

UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC

CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

MIGUEL JERONIMO NETO

**PERCEPÇÕES QUANTO O DESENVOLVIMENTO DE MERCADO DISCUTIDO NA
PROPOSTA DE EMENDA À CONSTITUIÇÃO 51/2017**

CRICIÚMA

2021

MIGUEL JERONIMO NETO

**PERCEPÇÕES QUANTO O DESENVOLVIMENTO DE MERCADO DISCUTIDO NA
PROPOSTA DE EMENDA À CONSTITUIÇÃO 51/2017**

Projeto de Trabalho Conclusão de Curso,
apresentado para obtenção do grau de bacharel
no curso de Ciências Contábeis da Universidade
do Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Orientador: Prof. Me. Luan Philippi Machado

CRICIÚMA

2020

MIGUEL JERONIMO NETO

**PERCEPÇÕES QUANTO O DESENVOLVIMENTO DE MERCADO DISCUTIDO NA
PROPOSTA DE EMENDA À CONSTITUIÇÃO 51/2017**

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado pela Banca Examinadora para obtenção do Grau de bacharel, no Curso de Ciências Contábeis da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC, com Linha de Pesquisa em Contabilidade Tributária.

Criciúma, 24 de junho de 2021

BANCA EXAMINADORA

Prof. Me. Luan Philippi Machado - (UNESC) - Orientador

Prof. Me. Anderson Benfatto (UNESC)

Prof. Esp. Luciano da Rocha Ducioni – (UNESC)

Dedico esta pesquisa ao magnífico Odin, que outrora, fora meu gato. Nos veremos novamente um dia.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos que ficaram ao meu lado nestes tempos difíceis. Agradeço ao meu orientador, por ter toda a paciência do mundo. Agradeço meus amigos, aos quais não preciso citar nomes, estes já sabem o quanto os amo.

Agradeço a minha mãe, por ter dado tudo de si, sozinha, para me ver chegar aqui. Nós conseguimos.

“Vive-se hoje numa tentativa de alcançar o topo da Torre de Babel, com construtores falando línguas diversas, apesar de seu objetivo comum de alcançar Deus.”

Schmidt e Gonçalves (2014).



PERCEPÇÕES QUANTO O DESENVOLVIMENTO DE MERCADO DISCUTIDO NA PROPOSTA DE EMENDA À CONSTITUIÇÃO 51/2017

Miguel Jeronimo Neto¹

Luan Philippi Machado²

RESUMO: O presente estudo tem como foco avaliar a aprovação da Proposta de Emenda à Constituição 51/2017, que prevê isentar os tributos incidentes em jogos eletrônicos e componentes de hardware a eles ligados. O objetivo geral deste estudo é avaliar a atual situação tributária dos jogos eletrônicos em contrapartida com a isenção tributária da proposta, projetando o desenvolvimento ao mercado de jogos eletrônicos que esta traria. A pesquisa tem como abordagem qualitativa, visto que para o decorrer da elaboração foram utilizados diversos estudos, pontos de vista e proposições futuras. Os objetivos enquadrando-se como pesquisa descritiva sendo seus procedimentos documentais. Para complementar as informações obtidas, foi realizada uma pesquisa com 15 empresas relacionadas ao desenvolvimento de jogos eletrônicos e distribuição de hardware. No questionário foram levantados dados de caracterização das empresas, utilização de hardware nacional, expectativas de aprovação da proposta e demais conteúdos relacionados. Com os dados levantados foi possível evidenciar como o mercado nacional é rentável e promissor, reforçando ainda mais a necessidade de reavaliar a situação tributária para que ocorra realmente um desenvolvimento do mercado nacional e também quão é necessário que aconteçam mais ações de fomento para este meio. Além disto, foram levantadas as dificuldades enfrentadas pelas empresas de desenvolvimento, a perspectiva de classificação dos jogos eletrônicos como material cultural, e por fim que a PEC 51/5017 sozinha não seria totalmente efetiva para o desenvolvimento do mercado de jogos eletrônicos do país.

PALAVRAS – CHAVE: Jogos eletrônicos, Desenvolvimento, Cultura, Tributos.

AREA TEMÁTICA: Tema 05 – Contabilidade Tributária

1 INTRODUÇÃO

A indústria de jogos eletrônicos cresce de maneira surreal ao redor do globo, a cada ano melhorias impressionantes são aplicadas, novos hardwares e softwares, novas empresas com desenvolvimento econômico impressionante surgem, como é possível citar de exemplo a empresa polonesa “*CD Projekt Red*” que em apenas 10 anos de existência teve um crescimento de 21.000% em suas ações (KRASUSKI, 2019).

Além disso até mesmo vale citar os *eSports*, que segundo Lourenço (2019) surgiram para oficializar jogos eletrônicos como modalidades esportivas. Lourenço (2019) também aponta que os *eSports* são um fenômeno mundial, contando até

¹ Acadêmico do curso de Ciências Contábeis da UNESC, Criciúma, Santa Catarina, Brasil.

² Professor Mestre, UNESC, Criciúma, Santa Catarina, Brasil.



mesmo com clubes, atletas e figuras desportivas, com o Brasil já estando em terceiro lugar no ranking dos maiores públicos apreciadores.

Apesar de inicialmente os jogos eletrônicos terem sido frequentemente relacionados à comportamentos violentos, gerando um tabu que ainda hoje se mantém para leigos deste meio, há diversos estudos que refutam estas especulações. Estudos desenvolvidos com o passar dos anos sustentam a ideia de que assim como a educação física é essencial para a formação das habilidades motoras, os estímulos que os jogos eletrônicos trazem proporcionam um desenvolvimento exponencial das habilidades relacionadas à memória, estimulam a criatividade, as tomadas de decisões e diversas áreas relacionadas ao raciocínio lógico, e que, deveriam ser incentivados nas instituições de ensino (MONTEIRO, *et al.*, 2010).

Porém, como dito por Schmidt e Gonçalves (2014), quando a visão se volta para o cenário brasileiro, observa-se uma situação mais precária, onde apesar de haver um grande público apreciador, não há possibilidade de desenvolvimento como ocorre no exterior. O consumo de jogos eletrônicos já é um hábito consolidado no país (tendo início em meados de 1983), e há sim um crescimento exponencial no setor, porém, este crescimento é atrasado pela alta carga tributária que impera sobre este nicho (SCHMIDT; GONÇALVES, 2014).

Os impactados com esses tributos de certa forma desbalanceados vão desde o consumidor casual ao estudante/empreendedor que se aventura em se envolver neste meio. A falta de atenção e seriedade para com este mercado, com a adição de uma política fiscal e tributária falha, sufoca o desenvolvimento do mercado de jogos brasileiro (SCHMIDT; GONÇALVES, 2014).

Grande parte da “culpa” desse atraso, se dá aos tributos aplicados sobre os jogos eletrônicos, que acabam afunilando os consumidores finais, fazendo com que aqueles que desejam consumir o produto sejam limitados pelo alto valor e, também, faz com que aqueles que tentam se aventurar no ramo de criação deste conteúdo, sejam intimidados com o risco de gastar muito em desenvolver um projeto, e não ter em si o retorno financeiro gratificante (DANTAS, 2015).

Tal fato ocorre pois com a carga tributária é inviável colocar no mercado um produto com um preço que pague seus custos e seja acessível à um grande público, como exemplo, os jogos eletrônicos se encontram acima da média dos tributos sobre demais produtos, chegando a ter 72,18% do seu valor final composto pela tributação (DANTAS, 2015).

Em contrapartida à alta carga tributária vigente, temos a Proposta de Emenda à Constituição 51/2017 (PEC 51/2017) que em teoria daria imunidade tributária a jogos e consoles que fossem produzidos no Brasil. A proposta surgiu em 2017 no portal e-Cidadania e já conta com mais de 150 mil assinantes, e, originalmente tinha o intuito de diminuir a carga tributária de 72% para 9%, porém com o andamento do processo, a opção de zerar os impostos foi decidida (BRASIL, 2020).

Com isso chegamos à questão problema deste estudo: o quanto a aprovação da PEC 51/2017 estimularia o desenvolvimento do mercado de jogos eletrônicos no Brasil?

O objetivo geral deste estudo é avaliar a atual situação do mercado de jogos eletrônicos no Brasil em contrapartida com as possíveis mudanças provindas pela aprovação da PEC 51/2017. E para alcançar o objetivo geral, elencou-se os seguintes objetivos específicos; 1) verificar a classificação tributária em que os jogos eletrônicos estão enquadrados; 2) avaliar a possibilidade de classificar os jogos eletrônicos como



material cultural e; 3) refletir sobre como a imunidade tributária afetaria o mercado de jogos no país, em questões de crescimento, acessibilidade ao público.

Os jogos eletrônicos apesar de terem sido inicialmente tratados de modo errôneo e controverso, sendo relacionados à comportamentos violentos e deseducação, com os passar os anos em sua própria essência mostraram ter potencial educativo, cultural e principalmente econômico. Não incentivar este mercado é como restringir uma forma de arte às classes baixas e deixar de lado um mercado lucrativo e promissor, ao qual certamente já demonstrou sua importância (FERNANDES *et al.*, 2019).

O Brasil hoje é um grande apreciador de jogos eletrônicos, com um grande público e consideráveis empresas desenvolvedoras tentando se destacar neste nicho, apesar de toda dificuldade envolvida. A necessidade desta pesquisa se encontra justamente na carência de incentivo deste setor e no potencial não explorado que este possui, em relação às empresas de desenvolvimento, faturamento, desenvolvimento de mercado e demais potenciais do mercado de jogos.

A estrutura deste estudo se inicia com a introdução, que brevemente anuncia a proposta do estudo em sua primeira sessão. Já a segunda sessão será composta pela fundamentação teórica, estruturada de estudos mais aprofundados. A terceira, quarta e quinta referem-se aos procedimentos metodológicos, análise dos resultados e por fim as considerações finais.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 JOGOS ELETRÔNICOS

O conceito de jogos eletrônicos gira em torno de que estes são em sentido técnico, um tipo de entretenimento processado por uma máquina eletroeletrônica que funcionam a base de eletricidade, com uma programação rodando de uma memória ou dispositivo de leitura, processadas pela máquina e interativas com o jogador. No geral não exigem qualidades físicas (salvo algumas exceções, de jogos que são feitos para estimular a atividade física) mas sim estimulam cognição, reflexos e meios intelectuais e com controle por meio de *joysticks*, teclados, *mouses*, volantes, pedais, botões etc., e no sentido mais básico de seu funcionamento, é feito para entreter o jogador (SCHMIDT; GONÇALVES, 2014).

O primeiro jogo eletrônico surgiu em 1958, apesar de haver discordâncias sobre quem foi o pioneiro, houve um consenso de que o jogo “*Tennis Programming*” ou “*Tennis for Two*” foi o primeiro jogo eletrônico criado. Basicamente, era um jogo que simulava uma partida de tênis, e era jogado por um osciloscópio enquanto era processado por um computador (AMORIN, 2006).

Com o passar dos anos os jogos foram se tornando populares e diversos títulos foram surgindo, como: *SpaceWar* em 1961, que simulava uma guerra espacial e foi o precursor para que o engenheiro Ralph Baer criasse um equipamento que quando conectado a uma TV pudesse transmitir os jogos nela (considerado o primeiro videogame da história, o *Odyssey 100* foi lançado apenas em 1972). O *SpaceWar* também tem o mérito de ter sido o primeiro título a ser desenvolvido para ser jogado em um *fliperama*, em 1971 desenvolvido por Nolan Bushbell, e, visto o potencial do mercado, no mesmo ano Nolan Bushbell criou a empresa *Atari* que no ano seguinte



lançou seu primeiro jogo: Pong, ao qual simulava uma partida de *ping-pong* (BATISTA *et al.*, 2007).

A partir de 1981 diversos títulos surgiram, ainda mais com a chegada da *Nintendo*, empresa japonesa que desenvolveu grandes títulos, como por exemplo *Donkey Kong*, que trazia como protagonista um homem baixinho que tinha como objetivo ultrapassar obstáculos e ao fim salvar a princesa de um “gorila malvado”. Este personagem acabou ganhando o nome de Mário nos Estados Unidos, e assim surgiu um dos maiores ícones dos videogames da história, “*it’s me Mario!*” (BATISTA *et al.*, 2007).

