

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE

Pedro Henrique da Costa e Silva

**OS JOGOS ELETRÔNICOS POR QUEM OS FAZ: CONCEITOS DE “ARTE” E
“ENTRETENIMENTO” NA INDÚSTRIA DOS JOGOS ELETRÔNICOS**

Niterói,

2022

Ficha catalográfica automática - SDC/BCG
Gerada com informações fornecidas pelo autor

S586j Silva, Pedro Henrique da Costa
Os jogos eletrônicos por quem os faz : Conceitos de "arte"
e "entretenimento" na indústria dos jogos eletrônicos /
Pedro Henrique da Costa Silva ; Samantha Quadrat, orientadora.
Niterói, 2022.
146 f.

Dissertação (mestrado)-Universidade Federal Fluminense,
Niterói, 2022.

DOI: <http://dx.doi.org/10.22409/PPGH.2022.m.10449130703>

1. Jogos eletrônicos. 2. Indústria cultural. 3. Arte. 4.
Entretenimento. 5. Produção intelectual. I. Quadrat,
Samantha, orientadora. II. Universidade Federal Fluminense.
Instituto de História. III. Título.

CDD -

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE

Pedro Henrique da Costa e Silva

**OS JOGOS ELETRÔNICOS POR QUEM OS FAZ: CONCEITOS DE “ARTE” E
“ENTRETENIMENTO” NA INDÚSTRIA DOS JOGOS ELETRÔNICOS**

Dissertação submetida ao corpo docente do Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal Fluminense - UFF, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre.

Orientação: Prof^a. Dr^a. Samantha Viz Quadrat

Palavras-chave: Jogos eletrônicos, Indústria Cultural, Arte, Entretenimento

Grande área: Ciências Humanas

Área: História

Subárea: História Contemporânea, História Cultural.

Niterói,

2022

Folha de Aprovação

**OS JOGOS ELETRÔNICOS POR QUEM OS FAZ: CONCEITOS DE “ARTE” E
“ENTRETENIMENTO” NA INDÚSTRIA DOS JOGOS ELETRÔNICOS**

Pedro Henrique da Costa e Silva

**Dissertação submetida ao corpo docente do Programa de Pós-Graduação em História da
Universidade Federal Fluminense - UFF, como parte dos requisitos necessários à
obtenção do grau de Mestre.**

Aprovada por:

Prof^ª. Dr^ª. Samantha Viz Quadrat (UFF) - Orientadora

Prof^ª. Dr^ª. Tatiana Silva Poggi de Figueiredo (UFF)

Prof. Dr. Ivan Lima Gomes (UFG)

Niterói

2022

Agradecimentos

Agradeço à minha orientadora, Samantha Viz Quadrat, pelo apoio dado nesses dois anos de pesquisa. Além dela, agradeço a todo o pessoal da Universidade Federal Fluminense (UFF) e do Programa de Pós-Graduação em História (PPGH) pela manutenção do funcionamento da instituição durante esse período. Agradeço também a Tatiana Silva Poggi de Figueiredo, a Francisco Carlos Teixeira da Silva e Ivan Lima Gomes pela participação em minha qualificação e defesa.

Também devo meus agradecimentos a todos aqueles que produziram e organizaram as fontes e bibliografia que utilizei para esta dissertação, sem as quais o trabalho teria sido impossível.

Por fim, agradeço à minha mãe, Mônica Cristina da Costa, meu pai, Marcelo Ferreira da Silva, meu irmão, João Vitor da Costa e Silva, minha avó, Maria da Consolação Costa e minha noiva, Rita de Cássia da Silva Nogueira, que me apoiaram e ajudaram de diversas formas nesse período. Também agradeço a amigos e outros pós-graduandos do PPGH por suas ajudas pontuais no processo.

RESUMO

SILVA, Pedro Henrique da Costa e. **Os jogos eletrônicos por quem os faz: conceitos de “arte” e “entretenimento” na indústria dos jogos eletrônicos.** Orientadora: Samantha Viz Quadrat. Niterói: UFF/ICHF/PPGH, 2022. Dissertação (Mestrado em História)

Palavras-chave: Jogos eletrônicos, Indústria Cultural, Arte, Entretenimento

A dissertação discute os diferentes conceitos de “arte” e “entretenimento” utilizados na indústria dos jogos eletrônicos, além de quais atores sociais os utilizam e com quais objetivos políticos. Para isso analisei os jogos eletrônicos como uma forma de arte inclusa nos debates que relacionaram arte e capitalismo no século XX, especialmente através do conceito de indústria cultural, desenvolvido primeiramente por Theodor Adorno e Max Horkheimer. Privilegio nessa análise o funcionamento interno da indústria, deixando em segundo plano a recepção dos consumidores sobre os seus bens de consumo.

ABSTRACT

SILVA, Pedro Henrique da Costa e. **Os jogos eletrônicos por quem os faz: conceitos de “arte” e “entretenimento” na indústria dos jogos eletrônicos.** Orientadora: Samantha Viz Quadrat. Niterói: UFF/ICHF/PPGH, 2022. Dissertação (Mestrado em História)

Keywords: Videogames, Culture Industry, Art, Entertainment

This dissertation aims to discuss the different concepts of “art” and “entertainment” used in the videogames industry, and which social agents use them and what are their political objectives. To achieve this, I analysed videogames as an art form that belongs in the debates that relate art and capitalism in the XXth century, specially through the concept of culture industry, developed primarily by Theodor Adorno and Max Horkheimer. I focus on the inner workings of the industry, relegating consumer reception to the consumer goods they buy to the background.

