mista	2Mundos	2Mundos Brasil Jogos Sociais SA	8.35	extinto	2007	extinto em 2018
4	831262192	Mista	2Mundos	2Mundos Brasil Jogos Sociais SA	8.35	em vigor	2007	
5	904926184	Mista	Acquiris	Acquiris Game Studio Ltda.	8.35	extinto	2008	extinto em 2019
6	907038239	Mista	Acquiris Game Studio	Acquiris Game Studio Ltda.	8.36	em vigor	2008	
7	904926168	Mista	Acquiris	Acquiris Game Studio Ltda.	8.36	em vigor	2008	
8	905108973	Nominativa	Acquiris	Acquiris Game Studio Ltda.	11.09	em vigor	2020	
9	904926133	Nominativa	Acquiris Game Studio	Acquiris Game Studio Ltda.	11.09	em vigor	2020	
10	904926087	Nominativa	Acquiris Game Studio	Acquiris Game Studio Ltda.	11.28	em vigor	2018	
11	917762525	Mista	Hero Among Us	ADF Desenvolvimento de Jogos Ltda. (Fire Horse)	9.28	em vigor	2015	
12	917721845	Mista	Akom	Akom Studio Ltda. - ME	8.38	extinto	2007	extinto em 2018
13	917721780	Mista	Akom	Akom Studio Ltda. - ME	8.38	extinto	2008	extinto em 2019
14	917721799	Mista	Akomotion	Akom Studio Ltda. - ME	8.38	em vigor	2008	
15	917721861	Mista	Akomotion	Akom Studio Ltda. - ME	8.41	extinto	2007	extinto em 2018
16	906980143	Mista	Pain Gaming	Arthur Zarzur Curiati (Pain Game)	10.41	em vigor	2016	
17	903629976	Nominativa	Pain Gaming	Arthur Zarzur Curiati (Pain Game)	11.42	em vigor	2019	
18	918269059	Mista	Aurecas	Aurecas Desenvolvimento de Games Ltda.	8.41	em vigor	2007	
19	919476783	Mista	Clinipic	Beenoculus Tecnologia Ltda.	8.45	extinto	2009	extinto em 2020
20	908339151	Mista	Bivissoft	Bivis Software Ltda. (Vet smart)	8.42	extinto	2007	extinto em 2018
21	906066468	Mista	Vet Smart Brasil	Bivis Software Ltda. (Vet smart)	11.09	em vigor	2019	
22	908458126	Nominativa	Vet Smart	Bivis Software Ltda. (Vet smart)	11.09	em vigor	2020	
23	908458061	Nominativa	Bivissoft	Bivis Software Ltda. (Vet smart)	11.28	em vigor	2018	
24	916175359	Mista	Bugaboo Studio	Bugaboo Studio Midia Interativa e Treinamento Ltda.-EPP	8.42	em vigor	2007	
25	901504718	Mista	Cafundó Estudio Criativo	Cafundó Estúdio Criativo Ltda. ME	8.42	extinto	2007	extinto em 2018
26	918831857	Mista	Tetragon	Cafundó Estúdio Criativo Ltda. ME	11.09	em vigor	2018	
27	918831806	Mista	Tetragon	Cafundó Estúdio Criativo Ltda. ME	11.09	em vigor	2018	
28	901997005	Mista	Céu Game	Céu Games Desenvolvimento de Software Ltda. - ME	8.42	extinto	2010	extinto em 2021
29	914982540	Mista	Coffee Addict Game Studio	Coffee Addict Studio	9.09	extinto	2009	extinto em 2021

30	914982516	Nominativa	Hazel Sky	Coffee Addict Studio	11.09	em vigor	2020	
31	914982508	Nominativa	Coffee Addict	Coffee Addict Studio	11.28	em vigor	2018	
32	824354168	Mista	Hyperdrive	Colmarj Informática Ltda.	9.41	em vigor	2011	
33	917062876	Mista	Demerara Games	Demerara Games Desenvolvimento Ltda. - ME	9.09	em vigor	2013	
34	910060266	Mista	Gesuas	Digital Entertainment Studios Ltda. ME/ Jungle Consultoria e Soluções Sociais Ltda.	9.25	em vigor	2012	
35	910060231	Mista	Gesuas	Digital Entertainment Studios Ltda. ME/ Jungle Consultoria e Soluções Sociais Ltda.	9.28	extinto	2010	extinto em 2021
36	918391520	Nominativa	Magic Rampage	DK Game Dev. Serviços de Informática Ltda. (Asantee Games)	11.25	em vigor	2019	
37	902372602	Nominativa	Capoeira Legends	Donsoft Entertainment Ltda.	11.28	em vigor	2018	
38	915017385	Nominativa	Sand Bullets	Duaik Entretenimento Ltda.	11.28	em vigor	2019	
39	916184021	Mista	Laboratório da Luna	Elevation Tecnologia e Comunicação Ltda. - ME	9.42	em vigor	2012	
40	912811846	Mista	Push Start	Elevation Tecnologia e Comunicação Ltda. - ME	10.42	em vigor	2015	
41	912813407	Nominativa	Pushstart	Elevation Tecnologia e Comunicação Ltda. - ME	11.42	em vigor	2018	
42	918250358	Mista	Ludacti	Eludica Inovações Ltda.	9.45	em vigor	2014	
43	918250315	Mista	Zeroax	Eludica Inovações Ltda.	11.09	em vigor	2020	
44	904579425	Nominativa	Ludacti	Eludica Inovações Ltda.	11.09	em vigor	2020	