Em 1991 já havia no mercado também a empresa japonesa *Capcom* com seu jogo *Street Fighter*, que se tornou uma febre, e logo em 1992 teve seu primeiro concorrente direto: o *Mortal Kombat* lançado pela empresa norte americana *Acclaim* (BATISTA *et al.*, 2007).

O mercado desde então se desenvolveu muito e o cenário de jogos eletrônicos se consolidou no país. Para complementar o mercado, ainda há os computadores que são os concorrentes diretos dos consoles, e, com a mais recente adição, a categoria dos jogos *mobiles* que nada mais são do que os jogos feitos para *smartphones* (ou dispositivos de fácil transporte), que se tornam mais populares a cada dia, inclusive, com previsão de superar o número de jogadores que utilizam computadores (WIJMAN, 2020).

2.2 CLASSIFICAÇÃO E LEI DOS DIREITOS AUTORIAIS

Os jogos eletrônicos podem ser classificados como *softwares* (ou seja, programas, ferramentas digitais programadas), ou, como obras audiovisuais, que seria o caso de filmes, séries e afins. Independente da classificação, ambas estariam enquadradas na Lei dos Direitos Autorais, lei nº 9.610 do ano de 1998, porém, se enquadrados como obras de audiovisual estariam no artigo 5º, inciso VIII, alínea i, da referida lei; e se classificados como *softwares* estariam no Lei 9.609 de 1998 no artigo 2º (SCHMIDT; GONÇALVES, 2014).

A Lei do Software trata com uma linguagem mais técnica acerca de uma definição de programação em si, de códigos e fontes necessárias para o funcionamento veículo de informática; enquanto a Lei do Audiovisual remete ao que contenha som, imagem, captação de movimento e afins (JUNIOR, 2017).

Para representar os jogos eletrônicos, uma mescla das duas leis teria de ser aplicada, já que eles funcionam com base em programação e códigos, porém, não são essenciais para o funcionamento do aparelho que o reproduz, afinal cada jogo inserido vai reproduzir seu conteúdo, mas não alterar o funcionamento da máquina em si. Contudo, eles realmente reproduzem sons e imagens, até mesmo podem ser construídos com base na captação de movimentos (SCHMIDT; GONÇALVES, 2014).

Um erro comum é pensar que a partir do momento em que para produção de um jogo, há atores fazendo a captação de movimentos, expressões e falas, automaticamente o trabalho se torne um exemplo de obra audiovisual. Para diferenciar-se do conceito de audiovisual dá-se de exemplo o jogo “*Beyond: Two Souls*” (2013, *Quantic Dream*) que é totalmente feito com base na captação de movimentos de diversos atores (como por exemplo Ellen Page e Willem Dafoe, premiados atores de *hollywood*); apesar da atuação direta, a produção não se torna uma obra unicamente audiovisual (SCHMIDT; GONÇALVES, 2014).



Em sua essência o jogo eletrônico é uma atividade lúdica onde as interações do jogador, têm impactos diretos no desfecho final da obra. Ao decorrer da história cada jogador pode ter uma experiência diferente, são suas interações que irão gerar o conteúdo, apesar de existirem as regras pré-definidas na programação do jogo em si (JUNIOR, 2017).

Portanto, a Lei do Software ainda é mais aberta ao funcionamento dos jogos, por se decidirmos adotar esta definição como um consenso, poderíamos até rever a NCM em que os jogos são classificados (SCHMIDT; GONÇALVES, 2014).

A NCM é a Nomenclatura Comum do Mercosul, sendo funcional tanto no Brasil quanto no Paraguai, Argentina e Uruguai desde 1995. É um sistema de classificação que tem o objetivo de atribuir um único código numérico para as diversas mercadorias, desde animais vivos até obras de arte. O procedimento é fundamentado no Sistema Harmonizado (simplificação de “Sistema Harmonizado de Designação e Codificação de Mercadorias”), mantido pela Organização Mundial das Alfândegas (OMA) (BRASIL, 2019).

A NCM é utilizada para determinar os tributos decorrentes das operações de comércio internacional e de saídas de industrialização, de valoração aduaneira, estatísticas de importação/exportação etc. Basicamente a partir do momento que determinadas mercadorias recebem uma nomenclatura de NCM, os tributos aplicados a aquele código numérico passa a ser aplicada para estas mercadorias (BRASIL, 2019).

Para a classificação dos jogos eletrônicos hoje, temos a NCM 95.04:

Brinquedos, jogos, artigos para divertimento ou para esporte; suas partes e acessórios. Consoles e máquinas de jogos de vídeo, artigos para jogos de salão, incluindo os jogos com motor ou outro mecanismo, os bilhares, as mesas especiais para jogos de cassino e os jogos de balizas (pinos*) automáticos (boliche) (SISCOMEX, 2020, p.1).

Por outro lado, temos a NCM 85.23:

Máquinas, aparelhos e materiais elétricos, e suas partes; aparelhos de gravação ou de reprodução de som, aparelhos de gravação ou de reprodução de imagens e de som em televisão, e suas partes e acessórios - Discos, fitas, dispositivos de armazenamento não-volátil de dados à base de semicondutores, “cartões inteligentes” (“*smart cards*”) e outros suportes para gravação de som ou para gravações semelhantes, mesmo gravados [...] (SISCOMEX, 2020, p.1).

Esta última sendo a mesma NCM dos programas de computador e *Softwares* em geral, percebe-se que não faz sentido algo ser e não ser ao mesmo tempo, se este é um *software*, deve ser tratado como um, e não sofrer com uma diferenciação errônea, portanto tenhamos então a definição de que os jogos em geral, deveriam estar sob a classificação de *Software*, e não o com a classificação na NCM 85.23 (SCHMIDT; GONÇALVES, 2014).

Independente da classificação em que se enquadra, podendo ser uma ou outra, os jogos eletrônicos se encontram protegidos por ela como Propriedade Intelectual. A importância de estar enquadrado na Lei dos direitos autorais (LDA) se dá pelo simples fato de que isto protege a empresa e a define como dona de sua criação, e logicamente do valor que esta apresentar (SCHMIDT; GONÇALVES, 2014).



É importante salientar que este registro/patente é extremamente burocrático para abranger os jogos eletrônicos, afinal, não há desenho industrial ou forma física para os jogos, pois são considerados como *softwares* pela lei aqui (novamente remetendo ao que foi dito anteriormente, “ser e não ser”), para comprovar a autoria é necessário encaminhar diversos documentos, chamados de Documentos técnicos, que são os códigos fonte dos programas, *design*, artes etc. (SCHMIDT; GONÇALVES, 2014).

O registro é feito junto à Fundação Biblioteca Nacional (FBN) e ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), com os registros devidamente realizados, concede-se os direitos à obra pelo período de 50 anos a contar da efetivação registro (BRASÍLIA, 1973).

2.3 TRIBUTOS

Inicialmente é necessário definir o que são os tributos. O artigo 3º do Código Tributário Nacional (CTN) define os tributos como:

Tributo é toda prestação pecuniária compulsória, em moeda ou cujo valor nela se possa exprimir, que não constitua sanção de ato ilícito, instituída em lei e cobrada mediante atividade administrativa plenamente vinculada (BRASIL, 1966).

Simplificando, os tributos são cobranças obrigatórias ao contribuinte, que devem ser pagas apenas em dinheiro (monetariamente falando, no sentido de não haver pagamento utilizando a troca de bens, apenas a moeda), que deve se originar de uma ação que esteja dentro da lei e, que precisa de um fato gerador para ser cobrada. Então, a definição de tributos abrange em si os impostos, taxas e as contribuições (AMARO, 2016).

Os impostos são os meios de arrecadação mais conhecidos do Governo, segundo o art. 16 do CTN, o imposto é um tributo que tem como fato gerador uma situação que independe de uma ação estatal, também chamado de tributo não-vinculado. As taxas são dispostas no art. 77 da CTN e basicamente são valores referentes a prestação de um serviço específico, em âmbito governamental, seriam serviços como a emissão de documentos, licenciamento veicular e demais serviços que cobram um valor para realização; já as contribuições são tributos que terão a destinação de melhoria, como por exemplo uma pavimentação, obras ou afins que irão beneficiar o contribuinte (BRASIL, 1966).

2.3.1 Tributos incidentes sobre jogos eletrônicos

Os tributos incidentes sobre jogos eletrônicos no Brasil giram basicamente em torno de quatro principais tributos: ICMS, IPI e PIS/COFINS, que apesar de superficialmente parecerem ser poucos, quando somados, chegam a representar basicamente 70% do valor final do produto que chega às vitrines, tornando cada vez menos acessível o mercado de jogos eletrônicos ao consumidor brasileiro (SCHMIDT; GONÇALVES, 2014).

O ICMS é o Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços, como o próprio nome diz ele incide sobre a circulação de determinados produtos e serviços no país. A competência do ICMS é dos Estados e do Distrito Federal, por isso a alíquota varia dependendo dos estados do país. O ICMS é previsto no artigo 155, II, da Constituição de 1988 e seu objetivo é apenas fiscal. A aplicação



dos recursos arrecadados fica a cargo dos estados e municípios a ser repassada para educação, saúde, segurança ou afins. (BRASIL, 1988)

Visto que a circulação do produto em solo nacional é um ponto chave para a aplicação do tributo, este se limita a aplicação apenas parte dos jogos eletrônicos. Esta limitação se dá pois existe outra modalidade além das mídias físicas (*CD-Roms* ou *Blu-rays* em que os jogos estão gravados) e esta modalidade é a dos jogos digitais, que são vendidos em lojas online e repassados ao consumidor final por meio de rede/nuvem, não havendo o transporte físico e, não se enquadrando na aplicação do tributo (SCHMIDT; GONÇALVES, 2014).

Se um *software* é gravado em uma unidade de disco, sobre ele haverá a incidência de ICMS, porém não será sobre o valor do programa em si, mas sim sobre o valor do disco virgem em que ele está gravado. Porém, o próprio decreto não se aplica a produções de áudio e vídeo, limitando-se ao *software*, e como a definição aceita atualmente para a tributação dos jogos é a de que são produtos de audiovisual, os jogos acabam sendo tributados pelo valor de seu conteúdo, e não pelo valor do disco virgem e que estão gravados (SCHMIDT; GONÇALVES, 2014).

Que seja brevemente imaginada uma situação de que o mesmo jogo seja vendido para duas plataformas, uma sendo Consoles e outra Computadores no geral, sobre o jogo vendido para consoles a incidência seria sobre o valor de seu conteúdo, sobre o jogo de computador a incidência seria sobre o valor do disco em que o jogo está gravado. Isso demonstra o porquê de jogos de computadores serem muito mais baratos do que os jogos para consoles, mesmo contendo o mesmo conteúdo (SCHMIDT; GONÇALVES, 2014).

Sobre os jogos eletrônicos também temos a incidência do IPI, ou, Imposto sobre Produtos Industrializados. O IPI se encontra no artigo 153, inciso IV da Constituição Federal de 1988, e é de competência Federal, apenas a União pode instituir ou modificá-lo. Sobre as alíquotas, elas variam de produto para produto, sendo considerada a necessidade dos produtos como base para a definição delas (BRASIL, 1988).

Basicamente temos duas situações principais em que ocorre o fato gerador do IPI, são elas: 1) quando há importação do produto, ocorrendo logo no desembaraço aduaneiro e; 2) quando em solo nacional, ocorre a saída de um produto do estabelecimento industrial. Basicamente ambas as situações se aplicam aos jogos eletrônicos, pois podem ser importados ou passar pela industrialização nacional (BRASIL, 1988).

Uma solução utilizada pelas indústrias para reduzir a carga tributária é alocar suas fábricas Zona Franca de Manaus, um parque industrial onde há reduções e isenções tributárias para as empresas lá sediadas. Por exemplo da empresa Sony, em 2008 abriu uma indústria na Zona Franca de Manaus, lá produzindo câmeras, televisores, diversos aparelhos no geral e seu “carro-chefe” o *Playstation 2* e seus jogos. Foi um ótimo investimento pode-se dizer, pois a estimativa foi de 25% de redução do custo de seus jogos, porém a curto prazo pois em 2020 a empresa anunciou o fechamento de sua fábrica em Manaus, a demissão de todos os funcionários e também, o fim da fabricação de seus produtos (RIGUES, 2020).