SUMÁRIO

Introdução	p. 01
Capítulo 1: Jogos eletrônicos, arte e técnica	p.06
<i>1.1 Hackers</i>	p. 08
1.1.1 Técnica, espetáculo e design	p. 12
1.1.2 Técnica e indústria cultural	p. 15
<i>1.2 Modders</i>	p. 21
1.2.1 Mods e seus tipos	p. 23
1.2.2 Machinima e expansão das formas de expressão	p. 28
Capítulo 2: Jogos eletrônicos, entretenimento e hegemonia cultural	p. 30
<i>2.1 A indústria cultural antes dos jogos eletrônicos</i>	p. 35
<i>2.2 O Sistema Nintendo</i>	p. 43
2.2.1 Desenvolvimento e controle de marca	p. 44
2.2.2 Criação e controle do público-alvo	p. 47
2.2.3 Centralização do controle sobre a produção e distribuição de jogos	p. 52
<i>2.3 O Oligopólio Consolidado</i>	p. 53
Capítulo 3: Jogos eletrônicos, arte e contra-hegemonia	p. 70
<i>3.1 Volta às origens</i>	p. 75
<i>3.2 Novas perspectivas</i>	p. 80
<i>3.3 Alternativa e oposição</i>	p. 96
Capítulo 4: Jogos eletrônicos, entretenimento e luta por direitos	p. 100
<i>4.1 Origens da indústria no mundo do trabalho</i>	p. 103
<i>4.2 Porque a luta fracassa até hoje</i>	p. 112
<i>4.3 Esforços para a união dos trabalhadores</i>	p. 118
Conclusão	p. 127
Glossário	p. 130

Introdução

Em seu livro *A Conveniência da Cultura: usos da cultura na era global*¹, George Yúdice trata das múltiplas utilidades do conceito de “cultura” no mundo globalizado. Ele trata do processo de substituição da disputa política pela cultura que aconteceu com a consolidação da ordem neoliberal após o fim da Guerra Fria. Foi nesse período que o conceito de *cultura* que assumiu significados cada vez mais amplos, se tornando central para a estrutura social do século XXI.

O autor aponta para iniciativas como o Olodum, em Salvador da Bahia, para tratar a forma como a “cultura” invadiu progressivamente os campos da política e da economia, aparecendo tanto como a solução para problemas como a criminalidade no chamado Terceiro Mundo, quanto como ferramenta para reaquecer a economia através do turismo em cidades como Barcelona, na Espanha. Cultura foi da parte menos instrumentalizada da organização social nos séculos XIX e XX — mera auxiliar para a política e a economia — para a mais útil, capaz de ser encaixada em diferentes campos com diversos objetivos.

Foi nesse contexto que surgiu a mídia dos jogos eletrônicos, que chegou à indústria capitalista em 1972, com o lançamento do sucesso *Pong*. Apesar de existirem por pouco menos de três décadas no momento, quando o século XXI começou os jogos eletrônicos já eram parte do complexo de entretenimento da indústria cultural contemporânea.. Nomes como Nintendo, Zelda e Super Mario tornaram-se figuras repetidas na grande mídia apesar de sua origem no até então distante Japão, enquanto a geração que cresceu jogando no *Nintendo Entertainment System* (NES)² e no *Super Nintendo Entertainment System* (SNES) se tornavam cada vez mais o público-alvo da indústria cultural.

Hoje, a indústria dos jogos eletrônicos é um gigante multibilionário; já em 2009 havia superado cinemas, músicas e DVDs em lucro no Reino Unido³. Seus produtos estão em nossos consoles, computadores domésticos, *tablets* e *smartphones*. Chegam às salas de aula junto dos debates sobre o seu uso como ferramenta pedagógica⁴ e revelam sua face através de monetização cada vez mais predatória e da prática de gamificação, nome novo e mais atraente para o que

1 YÚDICE, George. **A conveniência da cultura**: usos da cultura na era global. Tradução de Marie-Anne Kremer. Belo Horizonte: Editora UFMG; 2004

2 Como muito do jargão que cerca a mídia dos jogos eletrônicos é novo, importado do inglês e bastante insular, compreendemos que muitas palavras nesta dissertação não são de conhecimento geral da população. Em vez de definir todas elas no corpo do texto, optamos por definir apenas aquelas que tenham grande importância para o desenvolvimento do pensamento e colocar um Glossário, que explica as outras, após a Conclusão.

3 CHATFIELD, Tom. **Videogames now outperform Hollywood movies**. The Guardian. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/technology/gamesblog/2009/sep/27/videogames-hollywood>>. Acesso em 11 nov. 2021

4 Para um exemplo brasileiro recente sobre ensino de História ver COSTA, Marcella Albaine. **Ensino de história e games**: dimensões práticas em sala de aula. Curitiba: Editora Appris; 2017

chamávamos de condicionamento operante. A força da indústria, manifesta em seus lucros cada vez maiores, lhe conferem legitimidade no mundo capitalista. É impossível ignorar essa força da natureza, que cativa jovens e intriga adultos (ou pelo menos os adultos que não jogam, já que se foi o tempo em que mexer com um *joystick* era privilégio dos menores de 30 anos).

Para chegar até aqui, no entanto, os jogos eletrônicos teve que lutar contra o pânico moral que ameaçou destruí-la na década de 1990. Munidos da tática de ultrajes morais fabricados que já haviam utilizado contra as revistas em quadrinhos, a televisão e os novos gêneros musicais, a direita conservadora estadunidense atacou os jogos eletrônicos como arautos de toda a desgraça do mundo, aparatos apocalípticos e satânicos que desvirtuavam as crianças. Esse movimento não se limitou às terras do Tio Sam, logicamente, e se misturava ao racismo e à xenofobia que sustentou o ódio ao *rock and roll*, ao samba e ao entretenimento japonês por todo o Ocidente.

Frente a esse movimento, indústria e *gamers* adotaram uma posição defensiva: buscavam dizer que os jogos eletrônicos eram arte, que valia a pena produzi-los e jogá-los. Tentavam refutar a argumentação de que os jogos levariam à violência (usado pela direita estadunidense para eximir-se de responsabilidade sobre o Massacre de Columbine⁵) e muniam-se de um repertório retórico de habilidades úteis desenvolvidas pelo jogo. A coordenação motora seria melhorada, amizades podiam ser criadas nesse espaço, jogos de estratégia incutiam conhecimento histórico, etc.

