

Governo tem linhas de crédito para financiar game



Startups

games

Agências de financiamento público ao **Audiovisual** brasileiro dão espaço para desenvolvedoras de games

O Brasil está entre os países que mais consomem games em todo o mundo, mas, por outro lado, sua produção ainda é pequena. Um fator que influencia diretamente esse mercado é a falta de investimentos para o desenvolvimento dos jogos. Uma boa alternativa são os programas públicos de incentivo à cultura, só que é preciso que os empreendedores acompanhem esse setor e entendam como ele funciona.

O problema foi um dos temas da Brazil's Independent Games (BIG) Festival, que acontece nesta semana, em São Paulo. Durante um painel do evento, representantes de agências federais e municipais de fomento ao **Audiovisual** discutiram quais são os caminhos para os empreendedores.

No painel, intitulado “Caminhos para realizar seu game: fomento e financiamento”, **Paulo Alcoforado**, diretor da Secretaria de Políticas de Financiamento da **Agência Nacional do Cinema (Ancine)**, explicou ao público que o órgão tem linhas de financiamento de uma versão de testes jogável dos games — também conhecida como “demo”. E, segundo Alcoforado, as iniciativas garantem até R\$ 150 mil para financiamento da demonstração do jogo.

O apoio faz parte do Programa de Apoio ao Desenvolvimento do **Audiovisual** Brasileiro (PRODAV), ligado ao Fundo Setorial do **Audiovisual** (FSA). As principais restrições para os projetos são que eles devem representar produtos cuja propriedade intelectual é independente e brasileira.

Para definir isso, a **Ancine** traz algumas limitações. A empresa deve ter controle completo sobre suas operações e, no mínimo, 70% de seu capital precisa estar nas mãos de brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos. “Parcerias com outras companhias são permitidas, mas o poder dirigente da empresa deve estar preservado. Ela não pode controlar outra empresa e nem ser controladora”, explica o diretor.

Alcoforado afirma que, ainda este ano, deve ser lançada uma nova linha de desenvolvimento para produção de jogos eletrônicos em quaisquer plataformas. A iniciativa terá um valor total de R\$ 10 milhões que será investido nos projetos participantes. “Com isso, nós queremos criar um ambiente de relacionamento dos produtores de longas metragens e séries de TV com os desenvolvedores de jogos. A relação entre esses dois personagens irá permitir a criação de novos enredos cada vez mais ricos”, diz.

Os editais da PRODAV podem ser conferidos no site da **Ancine** e, para verificar detalhes sobre o programa, o empreendedor pode ler mais informações nos manuais das edições passadas. Para inscrição de projetos, o diretor recomenda que os empreendedores apresentem um protótipo do jogo, além de um plano de divulgação, que indique como o game tem potencial de visibilidade, e outro plano de condições de distribuição, que demonstrem a viabilidade de exploração comercial da obra.

Representantes de agências municipais de fomento ao **Audiovisual** também participaram do BIG Festival e mostraram interesse no mercado de games. Renato Nery, diretor executivo de inovação da agência paulista Spcine, falou sobre a importância de investir nos jogos eletrônicos: “O Brasil é o quarto maior consumidor de games no mundo, mas está em 79º na produção de jogos. Só esse argumento já mostra como nós precisamos incentivar mais esse setor.”

A Spcine conta com recursos na ordem de R\$ 1,5 milhão para fomentar produtos de **Audiovisual** e, segundo Nery, projetos de jogos de pequeno e médio porte, com orçamentos de R\$ 50 mil a R\$ 100 mil, podem se inscrever nos editais da agência.

Já em relação ao Rio de Janeiro, Edson Viana, coordenador das ações de desenvolvimento econômico da agência **RioFilme**, falou como a capital carioca precisa valorizar suas desenvolvedoras de jogos. Segundo Viana, o Rio de Janeiro é o principal polo regional do **Audiovisual** no Brasil, mas ocupa a quarta posição no mercado de games — atrás de São Paulo, Recife e Porto Alegre. Atualmente, não há editais dedicados a jogos na agência carioca, mas isso deve mudar em breve.

Nos últimos dois anos, a **RioFilme** investiu mais de R\$ 15 milhões (somando investimento reembolsáveis e não reembolsáveis) em longas, curtas e séries para TV e internet. Viana não

deu detalhes sobre futuras linhas de investimento em games, mas afirma que as iniciativas que existem para os filmes e série devem ser ampliadas aos jogos eletrônicos. “Esse é um terreno fértil para gerar resultados econômicos, e o órgão público tem o importante papel de investir seus recursos nessas áreas”, diz.

Incentivo fiscal

Outra opção de financiamento de jogos eletrônicos são as iniciativas de incentivo fiscal, com destaque para a **Lei Rouanet**. A **Lei Rouanet** é, basicamente, uma autorização pública para que o empreendedor busque capital no mercado. Os investidores podem ser empresas ou pessoas físicas e têm benefícios no imposto de renda — de até 4% para empresas e 6% para pessoas físicas.

Em 2011, os primeiros projetos relacionados à **Lei Rouanet** foram aprovados. Segundo Felipe Gabriados, do escritório CQS Advogados, não existe nenhum artigo na lei que trate os games como produção cultural, mas o **Ministério da Cultura** considera os jogos eletrônicos como produtos audiovisuais e, portanto, a produção deles pode se beneficiar com a lei.

Gabriados afirma que os primeiros games aprovados pela **Lei Rouanet** eram, em sua maioria, jogos intimamente ligados à cultura brasileira, que envolviam museus nacionais e obras de arte. O advogado diz que era de se esperar que conceitos conservadores guiassem as primeiras práticas do governo em relação aos games, mas, com o aumento de projetos inscritos, isso mudou. “Os games precisam ser considerados produtos culturais. Não importa se o jogo é de um museu ou uma corrida. Todo o trabalho com o aspecto visual, a produção sonora e a interatividade são característicos de uma manifestação cultural”, diz.

Bruno Amado, diretor da desenvolvedora Overpower Studio, conta que teve que fazer três tentativas para ter sucesso na **Lei Rouanet**. “Nós tínhamos o projeto de um game de corrida armada, chamado Kill Metal Racing, e os inscrevemos na **Lei Rouanet**. Fomos reprovados duas vezes e eles nos pediam mudanças, mas não queríamos fazer um jogo cultural e folclórico, por exemplo. Então, adaptamos os cenários para que mostrassem ambientes do Brasil e conseguimos a aprovação mês passado”, diz.

De acordo com Amado, para inscrever um projeto na **Lei Rouanet**, as desenvolvedoras devem descrever detalhadamente a história do jogo, além de informar a previsão dos gastos em cada etapa do desenvolvimento e os custos com mão de obra. “O melhor a fazer é procurar um escritório de advocacia especialista nessa área, pois eles ajudam a montar o projeto. E, depois que ele é aprovado, começa outra etapa: a luta para apresentar o jogo a empresas e conseguir patrocínio”, diz.