Ainda por fim, temos o PIS (PIS/PASEP) e COFINS, sendo eles: Programa de Integração Social e de Formação do patrimônio do Servidor Público encontrado no artigo 239 da Constituição de 1988 e; Contribuição Social para o Financiamento da Seguridade Social, ambos aplicados a produtos importados que foi instituído pela Lei



Complementar 70 de 30/12/1991. Ambos os tributos são de competência Federal, assim como o IPI, ficam a controle da União (BRASIL, 2019).

São contribuintes as pessoas jurídicas e de direito privado em geral, mas a incidência deles sobre os jogos eletrônicos ocorre no momento da importação, pelo fato gerador da entrada do produto em solo nacional (BRASIL, 2019).

Vale salientar que no dia 15/08/2019 o governo publicou no DOU (Diário Oficial da União) o Decreto 9.971 que reduziu o valor do IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados) sobre consoles e videogames em geral de 50% para 40%. O Decreto 9.9971 também reduzia o valor dos impostos sobre acessórios de consoles e videogames de 40% para 32% e, redução de 20% para 16% nos consoles com telas incorporadas, portáteis ou não (BRASÍLIA, 2019).

Em meados de outubro de 2020, durante a estruturação deste estudo o presidente Jair Bolsonaro publicou em sua conta, na rede social Twitter o seguinte:

Impostos sobre jogos eletrônicos. Em 2019, baixamos os impostos sobre jogos eletrônicos de 50% para 40%. Ontem, falei novamente com o Paulo Guedes para buscarmos uma nova redução, de 40% para 30%. Reconheço não ser o ideal, mas estamos avançando. Um abraço aos *gamers*! (Twitter, 2020, p.1).

Pouco tempo depois do comunicado citado anteriormente, o até então presidente Jair Bolsonaro emitiu um parecer em suas mídias sociais, no dia 26/10/2020 anunciando o Decreto 10.532; decreto que novamente iria reduzir o IPI sobre os videogames, consoles e acessórios, desta vez as alíquotas seriam reduzidas de: 1) Consoles e máquinas de jogos: de 40% para 30%; B) Partes, acessórios e afins de consoles e máquinas que necessitam de uma tela para reproduzir sua mídia e; C) de 16% para 6% de máquinas de jogos com tela incorporada, sendo portáteis ou não (BRASIL, 2020).

As reduções apesar de modestas, já impactam no valor final dos produtos, pois dois dias após o pronunciamento, a *Microsoft* empresa fabricante da linha de consoles *Xbox* “rival” direto da *Playstation* anunciou que seus novos consoles, que até então seriam lançados em 10/11/2020 com os preços de R\$ 2.999,00 a R\$ 4.999,00 teriam um reajuste de valor para R\$ 2.799,00 e R\$ 4.599,00 (VINHA, 2020).

2.4 PEC 51/2017

Um ponto importante para a produção deste trabalho, é justamente a PEC 51/2017 (Projeto de Emenda Constitucional 51 de 2017) que tem como proposta a imunidade tributária sobre os consoles e jogos produzidos no Brasil. O objetivo dessa emenda, como dito na própria PEC, é estimular este segmento que se mostra promissor, mas que sofre com a dificuldade que existe por conta da alta carga tributária (BRASIL, 2020).

Basicamente, a proposta da PEC surgiu com um garoto chamado Kenji Kikuchi, brasileiro de 19 anos resolveu criar na plataforma *Change.org* um abaixo-assinado pedindo que as tributações sobre jogos não fossem superiores a 9%, porém, essa proposta não foi ouvida, e menos ainda apoiada, tendo pouquíssimos apoiadores. O garoto então resolveu recorrer ao Portal e-Cidadania, onde qualquer cidadão que pode vir a propor projetos a serem votados. Se estes projetos propostos receberem 20 mil apoiadores em quatro meses, são levados a debate pelos Senadores como Sugestões Legislativas (SATURNO, 2018).



O projeto foi feito em maio de 2017, e em seu primeiro dia recebeu mais de 27 mil apoiadores. Em dezembro foi aprovado pela CDH do Senado, porém com uma grande diferença: a proposta já não era reduzir os impostos para 9%, mas sim isentá-los completamente, classificando os como material cultural. Porém, salientando que: apenas o que for produzido no país estaria dentro da proposta (SATURNO, 2018).

Até o momento de elaboração deste estudo, desde o dia 07/08/2019 a PEC está classificada como “Pronta para Deliberação do Plenário” no site oficial do Senado (BRASILIA, 2019).

2.4.1 Material cultural

A PEC 51/2017 em sua justificativa desenvolve a ideia de que os jogos devem ser incluídos na isenção tributária do mesmo modo que os livros, jornais, CD’s e DVD’s; de modo a entender que os jogos são em sua essência trazem material cultural como os demais citados anteriormente (BRASIL, 2020).

Para definir o que é cultura, o estudo “Cultura e democracia”, de Chauí (2018, p. 5) traz a definição de cultura como: “A cultura passa a ser compreendida como o campo no qual os sujeitos humanos elaboram símbolos e signos, instituem as práticas e os valores, definem para si próprios o possível e o impossível [...]”. Desta forma Chauí (2018) define a cultura como formas de expressões humanas distintas, contanto que em si tragam seus próprios valores, sendo espelhos do mundo real, ou não.

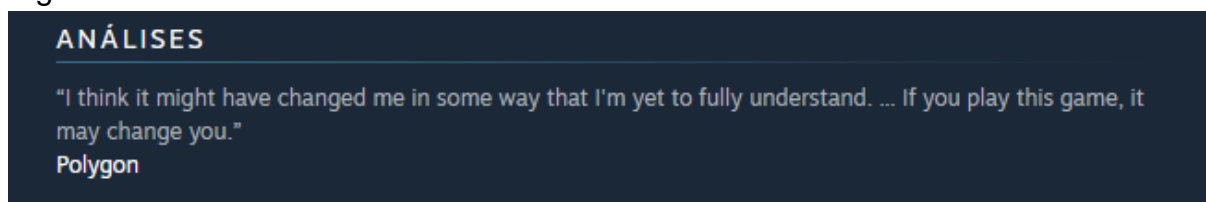
Além dos jogos que tem como intuito puramente divertir momentaneamente, apenas na partida onde acontecem, como é o caso dos jogos de FPS (*First Person Shot*, popularmente chamados de “jogos de tiro”) por exemplo. Ao contrário deste contexto, temos verdadeiras obras primas que nos trazem mensagens e inspirações além da diversão momentânea (COSTA, 2015).

Como é o caso por exemplo, do jogo *That Dragon, Cancer* (Numinous Games, 2016) em que por meio da narrativa de um locutor, acompanhamos a luta de um pai para com o tratamento de seu filho chamado Joel, que luta contra o câncer desde criança. Para que Joel pudesse compreender pelo que estava passando, e continuar sua luta sem desistir, o pai criou uma história de que havia um dragão que os perseguia, o dragão era chamado Câncer. Na história lúdica do pai, os tratamentos de Joel seriam o único modo de torná-lo um herói para que um dia, finalmente lutasse contra o dragão (LOUREIRO, 2016).

A história de Joel Green é verdadeira, o jogo foi desenvolvido após a morte do menino aos 4 anos de idade, e teve como objetivo alertar sobre os cuidados para com as crianças que necessitam de tratamentos contra o câncer e, além de tudo, arrecadar dinheiro para a causa (LOUREIRO, 2016).

O jogo fez jus ao seu propósito, passou sua mensagem, arrancou lágrimas de diversos jogadores e da crítica e recebeu pareceres como:

Figura 1 - Parecer



Fonte: Steam (2020)



Em tradução livre, o jogador diz que acredita que este jogo mudou de uma maneira que ele ainda não entende, e que se você o jogar, ele pode te fazer mudar também. Depoimento deixado na loja de jogos online *Steam* (store.steampowered.com), pelo website especializado em jogos *Polygon* (STEAM, 2016).

Os jogos em suas mais puras essências podem transmitir ao jogador diversas emoções e sentimentos, desde a emoção de vencer uma partida, a dirigir o carro dos sonhos, voar, ou ser um super-herói. Enfim, sonhar com o que não é possível na realidade. E é claro, os jogos podem transmitir aprendizados e lições, tão bem como ocorre nos livros, filmes, séries e demais expressões de arte (MONTEIRO, *et al.*, 2010).

Inclusive, a Análise de Impacto Regulatório – AIR nº 1/2016/SEC, produzida pela Ancine afirma que cada jogo eletrônico de maneira individual é considerado um produto provindo da criatividade humana, sendo então associado diretamente a cultura que o gerou, remetendo a valores de tradição, crença e cultura, além do impulso de inovação tecnológica que é apresentado conforme do desenvolvimento do mercado, que utiliza de segmentos de animação, design, narrativa, música, ilustração e afins (JUNIOR, 2017).

2.5 MERCADO DE JOGOS ELETRONICOS

Em uma consulta ao recente estudo “*Global Games Market Report*” (Estudo Global do Mercado de Games, em tradução livre) elaborado pelo *Newzoo* em 2020, é possível ver a estimativa de que o mercado global de games gerou em torno de US\$ 159.3 bilhões de dólares em receitas apenas em 2020, uma estimativa de 9.3% de crescimento em relação ao ano anterior (WIJMAN, 2020).

Sendo impulsionado pelo *Lockdown* (quarentena/isolamento), pelo lançamento da “nova geração” de consoles e pela expansão dos jogos *Mobiles*, jogos para celulares e dispositivos móveis que tiveram receitas de aproximadamente US\$ 77.2 bilhões de dólares no ano, sendo maior até do que o faturamento de jogadores em computadores, que atingiu “apenas” US\$33.9 bilhões (WIJMAN, 2020).

A lucratividade apresentada pelos “joguinhos de celular” é decorrente de vários motivos, desde o marketing até a acessibilidade. Um dos motivos inclusive é deixar os jogos grátis, por incrível que pareça. Temos hoje diversos jogos *Free-to-play* (grátis para jogar, em tradução livre) que são jogos realmente gratuitos para jogar, porém, para ter acesso a roupas (chamadas de *skins*), acessórios, personagens e “cores” diferentes do padrão (*standard*) os jogadores têm de pagar um valor. O desejo de se destacar dos demais jogadores faz com que os *players* comprem estas “*skins*” e gerem receitas milionárias aos desenvolvedores (SILVA *et al.*, 2016).

O fenômeno de convergência digital, o acesso à banda larga, e a facilidade de acesso à internet móvel são também fatores que definitivamente auxiliaram o crescimento do mercado *mobile*, principalmente ao que se refere a jogos casuais, podendo serem usufruídos em praticamente qualquer local, com apenas a utilização de um *smartphone* ou dispositivo similar (JUNIOR, 2017).

Há quem diga que os jogos eletrônicos estão passando pelo mesmo processo do Surfe e do Skate com os passar dos anos. Pois, ambas as categorias eram de certa forma “banalizadas”, e hoje atraem os olhos de grandes empresas que patrocinam atletas e equipes como meio de alcançar visibilidade do público que as aprecia. Podemos dar o exemplo da Coca-Cola que é Patrocinadora dos Jogos



Olímpicos e da Copa do Mundo de Futebol, que hoje em dia também patrocina os campeonatos do jogo eletrônico *Overwatch*, assim como a TIM, Oi e demais empresas (MENDES, 2019).

Ainda segundo o Newzoo, o Brasil é o 13º maior mercado de jogos do mundo em 2020, e deve chegar aos 10 primeiros logo. Porém, ainda ficando atrás das grandes potências como Estados Unidos e China. No Brasil há cerca de 75,7 milhões de jogadores no total, e o faturamento no país chega a US\$1,5 bilhão por ano (WIJMAN, 2020).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para melhor compreensão dos dados apresentados, esta seção tem o objetivo de demonstrar o enquadramento metodológico e os procedimentos adotados para a elaboração desta pesquisa.