O objetivo final dos defensores dos jogos eletrônicos nessa época era a inclusão dos jogos no rol de mídias protegidas pelas Constituições de diversos países, especialmente os EUA, onde a maioria da indústria ocidental se instalou⁶. O reconhecimento legal da validade dos jogos eletrônicos, no entanto, não foi o suficiente para garantir a legitimidade que jogadores desejavam. Passou-se, portanto, a uma tentativa de legitimar o *hobby* enquanto uma atividade válida e digna de respeito, empreendida especialmente por seus jogadores mais ávidos.

Com o tempo, jogos eletrônicos passaram a integrar o seletorol de formas de arte dignas de análise acadêmica. Chamo essa visão, de **arte como legitimação**, por imaginar que a principal função do conceito de arte seja conferir à obra legitimidade perante a sociedade em geral. A comunidade *gamer* e a indústria que a criaram não tem intenção de ver a mídia como arte no sentido espiritual, romântico (algo capaz de tocar nos sentimentos mais profundos e sublimes do ser humano) nem no sentido realista (algo capaz de representar a realidade, criticando-a e expondo seus cantos mais recônditos). Só lhes interessa argumentar que as horas e os dólares gastos com esse *hobby* são, de alguma forma, válidos.

5 Nem todos nos EUA aceitaram a versão de que jogos eletrônicos e música tinham sido culpados por Columbine, no entanto. Michael Moore, por exemplo, aponta para um clima de medo criado pelo racismo institucional e as políticas imperialistas estadunidenses em seu documentário *Bowling for Columbine* (Tiros em Columbine).

6 A decisão final foi tomada em *Brown, Governor of California v. Entertainment Merchants Association*, Decidida em 27 de junho de 2011.

O argumento é simples e reducionista. Hoje, na década de 2020, ainda há quem acredite que jogos eletrônicos não são arte, mas do que importam suas opiniões quando a indústria dos jogos eletrônicos é tão influente que mesmo as recentes competições de jogos eletrônicos conhecidas como *eSports* merecem espaço nos jornais da mídia de massa⁷ e as instituições acadêmicas já aceitam trabalhar os jogos como algo digno de análise⁸. A comunidade *gamer* repete a si mesma que seu passatempo é válido, e pede validação a um mundo já disposto a aceitar essa mídia. Por repetição, o argumento se degenera, acabando em uma hagiografia do jogo eletrônico, vendido como solução para os mais diversos problemas do mundo, inclusive na educação.

A compreensão da forma como o jogo eletrônico ganhou sua legitimidade comprova a veracidade do argumento de George Yúdice que apresentei no começo da dissertação. Foi através da instrumentalização da arte e da cultura que os jogadores puderam justificar seu *hobby* perante a sociedade em geral. Mais do que isso, foi esse mesmo processo que legitimou uma nova indústria do entretenimento, hoje uma das mais poderosas da sociedade capitalista global. Se essa é uma das formas de utilizar esses dois conceitos, devemos nos perguntar quais são os outros? Quem utiliza esses conceitos? Como eles foram desenvolvidos? Quais são seus usos.

São essas perguntas que pretendo responder neste trabalho. Primeiramente, considero que existem dois conceitos que competem por espaço no mundo da cultura: arte e entretenimento. A dicotomia entre eles é derivada do pensamento desenvolvido por Theodor Adorno e Max Horkheimer em seus escritos sobre a indústria cultural e se popularizaram nas décadas entre a primeira publicação de *Dialética do Esclarecimento*⁹ e o tempo presente. Discordo dessa dicotomia por motivos que serão explorados especialmente nos capítulos 2 e 4, no qual trato dos conceitos *entretenimento e indústria cultural*, mas a presença desse pensamento na sociedade contemporânea é tal que muitos atores sociais são informados pelo entretenimento, seja o abraçando ou rejeitando.

Neste trabalho veremos a indústria cultural não de acordo com seus produtos, mas sim com base nas práticas que cercam a cultura contemporânea e a indústria cultural. Para isso utilizarei o pensamento desenvolvido por teóricos como Raymond Williams e Walter Benjamin, cujo trabalho se foca mais nas práticas sociais da cultura do que nas obras de arte em si, de forma a contrapor a teoria de Adorno e Horkheimer.

A bibliografia sobre jogos eletrônicos ainda é pouca, mas já há livros sobre a história da mídia que elucidam como ela se desenvolveu nas últimas décadas¹⁰. Infelizmente, a maioria deles ainda é

7 Vide o surgimento de uma seção dedicada exclusivamente a eles no *Globo Esporte*. <<https://ge.globo.com/esports/>>. Acesso em 14 maio 2022.

8 Este trabalho e várias das referências utilizadas aqui já são provas disso.

9 ADORNO, Theodor. HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento**: Fragmentos Filosóficos

10 Podemos apontar obras como JIN, Dal Yong. **Korea's Online Gaming Empire**. The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, EUA; 2010. HARRIS, Blake J. **Console Wars: Sega, Nintendo and the Battle That Defined a**

focada na indústria ocidental de jogos para consoles domésticos¹¹, mas a produção se diversifica cada vez mais tanto nas ciências humanas quanto nas análises endógenas à indústria. Muito úteis também são as matérias jornalísticas e os livros escritos por jornalistas sobre a indústria¹², além dos próprios jogos, cuja análise nos permite compreender o funcionamento da mídia.

Os capítulos são organizados por ordem cronológica, abordando primeiro aqueles que surgiram nos primórdios da mídia e por último aqueles que só foram tomar corpo nos últimos anos. Começamos pelo **Capítulo 1: Jogos eletrônicos, arte e técnica**. Nele, exploramos a ideia de arte como expressão da técnica, da capacidade artística objetiva. Esse conceito começou a ser utilizado já na década de 1960, quando jogos eletrônicos nem haviam saído dos laboratórios das universidades dos Estados Unidos da América (EUA) e foi primordialmente usado ao longo das décadas pelos artistas que se divertiam testando os limites do que um jogo eletrônico podia representar em termos audiovisuais e de *design*, desenvolvendo suas habilidades.