45	910250235	Nominativa	Eludica	Eludica Inovações Ltda.	11.09	em vigor	2020	
46	914208551	Nominativa	Escola21	Eludica Inovações Ltda.	11.25	em vigor	2019	
47	914208594	Nominativa	Ludr	Eludica Inovações Ltda.	11.25	em vigor	2019	
48	904579450	Nominativa	Ludacti	Eludica Inovações Ltda.	11.28	em vigor	2019	
49	906823943	Mista	Letroca	Fanatee Serviços de Entretenimento Online Ltda..	9.42	em vigor	2012	
50	906824273	Mista	Missing Link	Fanatee Serviços de Entretenimento Online Ltda..	10.28	em vigor	2017	
51	906824397	Mista	Missing Link	Fanatee Serviços de Entretenimento Online Ltda..	10.28	em vigor	2018	
52	906677424	Mista	Farofa Studios	Farofa Studios Ltda.	9.09	em vigor	2015	
53	902484206	Mista	Fisiogames	Fisiogames Desenvolvimento de Softwares e Jogos Digitais Ltda. ME	9.09	em vigor	2018	
54	918997356	Nominativa	Crystal Chasers	Flipperam Studios Ltda.	11.35	em vigor	2019	
55	917985087	Mista	Flux Games	Flux Game Studio Jogos Digitais Ltda.	9.16	extinto	2011	extinto em 2022
56	907022081	Mista	Infocoders	Gaz Games Ltda. - ME	9.41	em vigor	2012	

57	907021905	Mista	Infocoders	Gaz Games Ltda. - ME	9.41	em vigor	2012	
58	907021972	Mista	Infocoders	Gaz Games Ltda. - ME	9.41	em vigor	2013	
59	907021697	Mista	Turma do Gazozo, Gazozzo, Jr, Gazolinda, Gaz Gomez e Gazitto	Gaz Games Ltda. - ME	11.09	em vigor	2019	
60	826891187	Mista	Gazzag	Gazeus Games Serviços de Internet SA	9.25	extinto	2011	extinto em 2022
61	901356751	Mista	Jogatina	Gazeus Games Serviços de Internet SA	9.41	em vigor	2014	
62	903691442	Nominativa	Gazeus	Gazeus Games Serviços de Internet SA	11.35	em vigor	2019	
63	903691426	Nominativa	Gazeus	Gazeus Games Serviços de Internet SA	11.35	em vigor	2019	
64	903691434	Nominativa	Gazeus	Gazeus Games Serviços de Internet SA	11.41	em vigor	2019	
65	914508229	Mista	Pesquisa Game Brasil PGB	Go Gamers Consultoria em Games e Gamificação Ltda. (transferida da Sioux)	10.41	em vigor	2016	
66	914495674	Mista	Pesquisa Game Brasil PGB	Go Gamers Consultoria em Games e Gamificação Ltda. (transferida da Sioux)	10.41	em vigor	2016	
67	917260767	Nominativa	Pesquisa Game Brasil PGB	Go Gamers Consultoria em Games e Gamificação Ltda. (transferida da Sioux)	11.28	em vigor	2020	
68	917260805	Nominativa	Pesquisa Game Brasil PGB	Go Gamers Consultoria em Games e Gamificação Ltda. (transferida da Sioux)	11.35	em vigor	2020	
69	902310534	Mista	Takô - A Lenda do Haichikai	Hive Comunicação Ltda.	8.35	em vigor	2007	
70	910984905	Mista	Beepos	Hive Comunicação Ltda.	8.41	extinto	2007	extinto em 2018
71	910985049	Mista	Beepos	Hive Comunicação Ltda.	8.41	em vigor	2007	
72	903878593	Mista	Candypot!	Hive Comunicação Ltda.	8.42	extinto	2007	extinto em 2018
73	901408212	Mista	Hive	Hive Comunicação Ltda.	9.35	extinto	2011	extinto em 2022
74	901407933	Mista	Hive	Hive Comunicação Ltda.	9.35	extinto	2011	extinto em 2022
75	900866225	Mista	Hive Entertainment	Hive Comunicação Ltda.	9.35	extinto	2011	extinto em 2022
76	900865776	Mista	Hive Entertainment	Hive Comunicação Ltda.	9.35	em vigor	2014	
77	910985090	Nominativa	Beepos	Hive Comunicação Ltda.	11.28	em vigor	2019	
78	910984948	Nominativa	Beepos	Hive Comunicação Ltda.	11.35	em vigor	2019	
79	826807720	Mista	Core Consortium	Hoplon Infotainment SA	8.28	extinto	2008	extinto em 2019
80	90145838	Mista	Bitverse	Hoplon Infotainment SA	8.41	extinto	2008	extinto em 2019
81	901458520	Mista	Bitverse	Hoplon Infotainment SA	8.42	extinto	2007	extinto em 2018
82	826807739	Mista	Core Consortium	Hoplon Infotainment SA	9.09	em vigor	2012	
83	827398565	Mista	Core Consortium	Hoplon Infotainment SA	9.09	em vigor	2012	
84	827398581	Mista	Core Consortium	Hoplon Infotainment SA	9.09	em vigor	2012	
85	827398573	Mista	Core Consortium	Hoplon Infotainment SA	9.09	em vigor	2012	
86	827398557	Mista	Core Consortium	Hoplon Infotainment SA	9.09	em vigor	2013	

87	915091100	Mista	Heavy Metal Machines	Hoplon Infotainment SA	9.28	em vigor	2014	