3.1 ENQUADRAMENTO METODOLÓGICO

A pesquisa tem como abordagem qualitativa, visto que para o decorrer da elaboração foram utilizados diversos estudos, pontos de vista e proposições futuras, pois, por ser um tema pouco explorado apesar de estar em constante desenvolvimento, ainda não há uma decisão concreta, apenas a comparação do presente e a projeção da mudança futura com a expectativa de uma reforma tributária (GIL, 2002).

Acerca dos objetivos de pesquisa, se enquadram como pesquisa descritiva. Trata-se de ser descritiva pois tem como foco mostrar o atual cenário da tributação sobre jogos eletrônicos, seguindo então o princípio básico de descrever as características do fato, ocorrido, fenômeno ou afim (GIL, 2002).

De modo geral, os procedimentos tratam-se de documental. Documental por ser construído com base em materiais anteriores já elaborados. Neste estudo, foram analisados estudos, análises, livros, jornais, reportagens, leis e documentos em geral, extraído-se as informações referentes ao tema de modo a compor a pesquisa (GIL, 2002).

Para desenvolver a visão sobre o mercado de jogos nacional foi realizada uma pesquisa com as empresas que atuam no ramo de criação/desenvolvimento de jogos e com distribuidores de *hardware* no país, com enfoque em evidenciar os segmentos de jogos criados, suas principais dificuldades e pontos em que visam necessidade de auxílio/reforma para o crescimento do setor; e é claro, quais suas expectativas e projeções para com a possibilidade de aprovação da PEC 51/2017.

3.2 PROCEDIMENTO DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS

O presente estudo foi construído com foco a repassar a informação ao público de forma geral, de maneira clara e objetiva, como modo de apresentar a atual situação tributária vigente no Brasil e, como o sistema tributário envolvido se encontra defasado e necessita de uma reavaliação para que o mercado de jogos eletrônicos possa enfim se desenvolver com mais fluidez.

Como será demonstrado no decorrer da pesquisa, o mercado de jogos eletrônicos no país ainda é fraco, em desenvolvimento, apesar de já não ser mais



“jovem” no Brasil. Os jogos eletrônicos já estão presentes na cultura deste país a anos, mas ainda assim é um nicho desfavorecido. O principal fator que leva a este cenário se dá pela alta carga tributária, que faz com que o desenvolvimento do mercado seja lento, apesar do alto potencial de crescimento que o que este já mostrou que possui.

Além da pesquisa documental, na qual a coleta de dados ocorreu por meio de uma análise minuciosa de documentos, pesquisas científicas, matérias, artigos, livros, notícias etc., foi elaborado um questionário com empresas desenvolvedoras de jogos, e distribuidores de eletrônicos (com foco em jogos) no país. A pesquisa ocorreu por meio de um questionário elaborado no *Google Forms* (ferramenta de criação, pesquisa e coleta de informações desenvolvida pelo *Google*) composto por perguntas objetivas, composto por opções de múltipla escolha e também, campos descritivos onde os entrevistados puderam expor suas opiniões e necessidades conforme suas empresas requisitam.

Acerca do conteúdo do questionário, decorre sobre as dificuldades enfrentadas na trajetória das empresas ao que se refere às partes tributárias, seus principais anseios e expectativas com a aprovação da PEC 51/2017, o mercado de jogos eletrônicos no Brasil atualmente e, a viabilidade da adoção dos produtos nacionais em contrapartida ao importado. Para complemento, suas opiniões sobre como se dá o trâmite da operação de registro para o enquadramento de suas obras para com a Lei dos Direitos Autorais.

Para colaborar com este estudo, o questionário foi enviado às empresas desenvolvedoras de jogos eletrônicos a nível Brasil. O motivo de uma seleção de alcance tão amplo, ocorreu pelo fato de que ainda há poucos desenvolvedores de jogos no país. Portanto, focar em apenas um estado não traria respondente suficientes para que se tivesse uma amostra válida. Com uma listagem disponibilizada pela Associação Brasileira das Desenvolvedoras de Jogos Digitais (ABRAGAMES) foi possível entrar em contato por e-mail com 8 da 15 empresas. Ainda além do contato direto por e-mail, a comunicação também foi feita por meio de mensagens enviadas para suas redes sociais (Instagram, LinkedIn e Facebook) e Whatsapp, disponíveis em seus respectivos sites. Para as empresas que aceitaram participar da pesquisa, o questionário foi encaminhado por e-mail, ou caminho preferencial indicado por estas (algumas empresas preferiram ter o link do questionário enviado diretamente pela mensagem direta de suas redes sociais - Instagram ou Facebook).

Buscando complementar as informações, também foram selecionadas empresas distribuidoras de hardware para participarem do questionário, a delimitação foi definida para o estado de São Paulo. A obtenção do contato inicial das empresas ocorreu por meio de um dos proprietários, ao qual já mantinha vínculo com o autor deste trabalho, e que de boa vontade cedeu os demais contatos das empresas às quais possui vínculos, em seu estado. O contato com todas estas ocorreu diretamente por e-mail, e para aqueles que se dispuseram a responder, o questionário foi enviado também por este meio.

4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Ao todo se dispuseram a participar como respondentes da pesquisa 15 empresas, sendo 12 empresas de desenvolvimento de jogos e 3 empresas de distribuição de hardware, totalizando 80,0% e 20,0% respectivamente.



O quadro abaixo se refere à localização onde as empresas desenvolvem suas atividades, e para melhor diferenciar as empresas, designa-se um “apelido” por letras, sendo então:

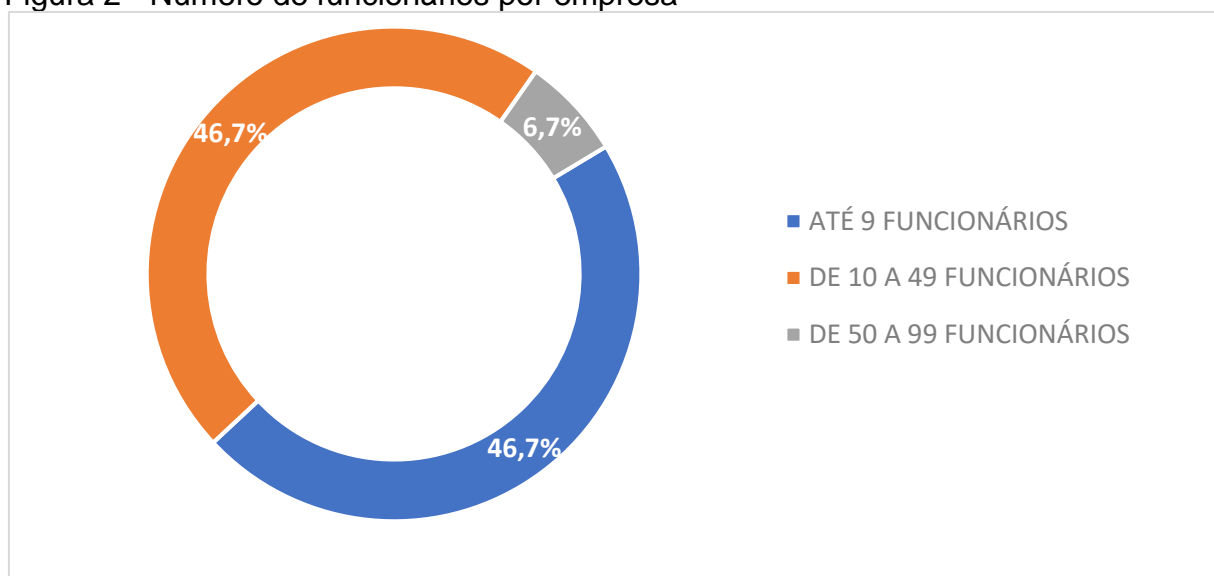
Quadro 1 – Localização das empresas respondentes

ESTADO	CIDADE	REFERÊNCIA	Nº DE EMPRESAS	TOTAL DE EMPRESAS
SÃO PAULO	SÃO PAULO/CAPITAL	EMPRESAS A, B, C, D, E, F	6	8
	SÃO JOSÉ DOS CAMPOS	G	1	
	SANTOS	H	1	
SANTA CATARINA	FLORIANÓPOLIS	I	1	2
	BALNEÁRIO CAMBORIÚ	J	1	
DISTRITO FEDERAL	BRASILIA	K, L	2	2
RIO DE JANEIRO	RIO DE JANEIRO/CAPITAL	M	1	1
BAHIA	SALVADOR	N	1	1
MINAS GERAIS	BELO HORIZONTE	O	1	1
			TOTAL	15

Fonte: Adaptado pelo autor (2021)

Complementando a caracterização das empresas respondentes, o próximo dado abordado foi o número de funcionários por empresa, sendo estes os resultados obtidos:

Figura 2 - Número de funcionários por empresa



Fonte: Adaptado pelo autor (2021)

É notório que a grande maioria das empresas possui uma baixa quantidade de funcionários, sendo que 46,7% das empresas respondentes possuem até 9 funcionários. Porcentagem que praticamente se mantém para as empresas de até 49 funcionários, coincidentemente. Apenas 6,7% das empresas possuem mais de 50

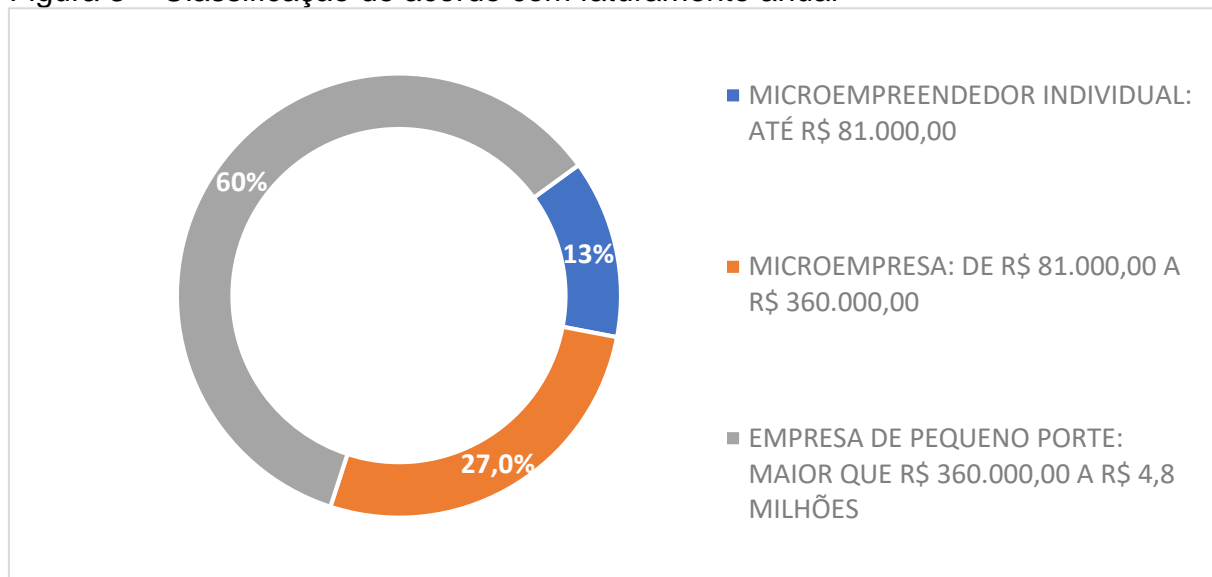


funcionários, na prática, essa porcentagem corresponde a apenas 1 das 15 empresas participantes.

Com este dado isolado, a visão inicial seria que no mercado há apenas empresas menores/iniciantes. Então visando complementar ainda mais as caracterizações das empresas, também foi questionado o faturamento anual destas, fragmentando-as entre microempreendedor individual (MEI), Microempresa (ME) a empresas de pequeno porte (EPP).