Após isso, vem o **Capítulo 2: Jogos eletrônicos, entretenimento e hegemonia cultural**. Nele trataremos do surgimento da indústria dos jogos eletrônicos, sua organização no sistema capitalista e o impacto dessa organização sobre a forma como os desenvolvedores de jogos se expressam. É aqui que trataremos pela primeira vez do que significam “entretenimento” e “indústria cultural”, termos tão importantes para o debate sobre cultura no mundo contemporâneo, além de explorar as teorias de Adorno e Horkheimer, Benjamin e Raymond Williams.

No **Capítulo 3: Jogos eletrônicos, arte e contra hegemonia**, veremos como desenvolvedores de jogos eletrônicos, vindo-se às voltas com uma indústria cada vez mais consolidada e estéril, reclamaram o seu status de artista como forma de reivindicar autonomia frente a indústria cultural. Veremos em que contexto eles abandonaram a indústria, que tipo de jogos buscaram fazer, as similaridades com outros movimentos de arte alternativa no século XX e quais foram os sucessos e os limites desse movimento.

O último Capítulo é o **4: Jogos eletrônicos, entretenimento e luta por direitos**. Nele veremos como trabalhadores da indústria utilizaram o conceito de entretenimento para reivindicar seus direitos como trabalhadores, não como artistas também como o mundo do trabalho dos jogos eletrônicos funciona no contexto do mundo do trabalho do capitalismo global contemporâneo, quais

Generation. Atlantic Books; 2017. DONOVAN, Tristan. **Replay: The History of Video Games**. Yellow Ant Media; 2010. KENT, Steven. **The Ultimate History of Video Games: From Pong to Pokemon – The Story Behind the Craze That Touched Our Lives and Changed the World**. Crown; 2001.

11 A dificuldade de acessar fontes, além do preconceito calcado no Orientalismo sempre pervasivo na sociedade ocidental, torna a análise de jogos orientais muito mais difícil do que de jogos ocidentais, apesar da importância dos jogos japoneses para o desenvolvimento da mídia.

12 Além das inúmeras reportagens que serão citadas ao longo desta dissertação, aponto especialmente para o livro **Sangue, Suor e Pixels**, escrito pelo jornalista Jason Schreier.

são os maiores problemas da indústria dos jogos eletrônicos e quais as formas de organização que escolheram para lhes representar nas disputas com seus patrões.

É importante notar que apesar de não ter focado no público consumidor, ainda os considero parte fundamental do processo produtivo, porque é nele que se realiza o lucro esperado de uma indústria capitalista. Sem consumo, o ciclo não se concretiza e, portanto, o consumidor é sempre considerado no que a indústria faz. Entretanto, as formas como consumidores e produtores pensam e agem é diferente e demandam investigações diferentes, o que tornaria a pesquisa muito mais complexa e removeria seu foco.

O objetivo é compreender os conceitos de “arte” e “entretenimento” em sua relação com a mídia dos jogos eletrônicos, com os seus trabalhadores, com a história da mídia e com o contexto da cultura global. Para isso precisamos de conceitos de “arte” multifacetados e complexos, compreendendo quais pessoas os empregam e com qual objetivo

CAPÍTULO 1

Jogos eletrônicos, arte e técnica

Para compreender como os membros da indústria dos jogos eletrônicos pensam os conceitos de arte e entretenimento, precisamos primeiro defini-los, no entanto, a multiplicidade da experiência humana ao longo de sua História, além da subjetividade inerente à ideia de arte, dificultam fixar essas ideias em um significado único. Por isso, é útil dividir arte e entretenimento em diversos conceitos, adequando-os à forma como os diferentes atores sociais (artistas, consumidores, críticos, etc.) os utilizam e seus respectivos contextos históricos.

É exatamente através dessa ferramenta de especificação dos conceitos que exploraremos como os membros da indústria dos jogos eletrônicos veem a mídia com a qual trabalham. Para começar, trataremos da arte vista como uma expressão da técnica do indivíduo. O dicionário Aurélio define “técnica” como:

1 Conjunto dos métodos e pormenores práticos essenciais à execução de uma arte ou profissão: “– Em matéria de dinheiro o Getúlio é um homem honesto. Mas finge que não vê certas safadezas que se fazem a seu redor. A sua técnica é a de corromper para governar” (EV).

2 Conhecimento prático; prática.

3 A maneira como uma dançarina ou um atleta usam os movimentos do corpo na execução do seu trabalho.

4 A maneira como um escritor, um pintor, um escultor etc. usa os elementos técnicos de sua arte para melhor se expressar: “Eu não sei se vocês se lembram de Vestido de Noiva. Como todos os meus textos dramáticos, é uma meditação sobre o amor e sobre a morte. Mas tem uma técnica especialíssima de ações simultâneas, em tempos diferentes” (NR).

5 O modo como algo é realizado; meio, método: ‘Baldomero, antes de se aposentar, era engenheiro eletricista. Diz ele ter inventado uma técnica de distribuição subterrânea de eletricidade [...]’ (RF).

6 Grande habilidade; destreza, perícia: “E, de repente, veio Carlos Lacerda. O grande polemista sabe deflagrar uma catástrofe e, depois, administrá-la. Depende do seu exclusivo arbítrio e de sua técnica demoníaca o movimento, a extensão, a profundidade da catástrofe” (NR)¹³

Podemos ver que, além das referências às capacidades práticas de uma pessoa (definições 2 e 5), a palavra técnica se refere também a capacidades extraordinárias (definições 3 e 6) e – principalmente – às artes (definições 1, 3, 4 e 6). A ideia de técnica é, portanto, inseparável da ideia de arte. Podemos ver isso, por exemplo, na etimologia da palavra; advinda do grego τέχνη (téchnē),

13 DICIONÁRIO

MICHAELIS.

Técnica.

Disponível

em:

<<https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/tecnica>>. Acesso em 26 mar. 2021

tem dentre seus significados “arte”, “técnica” e “ofício”¹⁴. Sabemos, portanto, que a ligação entre os conceitos é antiga, advinda pelo menos da Antiguidade Clássica.