88	905090406	Mista	Heavy Metal Machines	Hoplon Infotainment SA	9.28	em vigor	2015	
89	915091364	Mista	Heavy Metal Machines	Hoplon Infotainment SA	9.28	em vigor	2015	
90	905913078	Mista	Heavy Metal Machines	Hoplon Infotainment SA	9.28	em vigor	2015	
91	901458627	Mista	Hoplon	Hoplon Infotainment SA	9.35	em vigor	2014	
92	901458635	Mista	Hoplon	Hoplon Infotainment SA	9.35	em vigor	2014	
93	901458619	Mista	Hoplon	Hoplon Infotainment SA	9.35	em vigor	2016	
94	901458570	Mista	Hoplon	Hoplon Infotainment SA	9.35	em vigor	2017	
95	901458449	Mista	Taikodom	Hoplon Infotainment SA	10.42	em vigor	2017	
96	903877961	Mista	Taikodom	Hoplon Infotainment SA	10.42	em vigor	2017	
97	901458414	Mista	Taikodom	Hoplon Infotainment SA	10.42	em vigor	2018	
98	901458490	Mista	Taikodom	Hoplon Infotainment SA	10.42	em vigor	2018	
99	901458430	Mista	Taikodom	Hoplon Infotainment SA	10.42	em vigor	2018	
100	901458392	Mista	Taikodom	Hoplon Infotainment SA	10.45	em vigor	2015	
101	901458414	Mista	Taikodom	Hoplon Infotainment SA	10.45	em vigor	2015	
102	826745172	Nominativa	Mega Hedron	Hoplon Infotainment SA	11.28	em vigor	2020	
103	827324189	Nominativa	BHI Behemot Heavy Industries	Hoplon Infotainment SA	11.28	em vigor	2020	
104	827324197	Nominativa	BHI Behemot Heavy Industries	Hoplon Infotainment SA	11.28	em vigor	2020	
105	826745199	Nominativa	Hoplon	Hoplon Infotainment SA	11.28	em vigor	2020	
106	827324200	Nominativa	Hoplon	Hoplon Infotainment SA	11.28	em vigor	2020	
107	827324227	Nominativa	Hoplon	Hoplon Infotainment SA	11.28	em vigor	2020	pedido internacional transitando
108	827324278	Nominativa	Taikodom	Hoplon Infotainment SA	11.35	em vigor	2018	
109	827324359	Nominativa	BHI Behemot Heavy Industries	Hoplon Infotainment SA	11.35	em vigor	2019	
110	826745180	Nominativa	Taikodom	Hoplon Infotainment SA	11.35	em vigor	2019	
111	826747523	Nominativa	Taikodom	Hoplon Infotainment SA	11.35	em vigor	2019	
112	827324286	Nominativa	Taikodom	Hoplon Infotainment SA	11.35	em vigor	2019	
113	827324260	Nominativa	Taikodom	Hoplon Infotainment SA	11.35	em vigor	2019	
114	827324235	Nominativa	Hoplon	Hoplon Infotainment SA	11.35	em vigor	2019	
115	827324170	Nominativa	BHI Behemot Heavy Industries	Hoplon Infotainment SA	11.38	em vigor	2020	
116	826747515	Nominativa	Mega Hedron	Hoplon Infotainment SA	11.41	em vigor	2018	
117	827324243	Nominativa	Taikodom	Hoplon Infotainment SA	11.41	em vigor	2018	

118	827324251	Nominativa	Taikodom	Hoplon Infotainment SA	11.41	em vigor	2018	
119	827324340	Nominativa	BHI Behemot Heavy Industries	Hoplon Infotainment SA	11.41	em vigor	2018	
120	826745202	Nominativa	Hoplon	Hoplon Infotainment SA	11.41	em vigor	2019	
121	827324219	Nominativa	Hoplon	Hoplon Infotainment SA	11.41	em vigor	2019	
122	902488449	Nominativa	Taikodom Living Universe	Hoplon Infotainment SA	11.41	em vigor	2019	
123	902488295	Nominativa	Taikodom Living Universe	Hoplon Infotainment SA	11.41	em vigor	2019	
124	912888792	Nominativa	3DVoyage	i3D Desenvolvimento de Aplicativos de Informática S/S Ltda. - ME	11.28	em vigor	2019	
125	903655217	Mista	Ideia a Vista	Ideia a Vista Produções Ltda.	9.41		2012	
126	906299926	Figurativa		Impley Tecnologia Eletrônica Ltda.	8.09	em vigor	2007	
127	826019811	Mista	Bowlingnet	Impley Tecnologia Eletrônica Ltda.	8.28	extinto	2007	extinto em 2018
128	904868346	Mista	I impley	Impley Tecnologia Eletrônica Ltda.	8.35	extinto	2007	extinto em 2018
129	910224013	Mista	Green Bowling	Impley Tecnologia Eletrônica Ltda.	8.35	extinto	2007	extinto em 2018
130	825969778	Mista	I Impley	Impley Tecnologia Eletrônica Ltda.	8.35	extinto	2007	extinto em 2018
131	825730988	Mista	I Impley	Impley Tecnologia Eletrônica Ltda.	8.35	extinto	2007	extinto em 2018
132	902760130	Mista	Bowling Café	Impley Tecnologia Eletrônica Ltda.	8.42	em vigor	2007	
133	906299616	Mista	IParking	Impley Tecnologia Eletrônica Ltda.	9.41	em vigor	2011	