No gráfico a seguir temos os dados apontados pelos respondentes acerca de seu faturamento anual:

Figura 3 – Classificação de acordo com faturamento anual



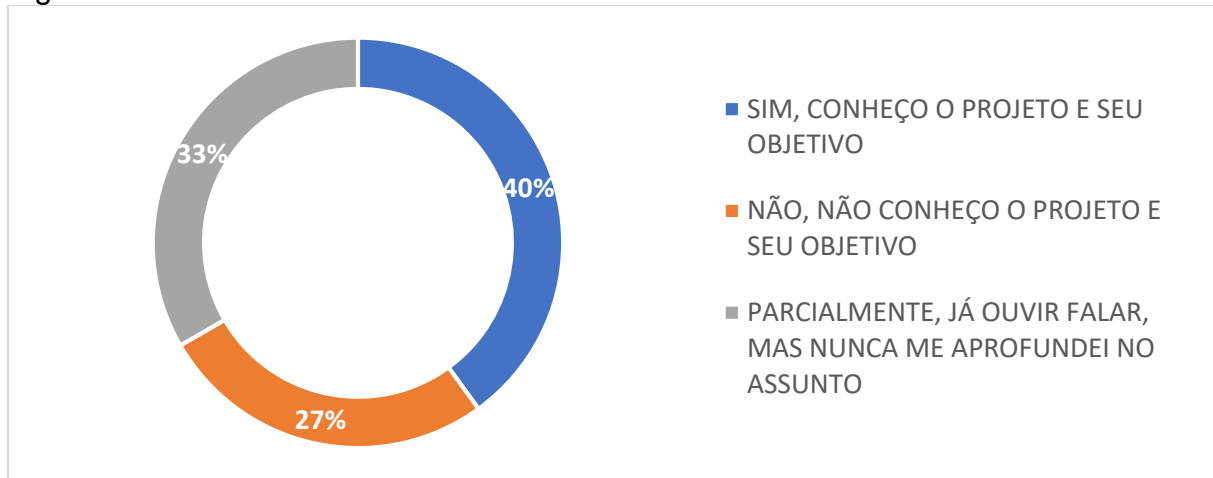
Fonte: Adaptado pelo autor (2021)

A grande maioria das empresas que participaram do questionário tem seu faturamento entre R\$ 360.000,00 e R\$ 4.800.000,00 sendo então 60% caracterizadas como EPP (empresas de pequeno porte). Enquanto ainda temos microempresas representadas por 27% dos respondentes e, apenas 13% sendo microempreendedores. Porém, não tivemos nenhuma empresa apresentando faturamento acima dos R\$ 4.800.000,00; mantendo a amostra limitada às EPP's.

A próxima a pergunta foi direcionada para o conhecimento dos respondentes acerca da PEC 51/2017:



Figura 4 – Conhecimento acerca da PEC 51/2017



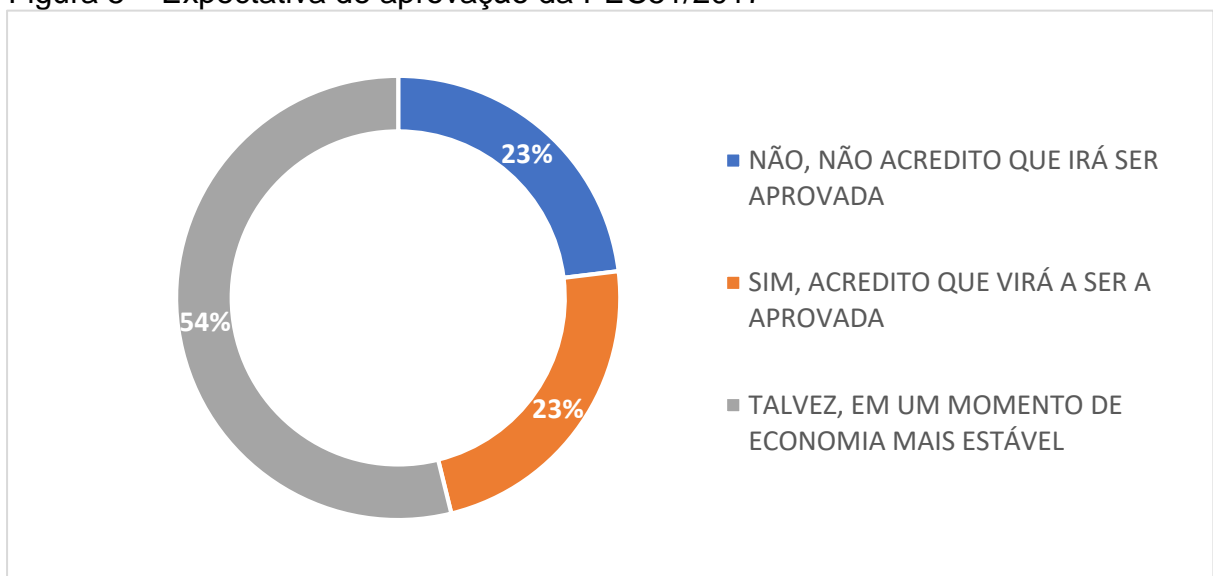
Fonte: Adaptado pelo autor (2021)

Os respondentes que conhecem a PEC 51/2017 somaram 40% dos participantes; estes afirmaram conhecer o projeto e seu objetivo. Não muito abaixo destes se encontram os respondentes que conhecem parcialmente a proposta, com 33,3% estes até teriam conhecimento da mesma, mas nunca se aprofundaram no assunto. Por fim 26,7% dos respondentes afirmaram não ter informação alguma acerca da PEC 51/2017.

Acaba sendo uma quebra de expectativa perceber que a porcentagem de respondentes que não conhece a PEC, somada aos respondentes que não se aprofundaram no assunto, acaba sendo maior do que as empresas que detêm conhecimento pleno acerca desta. Afinal, o intuito da PEC beneficiaria estes, sendo uma das pouquíssimas tentativas de incentivo existentes para este mercado.

Continuando, ainda diretamente acerca da PEC 51/2017, questionou-se sobre a aceitação da possibilidade de aprovação da mesma:

Figura 5 – Expectativa de aprovação da PEC51/2017



Fonte: Adaptado pelo autor (2021)

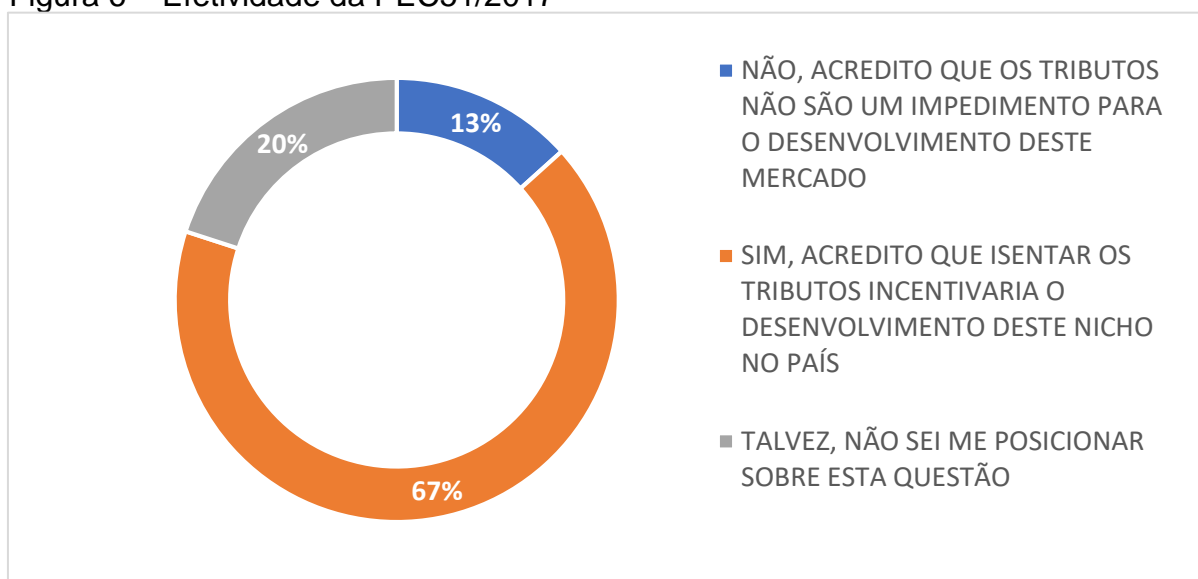


A grande maioria, 54% das empresas definiram como resposta que creem na possibilidade de aprovação, porém, em um momento de economia mais estável. Os demais respondentes se dividiram igualmente entre os que não acreditavam na aprovação da PEC e, os que afirmam crer na aprovação da mesma, ambos com 23%.

A opinião dos respondentes é coerente, considerando diversos aspectos político-econômicos desfavoráveis para o momento que vivemos, porém, não sendo questões a se discutir nesta pesquisa. Uma mudança tributária em um mercado não valorizado e tecnicamente considerado não-essencial, não nutre expectativas tão consideráveis para este momento.

Porém, quando perguntado se os respondentes viam a aprovação da PEC como algo positivo em desenvolvimento para o mercado de jogos no país, tivemos um percentual maior de aprovação:

Figura 6 – Efetividade da PEC51/2017



Fonte: Adaptado pelo autor (2021)

Como resposta positiva ao questionamento obteve-se de 67%; enquanto os respondentes que não veem mudança somaram 13%. Ainda, 20% dos respondentes não se posicionaram sobre o assunto.

A possível negação das empresas neste caso pode ter vários fatores, porém um deles, que foi abordado como resposta descritiva, foi a necessidade de equipamentos exclusivamente importados para as empresas que utilizam programação de jogos VR (Virtual Reality/ Realidade Virtual), como por uma empresa especializada nesta área: “Não, no Brasil por exemplo não é vendido Realidade Virtual e Aumentada, não resolveria o problema” (EMPRESA J, 2021). Justificando sua resposta, pois considerando que a PEC se aplicaria apenas aos produtos produzidos em solo nacional, estas ramificações que necessitam de software de ponta exclusivos do exterior ficariam de fora dos pontos cobertos pela proposta, inicialmente.

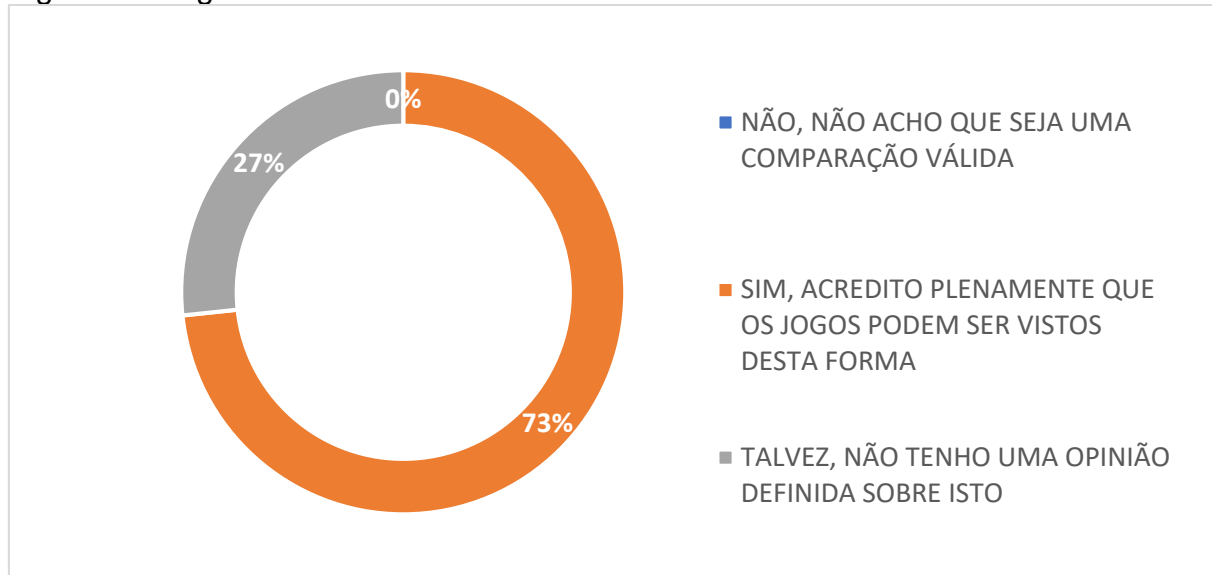
E, quando questionados mais especificamente acerca da perspectiva de crescimento no que se refere ao próprio negócio, obteve-se um percentual de 73% de respostas positivas ao incentivo e desenvolvimento provindos da aprovação da PEC 51/2017 para si próprios, por outro lado 27% não creem em uma melhora para seus negócios. A falta de perspectiva de crescimento destes novamente pode em partes



relacionar-se à demanda de produtos exclusivamente provindos do exterior, deixados de fora pela proposta.