A técnica é central para os artistas, que precisam compreender como arte é feita e aplicar as habilidades necessárias para que a obra fique pronta. Conhecer perspectiva e teoria de cores para o pintor; harmonia e ritmo para o compositor; coesão e vocabulário para o escritor. Todos esses exemplos são de técnica, e são importantíssimos para a finalização de qualquer obra de arte. Mais importante ainda, a técnica – ao contrário da subjetividade – pode ser ensinada, constituindo o nexo central de currículos de conservatórios, universidades e cursos.

Essa persistência da primazia da técnica na arte é ainda mais impressionante quando consideramos que literatura, música, poesia e artes congêneres são as formas de expressão artística nas quais a técnica menos importa. Governadas por códigos que são ultimamente sociais e subjetivos, não há regra musical ou literária que não possa ser subvertida com esforço o suficiente; a arte pode ser “feia” de acordo com os olhos do espectador, mas continua sendo arte, exceto para os movimentos reacionários que rejeitam os avanços feitos pela arte moderna. No entanto, nem tudo o que chamamos de arte pode ter uma relação tão relaxada com a técnica.

Em um nível intermédio nessa relação encontramos formas de arte caracterizadas pela interação entre os praticantes e regras. A forma mais notável desse grupo são os jogos, que, como explica Johan Huizinga, tem como ponto central a observância absoluta a um conjunto de regras¹⁵. Consequentemente, a utilização da técnica é central tanto para jogadores quanto para desenvolvedores, especialmente aqueles envolvidos com jogos competitivos, incluindo esportes, cuja dinâmica se centra na demonstração de maior capacidade técnica que o adversário¹⁶.

O relacionamento com a técnica se mostra ainda mais próximo no que podemos chamar de artes práticas. Aqui as defino por sua relação com objetos funcionais criados durante o processo artístico, incluindo nessa definição diversas práticas como marcenaria, a construção de rádio amador, o aeromodelismo e – principalmente – a arquitetura. Ao contrário da literatura e outras artes similares, essas formas de arte são caracterizadas por produzirem resultados que precisam ser funcionais: um prédio pode ser feio – como uma música – mas, ao contrário de canções, o prédio pode cair, sendo ineficiente. No caso do jogo eletrônico, a funcionalidade é central porque o jogo enquanto *software* precisa ser processado pelo aparato eletrônico designado, o *hardware*, sendo

14 O Dicionário Merriam-Webster aponta a etimologia da palavra *tecnologia* como derivada do grego *technología* (tratamento sistemático, geralmente de gramática e retórica) e de *téchnē* (arte, ofício; proficiência em arte ou ofício; método sistemático de executar ou interagir com uma arte). Disponível em: <<https://www.merriam-webster.com/dictionary/technology>>. Acesso em 07 dez. 2021.

15 HUIZINGA, Johan. **Homo Ludens: o jogo como elemento da cultura**. Tradução de João Paulo Monteiro. São Paulo: Perspectiva, 2017. 8ª ed. p. 13

16 Existe uma diferença sutil entre a técnica utilizada pelo artista e aquela utilizada pelo jogador, mas ambas se calcam na capacidade do indivíduo de utilizar as ferramentas do seu ofício para atingir determinado resultado.

necessário reduzi-lo a elementos literalmente objetivos para que o computador faça seu trabalho. Uma contradição na lógica do programa, facilmente resolvível por jogadores de um jogo de tabuleiro, por exemplo, resulta em um *bug*. Junte *bugs* o suficiente e o jogo “quebra”, se tornando disfuncional.

Popularizadas após a Segunda Guerra Mundial, as artes práticas se tornaram uma das características centrais da classe média dos Estados Unidos da América e da Europa Ocidental, já que demandavam tempo e dinheiro que era privilégio da alta burguesia e da aristocracia no período anterior ao conflito. Foi nesse ambiente de experimentação prática, além da óbvia influência de jogos anteriores, que surgiram os primeiros jogos eletrônicos e é por influência das pessoas que gostavam dessas práticas que a mídia dos jogos eletrônicos nasce com a técnica em mente.

1.1 Hackers

A ideia do hacker já está plenamente consolidada na sociedade contemporânea. Calcada na informática, a sociedade do final do século XX e início do século XXI vê com alguma mística essas pessoas, conhecidas por sua incrível capacidade de lidar com os aparelhos digitais. Já são visados por Estados por sua capacidade de sabotar adversários políticos e econômicos, se tornando uma arma valiosa na guerra da chamada Era da Informação.

Também percebemos uma constante representação de hackers na cultura contemporânea. As formas como isso acontece varia bastante, sendo ora feiticeiros digitais, capazes de fazer milagres com alguns cliques; ora justiceiros, como Robin Hood ou Arsène Lupin; ora grandes ameaças invisíveis, espreitando os incautos para roubar seus dados. Do filme *Hackers* (dir. Iain Softley, 1995) à franquia de jogos *Watch Dogs* (Ubisoft, 2014-2020) a representação dos hackers é cercada de mística.

Sua origem, no entanto, é muito mais simples, acontecendo na década de 1960, quando computador ainda era um termo utilizado nos EUA para descrever as pessoas – geralmente mulheres – que faziam os cálculos necessários para grandes projetos como os da NASA. Foi durante essa época que surgiram os primeiros computadores como os conhecemos, grandes máquinas cujo único objetivo era executar a enorme quantidade de cálculos que os institutos de tecnologia demandavam.

Em 1961, o Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT) recebeu um novo computador de pesquisa, o *Programmed Data Processor-1*, conhecido como PDP-1. Custando 120.000 dólares na época, o PDP-1 era mais potente que os computadores anteriores e possuía uma tela¹⁷, ao contrário

17 DONOVAN, Tristan. **Replay**: The History of Video Games. Lewes: Yellow Ant Media. 2010.

dos quadrantes de luzes primitivas ou dos relatórios impressos dos equipamentos anteriores. Foi graças a essa invenção que a máquina perderia parte de seu uso previsto para ser transformada na máquina pioneira nos jogos eletrônicos.