134	904868036	Mista	I impley	Impley Tecnologia Eletrônica Ltda.	9.41	em vigor	2012	
135	826979815	Mista	Miniobowling	Impley Tecnologia Eletrônica Ltda.	10.28	em vigor	2016	
136	901329991	Mista	Winbowling	Impley Tecnologia Eletrônica Ltda.	11.09	em vigor	2019	
137	914479571	Nominativa	Impley	Impley Tecnologia Eletrônica Ltda.	11.35	em vigor	2019	
138	911658858	Nominativa	Multikiosk	Impley Tecnologia Eletrônica Ltda.	11.41	em vigor	2019	
139	900376996	Nominativa	Robokit	Impley Tecnologia Eletrônica Ltda.	11.41	em vigor	2020	
140	906960770	Nominativa	Resbi	Impley Tecnologia Eletrônica Ltda.	11.41	em vigor	2020	
141	900453311	Nominativa	Theseus	Impley Tecnologia Eletrônica Ltda.	11.41	em vigor	2020	
142	914479750	Nominativa	Impley	Impley Tecnologia Eletrônica Ltda.	11.41	em vigor	2020	
143	915949610	Mista	Docdo	Infinibrains Tecnologia Ltda.	9.09	em vigor	2014	
144	915949806	Mista	Infinibrains	Infinibrains Tecnologia Ltda.	9.41	em vigor	2012	
145	918750695	Figurativa		Insane Desenvolvimento de Softwares Ltda.	8.16	extinto	2007	extinto em 2018
146	918750555	Figurativa		Insane Desenvolvimento de Softwares Ltda.	8.16	extinto	2008	extinto em 2019
147	918750520	Mista	Profane	Insane Desenvolvimento de Softwares Ltda.	10.41	em vigor	2018	
148	918750474	Mista	Profane	Insane Desenvolvimento de Softwares Ltda.	10.41	em vigor	2018	
149	918750067	Nominativa	Profane	Insane Desenvolvimento de Softwares Ltda.	11.41	em vigor	2019	
150	830322523	Nominativa	Insane	Insane Desenvolvimento de Softwares Ltda.	11.41	em vigor	2020	
151	830322531	Nominativa	Insane	Insane Desenvolvimento de Softwares Ltda.	11.41	em vigor	2020	

152	830322540	Nominativa	Insane	Insane Desenvolvimento de Softwares Ltda.	11.41	em vigor	2020	
153	918749816	Nominativa	Profane	Insane Desenvolvimento de Softwares Ltda.	11.42	em vigor	2018	
154	830754024	Nominativa	Interama	Interama Jogos Eletrônicos Ltda.-ME	11.41	em vigor	2019	
155	830754016	Nominativa	Interama	Interama Jogos Eletrônicos Ltda.-ME	11.42	em vigor	2018	
156	913245437	Mista	Izyplay Game Studio	Izyplay Game Studio Ltda.	9.41	em vigor	2014	
157	840822472	Nominativa	Minha Rua	Jabuti Filmes Ltda.	11.41	em vigor	2019	
158	914894960	Nominativa	Sob Traçantes	Jabuti Filmes Ltda.	11.41	em vigor	2020	
159	908395078	Mista	Jambu Tecnologia	Jambu Tecnologia Consultoria e Engenharia Ltda.	9.41	em vigor	2014	
160	904166724	Nominativa	Icon Games	José Lucio Mattos da Gama (Ikone Soft Programas de Computador Ltda.)	11.42	em vigor	2018	
161	903127903	Mista	Joy Street	Joy Street SA	9.41	em vigor	2014	
162	903127890	Mista	Joy Street	Joy Street SA	9.42	extinto	2010	extinto em 2021
163	903127865	Mista	Joy Street	Joy Street SA	9.42	extinto	2011	extinto em 2022
164	903127822	Mista	Joy Street	Joy Street SA	9.42	em vigor	2011	
165	904679225	Mista	Oje	Joy Street SA	10.41	em vigor	2015	
166	904679330	Mista	Oje	Joy Street SA	10.41	em vigor	2015	
167	904174654	Nominativa	Oje Kids	Joy Street SA	11.41	em vigor	2019	
168	905431103	Nominativa	plinks	Joy Street SA	11.41	em vigor	2019	
169	904679136	Nominativa	Oje	Joy Street SA	11.41	em vigor	2020	
170	917311191	Nominativa	Blazing Chrome	Joymasher Jogos Digitais Ltda.	11.41	em vigor	2019	
171	903657821	Mista	Jynx Playware	Jynx Playware Ltda.	9.42	extinto	2011	extinto em 2022
172	903657767	Mista	Jynx Playware	Jynx Playware Ltda.	9.42	extinto	2011	extinto em 2022
173	903657805	Mista	Jynx Playware	Jynx Playware Ltda.	9.42	em vigor	2012	
174	903657856	Nominativa	Jynx Playware	Jynx Playware Ltda.	11.41	em vigor	2019	
175	913406201	Mista	Skydome	Kinship Game Studio Ltda.	10.42	em vigor	2016	
176	907134882	Figurativa		Level Up! Interactive Ltda.	8.09	extinto	2007	extinto em 2018
177	906671345	Figurativa		Level Up! Interactive Ltda.	8.09	extinto	2009	extinto em 2020
178	906671396	Figurativa		Level Up! Interactive Ltda.	8.16	extinto	2007	extinto em 2018