Continuando os questionamentos diretamente relacionados a PEC 51/2017, foi questionado quanto a opinião dos respondentes em classificar os jogos eletrônicos como material cultural:

Figura 7 – Jogos eletrônicos como material cultural



Fonte: Adaptado pelo autor (2021)

Ao todo 73% dos respondentes afirmaram que veem os jogos eletrônicos como um material que reflete a cultura em que está inserido, enquanto 27% não tiveram uma opinião definida sobre o assunto.

Mais adiante o questionário também foi composto por questões discursivas, a seguir um trecho da opinião de um desenvolvedor, retirado de outra questão (onde inicialmente utilizou-se de um trecho da PEC 51/2017 para que os respondentes desenvolvessem suas opiniões sobre o mercado de jogos eletrônicos no Brasil), porém, que se refere à visão do respondente sobre material cultural.

[...] Jogos sim são arte e produção cultural e deveriam ser mais valorizado como tal. [...] Muito do nosso talento morre no fato de que: para jogos é necessário trabalhar em um computador (normalmente pouco acessível a todos os brasileiros) por um grande período, sem ganhar dinheiro algum (normalmente é feito no tempo livre de um trabalho diurno, por exemplo). [...] Consideramos que lançar um jogo é um aprendizado, e isso deve ser feito várias vezes até conseguir viver de jogos.[...] Então do jeito que é, o fato de desenvolver jogos no Brasil é privilégio para poucos, o que fere com nosso potencial de indústria (EMPRESA O, 2021).

No depoimento o desenvolvedor evidencia o quão é difícil se manter na área de desenvolvimento de jogos, desde o fato de um computador com configurações avançadas para desenvolvimento custa valores altíssimos, até a realidade de que a renda só é realizada com a venda dos projetos, após muita tentativa e erro. Para a produção de um jogo eletrônico é necessário muito estudo, conhecimento e principalmente, a criatividade daquele que o desenvolve.

Voltando-se para a parte tributária, foi solicitada que se posicionassem sobre a redução de IPI ocorrida no mês de outubro de 2020, se esta havia sido perceptível



no de correr das atividades. Por fim, 66,7% dos respondentes afirmaram que não houve qualquer variação considerável nos resultados, enquanto 33,3% afirmam que talvez houvesse, porém de maneira mínima ou imperceptível.

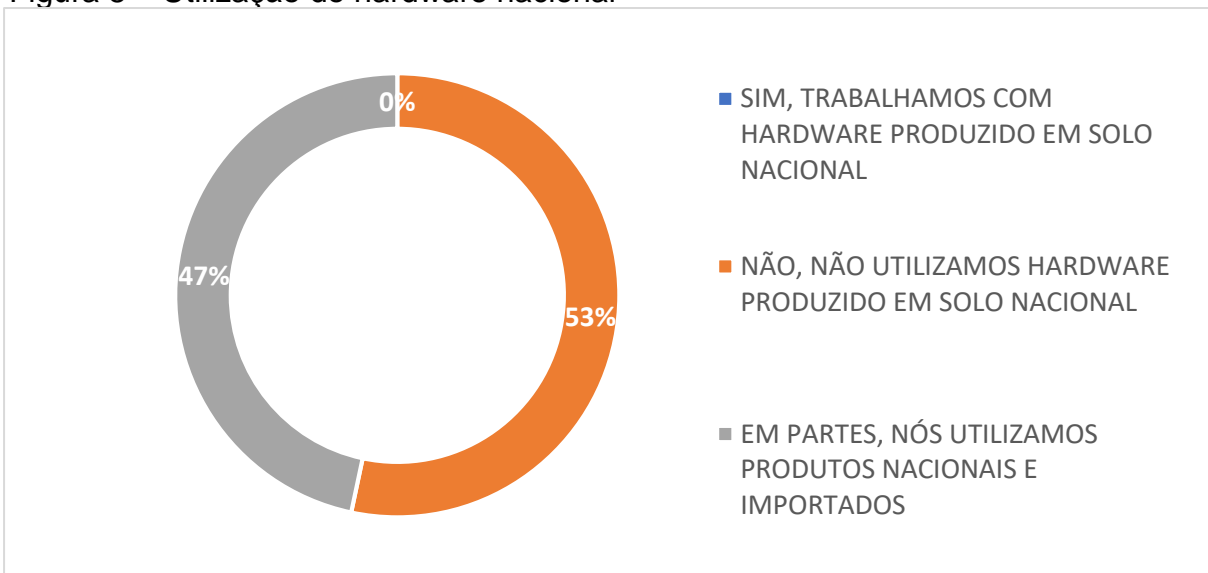
Visando uma noção a respeito da tributação sobre as empresas, foi questionado qual sua tributação anual sobre a receita. Obtivemos várias porcentagens variando de 12% a 17%, com exceções em que a tributação apontou-se até 25%, porém com a justificativa de que haviam negociações diretas com o exterior.

Partindo então para uma linha de estudo do aproveitamento do mercado nacional, questionou-se a possibilidade de efetivação do uso dos produtos de hardware nacionais em contrapartida aos produtos importados, contando com uma redução de valores decorrentes de uma reavaliação tributária. Nisto apesar de opiniões diversas, houve um consenso: os produtos nacionais são vistos como de entrada, básicos, não podendo suprir o potencial/capacidade dos importados, sendo estes muito superiores, até o momento.

Então, ao decorrer da análise das respostas discursivas, vemos afirmações como: “Difícil dizer, em comparação ao que vemos hoje, diria que não. Mas com um mercado mais desenvolvido e com produtos de melhor procedência, seria viável”, depoimento manifestado pela Empresa F, mas que também representa bem a opinião de diversos outros respondentes. Por outro lado, também tivemos afirmações positivas, por exemplo: “Sim. Seria um belo incentivo para produção, venda, emprego e economia. Mas acho válido também, não ignorar o importado. Querendo ou não, as melhores peças ainda vem de fora” relatado pela Empresa N.

Ainda sobre o hardware produzido em solo nacional, questionou-se pelo do uso efetivo dos produtos nacionais pelas empresas participantes atualmente durante o exercício normal de suas atividades, para levantar o quão utilizado eram os dispositivos nacionais, complementando a questão anterior:

Figura 8 – Utilização do hardware nacional



Fonte: Adaptado pelo autor (2021)

No geral o problema exposto pelos respondentes foi então a qualidade dos produtos oferecidos no mercado nacional, não sendo estes páreo para o importado. Como resultado, 53% dos respondentes não utilizam em suas atividades os produtos nacionais, enquanto 47% mesclam a utilização de produtos nacionais com produtos



importados. Não havendo, dentre os respondentes, empresas que pudessem se manter apenas com produtos nacionais.

Seguindo o questionamento referente aos produtos nacionais, perguntou-se então a opinião acerca do custo-benefício dos produtos nacionais. Considerando que boa parte dos respondentes não utiliza dos produtos nacionais, obtiveram-se poucas respostas, porém, as respostas obtidas foi possível perceber que há a insatisfação com o custo-benefício, do mesmo modo já abordado anteriormente, como afirmação:

Aqui utilizamos apenas componentes mais simples, teclados, mouses, monitores e acredito que algumas memórias, e estes em si apresentam preços elevados para sua qualidade. Porém, não são da pior procedência, apenas é necessário mais desenvolvimento. Os demais produtos nem mesmo possuímos, pois não equiparam custo a qualidade (EMPRESA C, 2021).

No geral percebe-se que não há a aversão ao nacional, mas sim a necessidade de qualidade, e isto com o tempo pode sim ser alcançada com o decorrer do desenvolvimento do setor.

Para compor a próxima questão, valeu-se um trecho da PEC 51/2017, onde esta afirma que a alta carga tributária inibe o potencial do mercado de jogos no país. Com isso é requisitada a opinião dos respondentes no tocante da atual situação do mercado de jogos eletrônicos e componentes de hardware no Brasil.

Para esta afirmação obteve-se opiniões diversas, onde os respondentes no geral concordaram com a afirmação e expuseram seus pontos de vista. Um ponto importante levantado por uma das empresas foi a necessidade de fomento para as empresas iniciantes, pois antes mesmo de começar a se preocupar com os tributos, primeiro é necessário ter renda, e sem estímulo algum para o mercado, vários desistem antes mesmo de lançarem sua primeira obra. Outro ponto interessante foi o trecho citado a seguir, onde a empresa associa o valor dos jogos a cultura de jogador no Brasil.

O preço de hardware e software importado é uma das razões que definiu a nossa cultura de jogador. Por conta disso no Brasil há um alto consumo de jogos Free-to-Play similar ao mercado chinês, e diferente do que acontece nos Estados Unidos e Europa. Apesar de ser um país que consome muitos jogos, o alto valor dos jogos importados restringe muito o consumo de jogos lançados (EMPRESA A, 2021)

Esta afirmação liga-se diretamente ao que Wijman (2020) se refere ao citar no em seu trabalho “*Global Games Market Report*” o grande faturamento de jogos “grátis”. Jogos estes que liberam acesso ao jogo *standart* (padrão) de graça ao público, porém cobram para os jogadores tenham acesso à itens que visualmente os tornem diferentes dos outros os jogadores, o que acaba de certa forma despertando a cobiça destes para diferenciar-se dos demais.

Outro depoimento levantou uma questão importante, a pirataria. Sendo este o meio de acesso ao conteúdo pelo público que não tem condições para adquiri-lo de forma legal: “Brasil consome muita pirataria, acredito que redução de impostos abriria portas para a redução da mesma [...]”, como apontado pela Empresa J. Com preços altíssimos como se vê nos últimos tempos, a pirataria acaba sendo utilizada em larga escala, com a diminuição dos valores, espera-se um aumento na acessibilidade e por consequência a diminuição da pirataria.



Também foi levantado pelo respondente, o desejo das empresas desenvolvedoras de levarem seus negócios para o exterior:

Concordo completamente com a frase citada. Além disso, muitas desenvolvedoras sofrem para crescer, quando se é pequena, e quando se torna uma desenvolvedora AA ou AAA, saem imediatamente do país, pois os impostos e burocracias são abusivas de certa forma [...] (EMPRESA N, 2021).

Com isso o desenvolvedor em questão ressalta um ponto importante, e não é incomum que aconteça como citado. Durante a pesquisa deste trabalho muitas das empresas indicadas estavam em processo de mudança para outros países, enquanto outras já haviam totalmente migrado para fora do Brasil buscando maior reconhecimento, crescimento e afins.

Continuando diretamente sobre o mercado de jogos eletrônicos no Brasil, o questionamento levantado foi focado nas perspectivas de melhorias no decorrer dos anos. No geral os respondentes expressaram perspectivas médias e baixas acerca das melhorias para o mercado. Apesar da esperança de crescimento, preveem que isto ocorra de maneira lenta, a longo prazo. Mas, também houveram opiniões positivas como a resposta abaixo:

Boas. O mercado está aquecido e em crescimento, a alta do dólar propicia *outsourcing* em massa para o exterior e isso fortalece o aquecimento das empresas, *freelancers* e maior busca por profissionais nacionais. Além disso, ganha-se experiência na criação de *assets* e / ou soluções de qualidade, podendo a mesma ser aplicada em projetos nacionais (EMPRESA E, 2021).

A palavra “*outsourcing*” nada mais é do que a terceirização, o respondente com isso afirma que o mercado de jogos se encontra propício para a prestação de serviços de terceiros, principalmente na área dos “*assets*” que são componentes isolados do desenvolvimento como ilustrações, efeitos sonoros, texturas objetos e mais.