O PDP-1 se tornou o brinquedo favorito de um grupo de alunos do MIT conhecido como *Tech Model Railroad Club* (Clube de Tecnologia de Rodovias de Miniatura, em tradução livre, e doravante referido como Clube). Ao contrário dos seus professores, para os quais o PDP-1 só deveria ser utilizado para objetivos científicos, os membros do Clube “viam mérito em criar qualquer coisa que parecesse uma ideia divertida, a despeito de uso prático”¹⁸. Eles tinham diversas inspirações, desde quadrinhos e séries literárias *pulp* de ficção científica como Buck Rogers até, mais importante, o hobby de montar ferrovias em miniatura¹⁹.

Esse hobby, que era o principal interesse dos membros do Clube e lhe deu o nome, ligou o jogo eletrônico com as artes práticas mencionadas na introdução deste capítulo já em sua concepção. Com o objetivo de criar algo divertido e ver o que podia ser feito com a máquina, Steve Russel – com ajuda de outros membros do clube – desenvolveu o jogo *Spacewar!* entre o final de 1961 e o começo de 1962. Composto por uma competição simples entre duas naves espaciais, *Spacewar!* não foi o primeiro jogo eletrônico da história²⁰, mas foi o primeiro jogo a influenciar diretamente outros designers. Espalhado de graça pelos computadores PDP-1 de universidades estadunidenses, o jogo se tornou um fenômeno, inspirando outros estudantes que mais tarde se tornariam os pioneiros dessa indústria, como Nolan Bushnell, fundador da Atari.

Podemos atestar que a relação entre arte e técnica era central para Steve Russel e outros membros do Clube quando fizeram *Spacewar!* devido à busca por experimentação com novas tecnologias (representadas pelo PDP-1), à falta de interesse econômico na produção artística, à ligação entre o Clube e os hobbies práticos e à falta de expressão subjetiva romântica na confecção do jogo. Esse foi o *status quo* entre 1962 e 1972, quando a indústria de jogos eletrônicos não existia e a mídia se manteve limitada aos poucos jogos feitos e distribuídos dentro das universidades dos EUA. Com o surgimento da indústria, seria possível imaginar que o espírito de experimentação técnica tenha sido substituído pela busca pelo lucro que caracteriza o sistema capitalista, mas a mudança não foi tão simples.

O início da indústria dos jogos eletrônicos se deu em 1972 com o lançamento de *Pong* pela Atari. Apesar de já podermos perceber o surgimento de um *ethos* capitalista no mundo dos jogos eletrônicos (como veremos no Capítulo 2), podemos atestar a prevalência da concepção de arte

18 *Idem*

19 *Idem*

20 Antes de *Spacewar!*, alguns jogos eletrônicos já haviam sido desenvolvidos, como *Tennis for Two*, desenvolvido por Ralph Baer, montado em uma feira de ciências em 1958 e jogado em um osciloscópio. *Tennis for Two*, no entanto, permaneceu um experimento isolado, sem começar uma linhagem de jogos própria.

como técnica na *década Atari* através de duas linhas de análise: a montagem física dos jogos e a busca pela inovação no design de jogos eletrônicos. Combinados, esses dois aspectos centrais para a indústria da época nos permitem examinar como *hardware* e *software* eram concebidos. Começamos, então, com a análise de como o *software* do jogo eletrônico era visto.

Spacewar! foi o primeiro jogo eletrônico a influenciar futuros designers, mas foram os jogos eletromecânicos, que combinavam funcionalidades elétricas com dispositivos mecânicos, que serviram de base para o surgimento da indústria que a Atari dominaria na década de 1970. O importante a notar é que esses jogos não eram digitais, já que suas partes elétricas apenas complementavam sua estrutura mecânica. Um exemplo simples desse tipo de jogo são as mesas de *pinball*, cujos elementos elétricos, como placar, não são tão básicos para o funcionamento do jogo quanto suas partes mecânicas, como a mola que lançava a bola ou os pedais utilizados para manipulá-la.

Isso significa que os jogos precisavam ser fabricados e montados fisicamente, enfatizando a importância de designers que fossem, acima de tudo, versados na montagem desses aparelhos como engenheiros. Com a popularização dos circuitos integrados como forma de fazer jogos eletrônicos a partir da década de 1980, o perfil dos designers dos jogos começaria a mudar, mas esse processo foi lento devido ao pouco poderio dos chips envolvidos. Quando a Atari dominava o mercado, desenhar um jogo era mais do que definir a jogabilidade desejada, era também desenhar (literalmente) e montar os circuitos, enfatizando a importância desse tipo de técnica. Um jogo, mais do que os outros, exemplifica o quão central esse processo foi para a indústria da época: *Breakout*.

Lançado em 1976, *Breakout* é possivelmente um dos jogos mais influentes da história. Sua jogabilidade era uma evolução e complexificação daquela vista em *Pong* quatro anos antes, com uma raquete na parte inferior da tela buscando quebrar uma parede de blocos na parte superior. Apesar de simples para os padrões de hoje, o jogo foi um problema para a Atari na época, já que seus circuitos eram muito complexos e seria muito caro produzi-lo em massa.

Para resolver esse problema, a Atari recorreu a um de seus estagiários, Steve Jobs, dando-lhe um bônus para cada circuito que conseguisse remover do design original. Para conseguir isso, Jobs enganou seu amigo e futuro parceiro de fundação da Apple Steve Wozniak, prometendo dividir o bônus, mas dizendo que receberia uma quantia muito menor do que a real. Wozniak, conhecido por sua proficiência com equipamentos eletrônicos, removeu metade dos circuitos do design final e Jobs recebeu um bônus de milhares de dólares. O design de Wozniak, no entanto, nunca foi fabricado em massa, pois era praticamente irreproduzível.²¹

21 KENT, Steven. **The Ultimate History of Video Games: From Pong to Pokémon and Beyond – The Story Behind the Craze That Touched Our Lives and Changed the World.** Nova Iorque: Three Rivers Press. 2001. pp. 71-73

O caso Wozniak/*Breakout* ilustra qual era o *ethos* da mídia nos seus primórdios. Criatividade e imaginação eram valorizadas, sendo a principal diferença entre a Atari e seus concorrentes, que se contentavam em imitar os sucessos da pioneira. Uma “ideia na cabeça”, como diz o lema do cinema de vanguarda, no entanto, não era o suficiente para criar um grande jogo. Acima de tudo, era competência técnica – especialmente no ramo da engenharia elétrica – que garantia que o projeto se tornasse um protótipo, especialmente um cuja fabricação em massa fosse viável.