179	906671388	Figurativa		Level Up! Interactive Ltda.	8.16	em vigor	2007	
180	906671515	Mista	Gamestore	Level Up! Interactive Ltda.	9.25	em vigor	2010	
181	919298141	Mista	GG Credits	Level Up! Interactive Ltda.	9.28	extinto	2011	extinto em 2022
182	919298400	Mista	GG Credits	Level Up! Interactive Ltda.	9.28	em vigor	2011	
183	919297757	Mista	GG Credits	Level Up! Interactive Ltda.	9.28	em vigor	2012	
184	911281770	Mista	Hype	Level Up! Interactive Ltda.	9.41	extinto	2010	extinto em 2021
185	911281959	Mista	Hype	Level Up! Interactive Ltda.	9.41	em vigor	2010	

186	911281886	Mista	Hype	Level Up! Interactive Ltda.	9.41	em vigor	2010	
187	907134750	Mista	Level Up!	Level Up! Interactive Ltda.	9.42	em vigor	2012	
188	829763945	Mista	Level Up!	Level Up! Interactive Ltda.	9.42	em vigor	2014	
189	903786850	Mista	Level Up!	Level Up! Interactive Ltda.	9.42	em vigor	2014	
190	907134580	Mista	Level Up!	Level Up! Interactive Ltda.	9.42	em vigor	2014	
191	828184631	Mista	Level Up!	Level Up! Interactive Ltda.	9.42	em vigor	2014	
192	828184623	Mista	Level Up!	Level Up! Interactive Ltda.	9.42	em vigor	2014	
193	829763953	Mista	Level Up!	Level Up! Interactive Ltda.	9.42	em vigor	2014	
194	829763961	Mista	Level Up!	Level Up! Interactive Ltda.	9.42	em vigor	2015	
195	829763970	Mista	Level Up!	Level Up! Interactive Ltda.	9.42	em vigor	2019	
196	907134637	Mista	Level Up!	Level Up! Interactive Ltda.	9.45	extinto	2010	extinto em 2021
197	907134807	Mista	Level Up!	Level Up! Interactive Ltda.	9.45	extinto	2011	extinto em 2022
198	829763945	Mista	Level Up!	Level Up! Interactive Ltda.	9.45	em vigor	2014	
199	903787059	Mista	Quest da Vida	Level Up! Interactive Ltda.	10.42	em vigor	2015	
200	828184666	Nominativa	Level Up!	Level Up! Interactive Ltda.	11.41	em vigor	2020	
201	828184658	Nominativa	Level Up!	Level Up! Interactive Ltda.	11.41	em vigor	2020	
202	915274353	Mista	Ludos Pro	Ludos Pro Tecnologia e Aprendizagem SA (transferida da Sioux)	10.09	em vigor	2015	
203	917115511	Mista	Ludos Pro	Ludos Pro Tecnologia e Aprendizagem SA (transferida da Sioux)	10.09	em vigor	2016	
204	915273209	Mista	Ludos Pro	Ludos Pro Tecnologia e Aprendizagem SA (transferida da Sioux)	10.09	em vigor	2016	
205	917094506	Nominativa	Ludos Pro	Ludos Pro Tecnologia e Aprendizagem SA (transferida da Sioux)	11.41	em vigor	2019	
206	917093925	Nominativa	Ludos Pro	Ludos Pro Tecnologia e Aprendizagem SA (transferida da Sioux)	11.41	em vigor	2020	
207	917093682	Nominativa	Ludos Pro	Ludos Pro Tecnologia e Aprendizagem SA (transferida da Sioux)	11.41	em vigor	2020	
208	917434927	Mista	Lunic Games	Lunic Games Entretenimento Ltda.	10.09	em vigor	2016	
209	919331726	Mista	Dandy Ice	Mad Mimic Games e Softwares Ltda. Neowiz	9.09	em vigor	2013	
210	828500991	Mista	Manifesto	Manifesto Game Studio Ltda.	10.09	em vigor	2017	
211	901059200	Mista	MegaJogos	Megajogos Entretenimentos Ltda. - ME	9.42	em vigor	2014	
212	902324705	Mista	Colheita Feliz	Mentez do Brasil Ltda.	9.09	em vigor	2009	
213	902324748	Mista	Colheita Feliz	Mentez do Brasil Ltda.	9.09	extinto	2011	extinto em 2022
214	902324608	Mista	Colheita Feliz	Mentez do Brasil Ltda.	9.09	extinto	2011	extinto em 2022
215	902324802	Mista	Colheita Feliz	Mentez do Brasil Ltda.	9.09	em vigor	2011	
216	902325027	Mista	Mentez	Mentez do Brasil Ltda.	10.09	em vigor	2020	

217	902324888	Mista	Mentez	Mentez do Brasil Ltda.	10.09	em vigor	2020	
218	902324683	Nominativa	Colheita Feliz	Mentez do Brasil Ltda.	11.42	em vigor	2018	
219	902324993	Nominativa	Mentez	Mentez do Brasil Ltda.	11.42	em vigor	2018	
220	902324772	Nominativa	Colheita Feliz	Mentez do Brasil Ltda.	11.42	em vigor	2019	
221	902324934	Nominativa	Mentez	Mentez do Brasil Ltda.	11.42	em vigor	2019	
222	902324837	Nominativa	Colheita Feliz	Mentez do Brasil Ltda.	11.42	em vigor	2020	
223	902324640	Nominativa	Colheita Feliz	Mentez do Brasil Ltda.	11.42	em vigor	2020	