Em seguida direcionamos o foco da pergunta nas próprias empresas respondentes, para que expressassem suas perspectivas de crescimento/desenvolvimento. No geral obtivemos respostas positivas, por mais de que algumas ainda se encontrassem receosas ou incertas principalmente ao que se refere à pandemia, como a distribuidora Empresa C (2021): “Desde 2001 viemos crescendo, desenvolvendo, inovando cada vez mais. Estamos com projeções mais “pé no chão” por conta da pandemia, cortes de custos e afins, mas esperamos que logo possamos voltar a “pensar alto”; ou a afirmação da Empresa E (2021): “Muito boas, a diversificação é o forte de nossa empresa, isso nos manteve estáveis durante a pandemia e agora, em crescimento”.

A pergunta seguinte foi direcionada ao quanto os respondentes acreditavam na proteção da Lei dos Direitos Autorais sobre as suas obras e conteúdo no geral. Os respondentes afirmaram que ela em teoria protege toda a criação, porém, que há controvérsias na acessibilidade a ela, principalmente por conta do alto custo e, a superficialidade da abrangência da lei: “Não. Somente se a desenvolvedora patentear e registrar parte por parte. Muito gasto e muita burocracia”, como expressa a Empresa N (2021).



Além do mais, os desenvolvedores levantam a visão de que quando o trabalho refere-se a prestação de serviços a outras empresas, é mais viável que se criem contratos com seus empregadores, para que se tenha a segurança devida:

A partir do momento em que criações são baseadas em criações, ela falha. A melhor forma de proteger os artistas e profissionais é através de contratos justos e direitos justos ofertados pelos empregadores e contratantes. Os desenvolvedores e artistas necessitam se calçar juridicamente e fazer valer seus direitos para que isso funcione em nossa indústria.[...] (EMPRESA E, 2021).

Quando questionados sobre problemas com cópias não autorizadas em suas criações, 3 dos 15 respondentes (Empresas J, B, D) alegaram terem tido problemas com plágio, porém que felizmente estes não impactaram totalmente o decorrer do desenvolvimento/vendas. E, acerca da acessibilidade dos processos de registro de suas obras, os respondentes afirmam ser acessível em partes, porém, complicados para empresas que ainda estão em desenvolvimento, sem apoio específico de terceiros para isto, novamente remetendo ao custo e complicações.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com os dados obtidos durante o questionário aplicado aos respondentes, em conjunto aos dados levantados durante a elaboração do trabalho, foi possível concluir que uma reavaliação tributária é necessária, é devida, porém não é a única solução para alavancar o desenvolvimento do mercado brasileiro de jogos eletrônicos.

O mercado de jogos eletrônicos no Brasil ano após ano se renova e cresce em vários aspectos, principalmente aos que se referem ao importado. Enquanto jogos estrangeiros surgem aos montes, os desenvolvedores nacionais lutam para manter-se de pé, enquanto as prateleiras lotam-se de hardware importado, o produto nacional é deixado de lado, pois sua qualidade é baixa e seus preços altíssimos. O mercado de jogos no Brasil já se mostrou promissor e rentável, porém, falta incentivo para que isto aconteça.

Para mudanças efetivas ocorrerem, de início a classificação dos jogos eletrônicos como softwares ao invés de obras audiovisuais é plausível. A essência dos jogos eletrônicos se enquadra neste conceito melhor do que ao conceito de material audiovisual e, utilizando a classificação correta, com a tributação correta, já poderíamos ver mudanças nos valores do mercado. Além da classificação tributária, outro ponto a rever sobre os jogos eletrônicos é sua qualificação como material cultural.

O conceito de cultura, como anteriormente apontado nesta pesquisa, remete às expressões da criatividade humana que de maneira lúdica ou não, apresentam ao expectador/apreciador seus pontos de vista, ideais, crenças, características e afins; pontos que são apresentados por grande parte dos jogos. Ainda é importante citar toda a movimentação necessária para a produção de um jogo eletrônico, que vai desde a programação, criação das artes, dos sons, das falas, dos textos e demais ramificações do desenvolvimento. Com isto, torna-se justo classificar os jogos eletrônicos como material cultural.

O objeto deste estudo foi a aprovação da Proposta de Emenda à Constituição 51/2017, que em suma propõe que os jogos eletrônicos e os produtos nacionais



ligados a eles tenham isenção tributária, com objetivo de estimular o crescimento deste nicho no país. É inegável que uma reavaliação tributária alcançaria o objetivo fim da proposta. Em primeiro lugar, com a aprovação os valores do hardware se tornariam menores, proporcionando acessibilidade tanto ao público em geral quanto aos desenvolvedores que cada vez mais precisam de hardware de ponta para desenvolver suas atividades.

Com a acessibilidade ao público geral, teríamos um aumento ainda maior do público-alvo, pois a realidade dos valores hoje são níveis praticamente inacessíveis a classes médias-baixas, restringindo o acesso a boa parte do público apreciador. Ainda com isto, boa parte da pirataria que ocorre neste meio deixaria de existir, pois estaria acessível ao público menos favorecido.

Além de que, como exposto durante o decorrer da pesquisa, fora da revisão tributária referente a PEC 51/2017, há uma questão ainda pendente, que é a atual classificação tributária dos jogos eletrônicos. É notória a falta de sentido em configurar duas mídias iguais para veículos diferentes com classificações diferentes, deixando-as como obras audiovisuais aos consoles e como software aos computadores. Um jogo eletrônico não se transforma em outro, ou sequer muda sua essência, quando levado de uma plataforma para outra. Não é possível ser e não ser um software ao mesmo tempo, essa é a base dos jogos eletrônicos e deve ser tratada assim.

Porém, isso não quer dizer que deixar de classificá-los como audiovisual faz com que eles deixem de se configurar como um conteúdo relacionado à arte. Como evidenciado, a arte pode ser vista como o fruto da criatividade humana, que remete ao apreciador desde pontos de vistas e sentimentos até aspectos culturais. O processo de criação de um jogo eletrônico demanda desde o conhecimento em programação, a habilidade de criação de cenários, paisagens, seres e, de sons, músicas, roteiros e diálogos. Portanto, os tributos hoje restringem uma grande parcela da população ao acesso de uma forma de arte, de um meio de desenvolvimento cognitivo e de um ramo de carreira promissor.

Mas ainda assim, apenas a aprovação da proposta não seria suficiente para o sucesso desejado ao crescimento do mercado de jogos eletrônicos no país. As dificuldades vão além dos tributos quando o assunto é desenvolver. Não que isso signifique que ela não deve ser aprovada, de modo algum, significa que é preciso mais. Hoje não há incentivo ao desenvolvimento de jogos eletrônicos como há para outras formas de arte, beirando a não-aceitação dos jogos eletrônicos como obras de arte. A reavaliação tributária é sim necessária, porém parafraseando as palavras de um respondente, de nada adianta mudanças nos tributos para aqueles que ainda nem obtiveram renda. Para alcançar realmente a utopia desejada, estimular o fomento da área de desenvolvimento é necessário.

Conclui-se que a aprovação da PEC 51/2017 seria um ótimo incentivo para a acessibilidade de boa parte do povo brasileiro que hoje não dispõe da renda necessária para poder usufruir de tal mercado, podendo estender-se à produção e aumento do nível dos produtos de hardware nacional, mas ainda assim seria necessário um complemento para fomentar as pequenas empresas que se aventuram neste meio, para que não haja apenas aumento do consumidor final, mas sim o completo desenvolvimento do mercado nacional.



ALMEIDA, Clara Leitão de. **Tributação sobre Streaming no Âmbito do Sistema Tributário Brasileiro**. 2019. 58 f. TCC (Graduação) - Curso de Direito, Fundação Getulio Vargas, Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/28158/CLARA%20LEIT%20O%20DE%20ALMEIDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 05 nov. 2020.

AMARO, Luciano. **Direito Tributário Brasileiro**. 21. ed. São Paulo: Saraiva, 2016. Disponível em: https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=4YywDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT2&dq=tributo+presta%C3%A7%C3%A3o+pecuni%C3%A1ria&ots=0fMruVCQqQ&sig=FRw0XVp868hD1BPrG_bcEDOHZ3l#v=onepage&q&f=true. Acesso em: 02 dez. 2020.

AMORIN, A. **A origem dos jogos eletrônicos**. USP, 2006.
ARANHA, Gláucio. Jogos Eletrônicos como um conceito chave para o desenvolvimento de aplicações imersivas e interativas para o aprendizado. **Ciências & Cognição**, v. 7, 11.

BATISTA, Mônica de Lourdes Souza *et al.* UM ESTUDO SOBRE A HISTÓRIA DOS JOGOS ELETRÔNICOS. **Revista Eletrônica da Faculdade Metodista Granbery**, Juiz de Fora, v. 3, n. 1, p. 1-24, 01 jul. 2007. Disponível em: <http://re.granbery.edu.br/artigos/MjQ4.pdf>. Acesso em: 02 nov. 2020.

BRASÍLIA. AGÊNCIA SENADO. **Isenção de impostos sobre videogames pode ser votada após recesso**. 2020. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2020/01/20/isencao-de-impostos-sobre-videogames-pode-ser-votada-apos-recesso#:~:text=Em%20agosto%2C%20decreto%20assinado%20pelo,faixa%20entre%2016%20a%2040%25>. Acesso em: 27 set. 2020.

BRASILIA. AGÊNCIA SENADO. **Proposta de Emenda à Constituição nº 51, de 2017**. 2017. Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/132049>. Acesso em: 29 nov. 2020.
BRASÍLIA. EMÍLIO GARRASTAZU MÉDICI. **LEI Nº 5.988, DE 14 DE DEZEMBRO DE 1973**. 1973. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l5988.htm. Acesso em: 15 maio 2021.

BRASÍLIA. Humberto de Alencar Castello Branco. Presidência da República. **Lei Nº 5.172, de 25 de outubro de 1966**. 1966. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l5172compilado.htm. Acesso em: 29 nov. 2020.

BRASILIA. JAIR MESSIAS BOLSONARO. **Decreto Nº 10.532, de 26 de outubro de 2020**. 2020. Disponível em: https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/decreto-n-10.532-de-26-de-outubro-de-2020-284987499?_ga=2.26440440.471984343.1604347849-1319832766.1595028549. Acesso em: 02 nov. 2020.



BRASILIA. JAIR MESSIAS BOLSONARO. **Decreto Nº 9.971, de 14 de agosto de 2019**. 2019. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/decreto/D9971.htm. Acesso em: 02 nov. 2020.

BRASILIA. MARTA SUPLICY. **Proposta de Emenda à Constituição nº 51, de 2017**. 2019. Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/132049>. Acesso em: 28 nov. 2020.

CHAUI, Marilena. **Cultura e democracia**. Salvador: Crítica y Emancipación, 2008. 23 p. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4657030/mod_resource/content/1/Chauai%20Cultura%20e%20Democracia.pdf. Acesso em: 28 nov. 2020.

COSTA, Wing. **Jogos de videogame podem ser obras de arte?** 2015. Disponível em: <https://www.gazetaonline.com.br/entretenimento/famosos/2015/10/jogos-de-videogame-podem-ser-obras-de-arte-1013910914.html>. Acesso em: 29 nov. 2020.

DANTAS, Glauber Isaias Pinheiro. **A necessidade e a oportunidade da redução da carga tributária incidente sobre os jogos eletrônicos**. 2015. 75 f. Monografia (Especialização) - Curso de Direito, Faculdade de Direito, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2015. Disponível em: http://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/25716/1/2015_tcc_gipdantas.pdf. Acesso em: 27 set. 2020.

DAVID, Gabriela Borges. **O tratamento jurídico – tributário dos bens digitais em jogos massively multiplayer online role – playing games (MMORPG): hipóteses de incidência de icms e iss no comércio eletrônico em world of warcraft**. 2019. 61 f. TCC (Graduação) - Curso de Direito, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: <https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/11958/1/GBDavid.pdf>. Acesso em: 05 nov. 2020.

FELIPE VINHA (ed.). **Xbox Series X e S ficam mais baratos no Brasil após redução de IPI**. 2020. Disponível em: https://www.terra.com.br/noticias/tecnologia/microsoft-baixa-precos-dos-xbox-series-x-e-s-apos-reducao-de-ipi,c45eb78ec49a29f0fa34305a6558be4t8hfm41.html?utm_source=NEWSSTAND&utm_medium=rss. Acesso em: 02 nov. 2020.