Além dessa dependência da técnica, uma questão importante para os jogos eletrônicos na incipiência da mídia foi a criação de um cânone, que ainda não existia. Se o Romantismo rejeitou a louvação dos clássicos para valorizar a busca pela expressão baseada diretamente na Natureza, os jogos eletrônicos dessa época ainda não tinham um cânone que pudessem rejeitar. A imediata preocupação dos designers dessa época, portanto, seria descobrir o que design de jogos era e quais convenções deveriam seguir.

Com o sucesso dos jogos eletrônicos nos fliperamas, a Atari se viu tendo que enfrentar diversos competidores que queriam uma parte do lucro potencial desse novo mercado. Os competidores da firma pioneira não tinham o principal problema da original – como desenhar seus jogos – já que viviam de copiar o que a Atari já tinha produzido. Para se destacar dessas cópias de baixa qualidade, a Atari instituiu uma política de inovação constante no design de jogos.²² Com os melhores (e possivelmente únicos) designers de jogos em suas mãos, Bushnell tinha a garantia de que seus jogos seriam incomparáveis aos produzidos pelos competidores.

A vontade e a necessidade de inovação constante contextualizam como o jogo eletrônico era pensado na Era Atari: um dispositivo primordialmente mecânico; um artefato composto por regras que gerenciavam a relação entre objeto e jogador. A busca por inovação em como as regras eram dispostas e utilizadas era o principal motivador para o design de jogos dessa época, ainda incrivelmente primitivo. A indústria, limitada aos fliperamas e rudimentares consoles domésticos, não podia contar as subjetivas histórias nem almejar as sublimes experiências que o Romantismo tanto advogava.

Essa mesma busca também ajudou a criar um cânone provisório de jogos eletrônicos, estabelecendo quais tipos de experiências seriam privilegiadas na mídia. A predominância dos jogos de fliperama levou a uma valorização de experiências rápidas e viscerais, com um foco em testar a coordenação motora do jogador e em mostrar as capacidades audiovisuais do *hardware*. Ambos os aspectos de design de jogos buscavam demonstrar capacidade técnica, seja pelo lado do jogador, seja pelo lado do designer.

22 KENT, Steven. **The Ultimate History of Video Games: From Pong to Pokémon and Beyond – The Story Behind the Craze That Touched Our Lives and Changed the World.** Nova Iorque: Three Rivers Press. 2001. p. 59

Infelizmente, a qualidade dos jogos definiu ao longo da década, graças aos inúmeros competidores e à própria Atari. Em 1983, a indústria quebrou graças a uma crise que misturou superprodução e falta de confiança do consumidor nos jogos, porque o excesso de jogos eletrônicos de baixa qualidade fez com que os consumidores perdessem a fé no que parecia então uma moda passageira. Muitas empresas faliram e a própria Atari nunca se recuperou, passando o resto de sua existência como uma vaga lembrança de sua antiga glória. A qualidade dos produtos era tão baixa que a principal preocupação dos jogadores era saber se os jogos realmente funcionavam ou se passavam de mais uma pilha de *bugs* colocada às pressas nas prateleiras das lojas na esperança de lucrar com a falta de conhecimento do público.

O mercado japonês, no entanto, não foi afetado por essa crise, isolado que estava do mercado ocidental. Foi no arquipélago oriental que as inovações de design de jogos amadureceram na década de 1980. Nessa época, uma empresa detinha o monopólio sobre o mercado japonês de consoles, a Nintendo. Foi apenas com a sua chegada no mercado estadunidense e a subsequente ressurreição do mercado que a experimentação voltaria a pautar as inovações na mídia.

Após o *crash* da indústria dos jogos eletrônicos em 1983 e a chegada da Nintendo no mercado ocidental em 1985 (falaremos mais sobre o tema no próximo capítulo), os simples jogos do Atari 2600 foram substituídos por experiências mais complexas e diversas, sendo no período em que o *Nintendo Entertainment System* (NES) e o *Super Nintendo Entertainment System* (SNES) dominavam o mercado que muitos dos gêneros clássicos de jogos foram estabelecidos. Além disso, como parte de sua estratégia para reestabelecer a confiança nos jogos eletrônicos, a Nintendo estabeleceu o Selo de Qualidade Nintendo, enfatizando a busca por qualidade e inovação no design de jogos.

1.1.1 Técnica, espetáculo e design

A terceira e quarta gerações de consoles domésticos, também conhecidas como gerações 8-bit e 16-bit respectivamente, foram dominadas pela Nintendo. Durante a primeira, a gigante japonesa tinha um monopólio sobre o mercado e durante a segunda teve de competir com compatriota Sega, ainda mantendo a predominância no mercado²³. Nessa época a Nintendo manteve a filosofia de design que privilegiava o refinamento da jogabilidade de jogos curtos, levando a uma série de jogos – desenvolvidos pela própria Nintendo ou não – hoje considerados clássicos que estabeleceram as bases de diversos gêneros²⁴. Para competir com o refinamento dos designs da Nintendo, a Sega,

23 A relação entre Nintendo e o mercado ocidental é tratada mais a fundo no Capítulo 2.

24 Inclui-se nessa lista jogos como *Super Mario Bros.*, *The Legend of Zelda*, *Metroid*, *Castlevania*, *Mega Man*, entre outros.

empresa japonesa que se digladiava com a gigante pelos mercados japonês e estadunidense, decidiu apostar em espetáculo audiovisual, levando a uma espécie de corrida armamentista técnica.