224	918226724	Mista	Midipixel	Midipixel Design e Produção Musical Ltda.	10.16	em vigor	2016	
225	918226147	Mista	Midipixel	Midipixel Design e Produção Musical Ltda.	10.16	em vigor	2018	
226	916695336	Mista	Juicy Santos	Mkt Virtual Serviços Digitais Eireli	9.42	extinto	2011	extinto em 2022
227	916512711	Mista	Mukutu	Mkt Virtual Serviços Digitais Eireli	10.35	em vigor	2016	
228	914123653	Figurativa		Nexia Marketing e Comunicação Ltda. ME	8.28	extinto	2007	extinto em 2018
229	907239889	Mista	FSHN	Nexia Marketing e Comunicação Ltda. ME	9.16	extinto	2011	extinto em 2022
230	908011490	Mista	Nirvana	Nexia Marketing e Comunicação Ltda. ME	10.35	em vigor	2018	
231	909288020	Mista	Tsunami	Nexia Marketing e Comunicação Ltda. ME	11.09	em vigor	2019	
232	909179620	Mista	Tsunami	Nexia Marketing e Comunicação Ltda. ME	11.09	em vigor	2019	
233	904097137	Mista	Nuuvem	Nuuvem Jogos Digitais SA	10.38	em vigor	2016	
234	828864322	Mista	Gamegol	O2 Games - Desenvolvimento e Comercialização de Softwares	9.16	em vigor	2014	
235	828864330	Mista	O2 Games	O2 Games - Desenvolvimento e Comercialização de Softwares	10.39	em vigor	2016	
236	919103030	Mista	Oktagon Games	Oktagon Desenvolvimento de Jogos Eletrônicos SA	10.41	em vigor	2015	
237	919102794	Nominativa	Trial of Titans	Oktagon Desenvolvimento de Jogos Eletrônicos SA	11.42	em vigor	2020	
238	913683019	Figurativa		Pain Gaming Esportes Eletrônicos Eireli-ME	8.25	extinto	2007	extinto em 2018
239	913683035	Figurativa		Pain Gaming Esportes Eletrônicos Eireli-ME	8.25	extinto	2007	extinto em 2018
240	913683051	Figurativa		Pain Gaming Esportes Eletrônicos Eireli-ME	8.28	extinto	2007	extinto em 2018
241	913683043	Figurativa		Pain Gaming Esportes Eletrônicos Eireli-ME	8.28	em vigor	2007	
242	913692735	Mista	Pain Gaming	Pain Gaming Esportes Eletrônicos Eireli-ME	10.41	em vigor	2015	
243	913682977	Mista	Pain Gaming	Pain Gaming Esportes Eletrônicos Eireli-ME	10.41	em vigor	2015	
244	913692859	Mista	Pain Gaming	Pain Gaming Esportes Eletrônicos Eireli-ME	10.41	em vigor	2015	
245	913692948	Mista	Pain Gaming	Pain Gaming Esportes Eletrônicos Eireli-ME	10.41	em vigor	2016	
246	913682993	Mista	Pain Gaming	Pain Gaming Esportes Eletrônicos Eireli-ME	10.41	em vigor	2016	
247	913692832	Mista	Pain Gaming	Pain Gaming Esportes Eletrônicos Eireli-ME	10.41	em vigor	2016	
248	913692913	Mista	Pain Gaming	Pain Gaming Esportes Eletrônicos Eireli-ME	10.41	em vigor	2016	

249	913692883	Mista	Pain Gaming	Pain Gaming Esportes Eletrônicos Eireli-ME	10.41	em vigor	2016	
250	907329071	Nominativa	G4decision	Palmsoft Tecnologia e Desenvolvimento de Software Ltda.	11.42	em vigor	2020	
251	907329101	Nominativa	G4decision	Palmsoft Tecnologia e Desenvolvimento de Software Ltda.	11.45	em vigor	2020	
252	919301371	Mista	Bobo	Petit Entretenimento Fabrik Ltda.	8.42	em vigor	2007	
253	919301436	Mista	Chip	Petit Entretenimento Fabrik Ltda.	8.42	em vigor	2011	
254	919230997	Mista	Lupita	Petit Entretenimento Fabrik Ltda.	10.09	em vigor	2016	
255	919300871	Mista	Lupita	Petit Entretenimento Fabrik Ltda.	10.09	em vigor	2016	
256	919301681	Mista	Lupita no Planeta de Gente Grande	Petit Entretenimento Fabrik Ltda.	10.09	em vigor	2016	
257	919301290	Mista	Mama	Petit Entretenimento Fabrik Ltda.	10.09	em vigor	2017	
258	918959888	Mista	Uruca Game Studio	Philipe Alves Lepletier (uruca)	11.09	em vigor	2019	
259	919322310	Mista	Pixodust	Pixodust Aplicativos Ltda.	10.41	em vigor	2016	
260	919322395	Mista	Pixodust	Pixodust Aplicativos Ltda.	10.41	em vigor	2017	
261	919322239	Nominativa	Pixodust	Pixodust Aplicativos Ltda.	11.42	em vigor	2019	
262	919322280	Nominativa	Pixodust	Pixodust Aplicativos Ltda.	11.42	em vigor	2020	
263	917501098	Mista	Playerum	Playerum	10.41	em vigor	2017	
264	916955176	Mista	Play Move	Playmove Indústria e Comércio S.A	10.41	em vigor	2017	
265	904925153	Mista	Play Table	Playmove Indústria e Comércio S.A	10.41	em vigor	2017	