FERNANDES, Diego Moreira et al. **Jogos eletrônicos, violência e desenvolvimento moral**. Bol. - Acad. Paul. Psicol., São Paulo, v. 37, n. 92, p. 94-114, jan. 2017. Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-711X2017000100008&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 29 set. 2020.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.



JORGE LOUREIRO (ed.). **That Dragon Cancer - Análise**: um jogo capaz de vos pôr a chorar.. Um jogo capaz de vos pôr a chorar.. 2016. Disponível em: <https://www.eurogamer.pt/articles/2016-02-02-that-dragon-cancer-analise>. Acesso em: 28 nov. 2020.

JÚNIOR, Fernando Gomes de Paiva. **Jogos Eletrônicos como Mediação Comunicativa da Cultura**: um olhar a partir da cultura da produção. 2017. 188 f. Tese (Doutorado) - Curso de Administração, Departamento de Ciências Administrativas, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2017. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/29373/1/TESE%20Jose%20Lindenbergr%20Juli%20Xavier%20Filho.pdf>. Acesso em: 05 nov. 2020.

JUNIOR, Magno de Aguiar Maranhão. **Jogos Eletrônicos: audiovisual ou software?**: o ponto ótimo da exegese legal para viabilizar a implementação de políticas públicas de regulação e fomento. O ponto ótimo da exegese legal para viabilizar a implementação de políticas públicas de regulação e fomento.. 2017. Disponível em: <https://magnomaranhao.jusbrasil.com.br/artigos/477757999/jogos-eletronicos-audiovisual-ou-software>. Acesso em: 09 maio 2021.

JUNIOR, Magno de Aguiar Maranhão. **Jogos Eletrônicos: audiovisual ou software?**: o ponto ótimo da exegese legal para viabilizar a implementação de políticas públicas de regulação e fomento. O ponto ótimo da exegese legal para viabilizar a implementação de políticas públicas de regulação e fomento.. 2017. Disponível em: <https://magnomaranhao.jusbrasil.com.br/artigos/477757999/jogos-eletronicos-audiovisual-ou-software>. Acesso em: 01 maio 2021.

KRASUSKI, Konrad. **Medieval Fantasy Warrior Is Key to 21,000% Stock Gain in Decade**. 2019. Disponível em: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2019-12-21/medieval-fantasy-warrior-is-key-to-21-000-stock-gain-in-decade>. Acesso em: 27 set. 2020.

LOURENÇO, Ana Paula Pinto *et al.* **Comunicação Digital**: média, práticas e consumos. Lisboa: Núcleo de Investigação em Práticas & Competências Mediáticas, 2019. 243 p. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Luisa_Ribeiro15/publication/330062024_Esports_trabalho_ou_diversao_Uma_perspetiva_luso-brasileira/links/5d67acf2a6fdccf343fc04c7/Esports-trabalho-ou-diversao-Uma-perspetiva-luso-brasileira.pdf#page=159. Acesso em: 27 set. 2020.

MENDES, Cláudio Lúcio. **Jogos eletrônicos**: diversão, poder e subjetivação. São Paulo: Papyrus Editora, 2017. 160 p. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=-ZFvA0rpbXMC&oi=fnd&pg=PA9&dq=jogos+eletr%C3%B4nicos&ots=-KZwiTzzXa&sig=kyeb-IUbrYDqDnz0SaBtBgo0frA#v=onepage&q=jogos%20eletr%C3%B4nicos&f=false>. Acesso em: 15 ago. 2020.

MONTEIRO, Tairine Vieira Barros; MAGAGNIN, Cláudia Dolores Martins; ARAÚJO, Cláudia Helena dos Santos. **Importância dos jogos na formação do aluno**. In: XIX



SIMPÓSIO DE ESTUDOS E PESQUISAS, 19., 2010, Goiás. Anápolis: UEG, 2010. Tema: A Aprendizagem por meio dos Jogos Eletrônicos, p. 1-11. Disponível em: https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/248/o/Tairine_Vieira_Barros_Monteiro__Cla__di_a_Dolores_Martins_Magagnin_e_Ci__udia_Helena_dos_Santos_Ara__jo.pdf. Acesso em: 27 set. 2020.

PINHEIRO, Jessica. **PlayStation 4 não é mais fabricado no Brasil**. 2019. Disponível em: <https://www.theenemy.com.br/playstation/playstation-4-nao-e-mais-fabricado-no-brasil>. Acesso em: 08 nov. 2020.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico**:: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. 277 p.

REIS, Almeida *et al.* Jogos eletrônicos e a busca da excitação. **Movimento**, Farroupilha, v. 3, n. 14, p. 163-183, 31 dez. 2008. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/1153/115316012009.pdf>. Acesso em: 25 out. 2020.

RIGUES, Rafael. **Após 48 anos, Sony vai fechar sua fábrica em Manaus**. 2020. Disponível em: <https://olhardigital.com.br/noticia/apos-48-anos-sony-vai-fechar-sua-fabrica-em-manaus/106994>. Acesso em: 08 nov. 2020.

SATURNO, Ares (ed.). **Tudo o que você quer saber sobre a isenção tributária da PEC dos Games**. 2018. Disponível em: <https://canaltech.com.br/games/tudo-o-que-voce-quer-saber-sobre-a-isencao-tributaria-da-pec-dos-games-110866/>. Acesso em: 02 nov. 2020.

SCHMIDT, Albano Francisco; GONÇALVES, Oksandro Osdival. Fomentando a legalidade e a estabilidade do mercado de videogames no Brasil: em busca da nomenclatura correta, da igualdade e tributária e do preço justo. **Revista Opinião Jurídica (Fortaleza)**, Fortaleza, v. 16, n. 12, p. 35-37, dez. 2014. Disponível em: <https://periodicos.unichristus.edu.br/opiniojuridica/article/view/205>. Acesso em: 30 set. 2020.

SILVA, Leonardo Ferreira; PINHEIRO, Matheus Dias; SANTOS, Rick Rodrigues dos; SCHMIGUEL, Juliano. **O CRESCIMENTO DOS JOGOS NO MERCADO MOBILE E SUAS ACESSIBILIDADES**. 2016. Disponível em: <https://www.eumed.net/rev/caribe/2016/02/jogos.zip>. Acesso em: 01 dez. 2020.

SISCOMEX. **Portal Unico Siscomex**. 2020. Disponível em: <https://portalunico.siscomex.gov.br/classif/#/nomenclatura/85?criterio=85>. Acesso em: 29 nov. 2020.

STEAM (org.). **That Dragon, Cancer**. 2016. Disponível em: https://store.steampowered.com/app/419460/That_Dragon_Cancer/. Acesso em: 28 nov. 2020.

WIJMAN, Tom (San Francisco). **2020 Global Games Market Report**: key trends | market sizing & forecasts special focus topics | rankings. San Francisco: Newzoo Platform, 2020. 31 p. Disponível em:



UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE – UNESC
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS



https://resources.newzoo.com/hubfs/Reports/2020_Free_Global_Games_Market_Report.pdf?utm_campaign=GGMR%202020&utm_medium=email&_hsmi=90212695&_hsenc=p2ANqtz-86dvs5QtdsBxAMQ7__Fm9CRzUq8Se50hmZHX9SWK1rPZD1JHsYFP7Jw064Blfc_isX34UtlNgJ_Qbzh_DQ1D3hihj0A&utm_content=90212695&utm_source=hs_automation. Acesso em: 02 nov. 2020



APÊNDICE



APÊNDICE A – Questionário da Pesquisa

Questionário TCC: Tributos sobre jogos e componentes eletrônicos
Este questionário tem como objetivo levantar dados e opiniões acerca da atual situação tributária no Brasil em comparação de uma projeção com a PEC 51/2017.

1. Nome da empresa (apenas para controle do pesquisador, os nomes das empresas não serão divulgados): *

2. Endereço (Estado/Cidade): *

3. Acerca da sua área de atuação: *

- Minha empresa foca no desenvolvimento de jogos eletrônicos
 Minha empresa foca no distribuição de componentes de hardware
 Minha empresa foca tanto no desenvolvimento de jogos quanto na distribuição de componentes hardware

4. Qual quantidade de funcionários a empresa possui atualmente? *

- Até 9 funcionários
 De 10 a 49 funcionário
 De 50 a 99 funcionários
 Acima de 99 funcionários

5. Qual a classificação da empresa de acordo com de faturamento anual? *

- Microempreendedor Individual: até R\$ 91.000,00
 Microempresa: de R\$ 60.000,00 a R\$ 360.00,00
 Empresa de Pequeno Porte: maior que R\$ 360.000,00 até R\$ 4,8 milhões
 milhões Acima de R\$ 4,8 milhões.

6. Você conhece a PEC 51/2017 e seus objetivos? *

- Sim, conheço o projeto e seu objetivo
 Não, não conheço o projeto e seu objetivo



- Parcialmente, já ouvi falar, mas nunca me aprofundei no assunto
7. Em caso afirmativo à resposta anterior, você acredita na aprovação da Pec 51/2017
- Não, não acredito que irá ser aprovada.
 Sim, acredito que virá a ser aprovada.
 Talvez, em um momento de economia mais estável.
8. Você acredita que a isenção tributária proposta pela PEC 51/2017 contribuiria para o desenvolvimento do mercado de jogos eletrônicos e componentes de hardware no país ?
- Não, acredito que os tributos não são um impedimento para o desenvolvimento deste mercado.
 Sim, acredito que isentar os tributos incentivaria o desenvolvimento deste nicho no país.
 Talvez, não sei me posicionar sobre esta questão.
9. Acerca especificamente do seu negócio, acredita que se beneficiaria e obteria desenvolvimento com a aprovação da proposta?
- Não, não vejo perspectiva para melhora no mercado em que atuo.
 Sim, acredito no potencial de desenvolvimento que a proposta
 apresenta. Talvez, não sei me posicionar sobre esta questão.
10. Uma das razões da proposta de isenção tributária dos jogos eletrônicos se baseia na ideia de que eles são material cultural, semelhantes a livros, jornais e formas de arte. Você vê os jogos eletrônicos como semelhantes ao material cultural?
- Não, não acho que seja uma comparação válida
 Sim, acredito plenamente que os jogos podem ser vistos desta forma
 Talvez, não tenho uma opinião definida sobre isto
11. Em outubro de 2020, tivemos a redução do IPI sobre jogos eletrônicos e componentes de hardware, onde as alíquotas tiveram diminuições de até 10% em comparação aos seus valores atuais. Esta redução foi perceptível em seus resultados?
- Não, não houve uma variação considerável.
 Sim, foi perceptível uma variação considerável.
 Talvez, pôde haver uma variação mínima ou imperceptível.
12. Considerando a isenção sobre os componentes de hardware e a baixa dos preços, seria válido dar preferência na distribuição de componentes nacionais ao invés do importado?
-
-



13. Em média, quanto o valor dos tributos representam em comparação com a sua receita anual?

14. Atualmente poucos componentes de hardware são produzidos em solo nacional. Em seu negócio, há a utilização de hardware "Made in Brazil"?

- Sim, trabalhamos com hardware produzido em solo nacional.
 Não, não utilizamos hardware produzido em solo nacional.
 Em partes, nós utilizamos produtos nacionais e importados

15. Você considera a relação custo-benefício dos componentes de hardwares fabricados no Brasil válida? Qual sua opinião sobre estes componentes? *

16. O Brasil atualmente está localizado no 13º lugar entre o ranking dos países com maior número de jogadores. Apesar das dificuldades enfrentadas, como é dito na PEC 51/2017: “os elevados impostos inibem a expressão cultural [...], a alta tributação inibe o potencial cultural de nosso setor”. Como é a sua visão da situação atual referente ao mercado de jogos e componentes de hardware no país?

17. Quais suas perspectivas de melhorias para o mercado de jogos com o decorrer dos anos?



18. E, qual as suas perspectivas de crescimento para o seu negócio?

19. Acerca da Lei dos Direitos Autorais, você considera que a lei engloba todas a criações feitas pelo desenvolvimento?

20. Já houveram problemas com cópias não autorizadas de produtos registrados?

21. Os processos de registros dos trabalhos desenvolvidos é acessível aos desenvolvedores?