266	906589053	Nominativa	Ninjin	Pocket Trap Games e Desenvolvimento ME	11.42	em vigor	2019	
267	909754659	Nominativa	Ninjin	Pocket Trap Games e Desenvolvimento ME	11.42	em vigor	2019	
268	906589088	Nominativa	Pocket Trap	Pocket Trap Games e Desenvolvimento ME	11.42	em vigor	2020	
269	909754640	Nominativa	Ninjin	Pocket Trap Games e Desenvolvimento ME	11.42	em vigor	2018	
270	915180995	Mista	Puga	Puga Studios Ltda.	10.42	em vigor	2015	
271	830901370	Mista	Ratto	Ratto Software Programação de Sistemas Ltda.	9.42	em vigor	2014	
272	902460188	Mista	Jogos do Rei	Rei Entretenimento Ltda. ME	9.41	em vigor	2014	
273	910917779	Mista	Reload Game Studio	Reload Desenvolvimento de Jogos Eletrônicos EPP	10.42	em vigor	2015	
274	916239888	Mista	Jornada Exponencial	Renata da Silva Machado Ludo Thinking	9.41	em vigor	2014	
275	916018008	Mista	Ludo Thinking It	Renata da Silva Machado Ludo Thinking	10.09	em vigor	2015	
276	910243751	Mista	Starlit Adventures	Rockhead Estúdios SA	10.42	em vigor	2017	
277	912896140	Nominativa	Relic Hunters	Rogue Snail Criação de Jogos Ltda. - ME	11.42	em vigor	2020	
278	917541057	Mista	Musashi vs Cthulhu	Sandro Tomasetti Desenvolvimento de Softwares Ltda.	10.35	em vigor	2016	
279	917470273	Mista	Dolmen	Santa Rita Studio Ltda.	9.09	em vigor	2014	

280	913576670	Mista	Silver Games	Silver Games Desenvolvimento de Jogos e Softwares Ltda.	10.42	em vigor	2015	
281	913576816	Mista	Silver Games	Silver Games Desenvolvimento de Jogos e Softwares Ltda.	10.42	em vigor	2015	
282	913576654	Mista	Silver Games	Silver Games Desenvolvimento de Jogos e Softwares Ltda.	10.42	em vigor	2015	
283	913576743	Mista	Silver Games	Silver Games Desenvolvimento de Jogos e Softwares Ltda.	10.42	em vigor	2015	
284	913576921	Mista	Silver Games	Silver Games Desenvolvimento de Jogos e Softwares Ltda.	10.42	em vigor	2015	
285	913577235	Mista	Winplay	Silver Games Desenvolvimento de Jogos e Softwares Ltda.	11.09	em vigor	2019	
286	913577189	Mista	Winplay	Silver Games Desenvolvimento de Jogos e Softwares Ltda.	11.09	em vigor	2020	
287	913577626	Mista	Winplay	Silver Games Desenvolvimento de Jogos e Softwares Ltda.	11.09	em vigor	2020	
288	913577405	Mista	Winplay	Silver Games Desenvolvimento de Jogos e Softwares Ltda.	11.09	em vigor	2020	
289	913577502	Mista	Winplay	Silver Games Desenvolvimento de Jogos e Softwares Ltda.	11.09	em vigor	2020	
290	904248160	Mista	Amor a Toda Prova	Sinergia Games Produções Audiovisuais Ltda.	8.41	extinto	2007	extinto em 2018
291	904248127	Mista	Historias da Terra	Sinergia Games Produções Audiovisuais Ltda.	9.35	extinto	2010	extinto em 2020
292	913600083	Mista	Nibiru	Sinergia Games Produções Audiovisuais Ltda.	10.35	em vigor	2016	
293	912786345	Mista	Nibiru	Sinergia Games Produções Audiovisuais Ltda.	10.35	em vigor	2017	
294	912801573	Mista	Nibiru	Sinergia Games Produções Audiovisuais Ltda.	10.35	em vigor	2017	
295	904247961	Mista	S Sinergia Games	Sinergia Games Produções Audiovisuais Ltda.	10.42	em vigor	2015	
296	912801441	Mista	S Sinergia Games	Sinergia Games Produções Audiovisuais Ltda.	10.42	em vigor	2015	
297	904248054	Mista	Templo das Deusas	Sinergia Games Produções Audiovisuais Ltda.	11.09	em vigor	2018	
298	907297390	Mista	Kiduca	Singol Games Educacionais Ltda.	9.42	em vigor	2012	
299	909364010	Mista	Moovie Play	Sioux Serviços de Informática S/C Ltda.	10.35	em vigor	2015	
300	917258053	Mista	Moovieplay	Sioux Serviços de Informática S/C Ltda.	10.35	em vigor	2016	
301	906445140	Mista	Sioux	Sioux Serviços de Informática S/C Ltda.	10.42	em vigor	2015	
302	906445248	Mista	Sioux	Sioux Serviços de Informática S/C Ltda.	10.42	em vigor	2016	
303	914460420	Mista	Sioux Group	Sioux Serviços de Informática S/C Ltda.	10.42	em vigor	2016	
304	914463543	Mista	Sioux Group	Sioux Serviços de Informática S/C Ltda.	10.42	em vigor	2016	
305	916754405	Mista	Sioux Group	Sioux Serviços de Informática S/C Ltda.	10.42	em vigor	2016	
306	826481027	Mista	SXGames	Sioux Serviços de Informática S/C Ltda.	10.42	em vigor	2017	

307	909364222	Mista	Tella Play	Sioux Serviços de Informática S/C Ltda.	11.07	em vigor	2019	
308	917092147	Nominativa	Sioux Group	Sioux Serviços de Informática S/C Ltda.	11.42	em vigor	2019	
309	917095812	Nominativa	Verick	Sioux Serviços de Informática S/C Ltda.	11.42	em vigor	2019	
310	912912049	Nominativa	Sioux	Sioux Serviços de Informática S/C Ltda.	11.42	em vigor	2019	
311	917092236	Nominativa	Sioux Group	Sioux Serviços de Informática S/C Ltda.	11.42	em vigor	2019	
312	917096061	Nominativa	Verick	Sioux Serviços de Informática S/C Ltda.	11.42	em vigor	2019	
313	912952482	Nominativa	Sioux	Sioux Serviços de Informática S/C Ltda.	11.42	em vigor	2020	
314	909488029	Mista	Pesadelo Regressão	Skyjaz Desenvolvimento de Jogos e Software Ltda.	10.41	em vigor	2016	
315	909627703	Mista	Skyjaz	Skyjaz Desenvolvimento de Jogos e Software Ltda.	10.42	em vigor	2016	
316	914332309	Nominativa	Bejj	SMS Desenvolvimento de Software Ltda.	11.42	em vigor	2019	
317	914332473	Nominativa	Bejj	SMS Desenvolvimento de Software Ltda.	11.42	em vigor	2019	
318	905445490	Figurativa		Smyowl Desenvolvimento de Softwares Ltda.	8.28	em vigor	2007	
319	905445503	Figurativa		Smyowl Desenvolvimento de Softwares Ltda.	8.28	em vigor	2007	
320	909977321	Mista	Mob2b	Smyowl Desenvolvimento de Softwares Ltda.	10.28	em vigor	2018	
321	905445481	Mista	Smyowl	Smyowl Desenvolvimento de Softwares Ltda.	10.42	em vigor	2016	
322	905445511	Mista	Smyowl	Smyowl Desenvolvimento de Softwares Ltda.	10.42	em vigor	2017	
323	905445520	Mista	Smyowl	Smyowl Desenvolvimento de Softwares Ltda.	10.42	em vigor	2017	
324	914029967	Mista	Yesno	Smyowl Desenvolvimento de Softwares Ltda.	11.09	em vigor	2020	
325	904561941	Nominativa	Dona Venda	Smyowl Desenvolvimento de Softwares Ltda.	11.42	em vigor	2020	
326	904562018	Nominativa	Smyowl	Smyowl Desenvolvimento de Softwares Ltda.	11.35	em vigor	2018	
327	904562034	Nominativa	Smyowl	Smyowl Desenvolvimento de Softwares Ltda.	11.20	em vigor	2019	
328	916874397	Mista	Addle Earth	Sunland Estúdios de Entretenimento Ltda.	8.38	em vigor	2007	
329	900262133	Nominativa	Techfront	Techfront Desenvolvimento de Software Ltda.	11.20	em vigor	2019	
330	918155576	Nominativa	No Place for Bravery	TGF Experiências Interativas Ltda.- ME	11.35	em vigor	2018	
331	918238820	Mista	Nexboard Studio	Thinkbox Editora e Informática Ltda.	10.35	em vigor	2016	
332	918238757	Mista	Thinkbox	Thinkbox Editora e Informática Ltda.	11.09	em vigor	2018	
333	826356885	Mista	Meantime	UNW Desenvolvimento e Exportação de Software Ltda. (Meantime)	10.09	em vigor	2017	
334	826356966	Mista	Meantime	UNW Desenvolvimento e Exportação de Software Ltda. (Meantime)	10.09	em vigor	2017	
335	826356974	Mista	Meantime	UNW Desenvolvimento e Exportação de Software Ltda. (Meantime)	10.09	em vigor	2018	
336	826356893	Mista	Meantime	UNW Desenvolvimento e Exportação de Software Ltda. (Meantime)	10.09	em vigor	2018	

337	826356907	Mista	Meantime	UNW Desenvolvimento e Exportação de Software Ltda. (Meantime)	10.09	em vigor	2019	
338	906080207	Mista	Uplay	Uplay Serviços de Conteúdo Multimidia Ltda.	11.09	em vigor	2019	
339	906080150	Mista	Uplay	Uplay Serviços de Conteúdo Multimidia Ltda.	11.09	em vigor	2019	
340	915071614	Mista	FeekFIT	Virtualize Interatividade Digital Ltda. - EPP	9.09	em vigor	2018	
341	900828110	Mista	Keep Play	W&D Studios Ltda./Keepplay Game Studios Ltda. (Keepplay)	9.42	em vigor	2012	
342	917834151	Mista	Warp Lemon	Warp Lemon Desenvolvimento de Jogos Ltda.	11.09	em vigor	2019	
343	826627030	Mista	Webcore	Webcore Serviços Ltda.	11.09	em vigor	2019	
344	919869955	Mista	Yellow Panda	Yellow Panda Entretenimento Digital Ltda. - ME	11.09	em vigor	2020	
345	830487050	Mista	Zaxistools	Zaxistools Softwares Ltda.	11.09	em vigor	2020	