O ponto que mais explicita a importância da técnica para os jogos eletrônicos dessa época é a chegada da Sega ao mercado ocidental durante a quarta geração de consoles domésticos. Em seu marketing, a empresa demonstrava o quão bonitos podiam ser os jogos em seu console *Mega Drive*, conhecido na América do Norte como *Sega Genesis*. Graças ao processo conhecido como *blast processing*, os jogos da Sega podiam ter mais detalhes audiovisuais, dando-lhe vantagem sobre a Nintendo quando tentavam impressionar os consumidores da época. A evidente superioridade do *hardware* da Sega e suas campanhas de marketing, por sua vez, chamavam atenção para a diferença visual entre os seus jogos e os da concorrência.²⁵

A Sega dos 16-bit foi personificada em sua mascote, Sonic. O ouriço, que apareceu pela primeira vez no jogo *Sonic The Hedgehog*, servia como contraponto ao Mario da Nintendo com suas atitudes atrevidas, arte mais complexa e níveis mais longos. Ao contrário dos jogos de plataforma da Nintendo, Sonic não era conhecido pela sua precisão de movimento e design de níveis; ao invés disso a mascote ainda é lembrada por sua velocidade, que demonstrava toda a complexidade dos designs de *hardware* e *software* e também por suas animações detalhadas e dinâmicas.

Sonic The Hedgehog é o exemplo fulcral de como a Sega desenvolveu sua marca em torno de *hardware* mais potente que o dos competidores e de uma filosofia de design focada em demonstrar essa superioridade. Esse não foi, no entanto, o único jogo cuja premissa central era maravilhar os jogadores. Conforme a tecnologia avançava, novas técnicas assumiam a posição que havia sido das animações 2-D da Sega 16-bits. Com a chegada da quinta geração no final da década de 1990, empresas como a *Squaresoft* começaram a fazer jogos cada vez mais visualmente impressionantes, criando durante décadas uma fama por jogos espetaculares e em 2007 o maior exemplo dessa mentalidade apareceu no jogo *Crysis*. Desenvolvido pela Crytek e distribuído pela Electronic Arts (EA), o jogo lançado em 2007 ficou conhecido por sua demanda extrema por processamento (para a época) que levou ao meme *But can it run Crysis?*²⁶ (Mas roda Crysis?) utilizado para saber o quão potente um computador era.

A Nintendo, por sua vez, apostou em uma filosofia de design que privilegiava a criação de experiências que privilegiavam o ato de jogar, indiferente a possibilidades narrativas e espetaculares e dando primazia ao aprimoramento da jogabilidade. Essa forma de enxergar jogos eletrônicos e de

25 A mais icônica dessas propagandas é a aptamente intitulada *Sega does what Nintendon't* (Sega faz o que a Nintendo não faz). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=65E53rNC1io>>. Acesso em 26 mai. 2021.

26 Um resumo do meme está disponível em: <<https://knowyourmeme.com/memes/but-can-it-run-crysis>>. Acesso em 30 jun. 2021

desenhá-los foi central para o desenvolvimento dos jogos de consoles domésticos e para a disciplina de designs de jogos como um todo. O cuidado que a Nintendo demonstrava com a qualidade dos seus jogos tornou-se exemplar para jogadores e designers de jogos a partir da terceira geração de consoles, culminando no lançamento de *Super Mario 64* para o *Nintendo 64*, o primeiro console 64-bits da Nintendo e o primeiro jogo 3-D da franquia. Com uma jogabilidade primorosa, especialmente no que tange movimento, *Mario 64* se tornou um exemplo de como transicionar uma franquia de duas para três dimensões, feito raríssimo até os dias de hoje.

A filosofia Nintendo de design de jogos se centrou em criar experiências concisas e deliberadas, nas quais nenhuma mecânica seja sub ou sobreutilizada e o jogador possa experimentar a evolução da jogabilidade de forma orgânica, sem um aumento ou uma queda brusca de dificuldade. Essa forma de compreender jogos não começou na Nintendo, já que os jogos da segunda geração de consoles também utilizavam uma estrutura similar que combinava simplicidade e organicidade, mas foram os jogos distribuídos por essa empresa que melhor simbolizaram esse ideal de elegância no design.

Uma verdade inconveniente ainda pairava sobre esses jogos clássicos, no entanto. A realidade é que o *Super Nintendo Entertainment System* e – especialmente – seu predecessor, o *Nintendo Entertainment System*, eram incrivelmente fracos em termos de processamento. Se os jogos de *Mega Drive* tinham como dispor de luxuosos ambientes e trilhas sonoras, os designers que trabalhavam com a Nintendo tinham de trabalhar com limitações muito mais exíguas, o que obrigava os desenvolvedores a serem criativos em seu ofício.

Um exemplo clássico desse processo é a franquia de JRPGs *Final Fantasy*, especialmente *Final Fantasy VI* (Squaresoft, 1994). Lançado originalmente para o *Super Famicom* (SNES) no Japão, o jogo contém uma música com vocais chamada *Aria di Mezzo Carattere*. Seu uso para marcar um momento espetacular no jogo, desenvolver a personagem Celes e estabelecer os temas narrativos que serão desenvolvidos na segunda metade da história são típicos de outras mídias audiovisuais, mas existe uma diferença essencial entre elas e jogos eletrônicos: o SNES não podia reproduzir vozes.

O chip SPC7000 utilizado para reproduzir o áudio do jogo era capaz de reproduzir oito canais de som ao mesmo tempo²⁷, o que deu às músicas da época a característica rudimentar dos 16-bit, mas não era o suficiente para uma *Ária*, com sua orquestra e vozes. A solução foi simular uma voz falsa com notas sintetizadas que harmonizam com a melodia da música. Sob uma análise descontextualizada, o resultado é cru e primitivo. Do ponto de vista das possibilidades do jogo

27 SNES Development Manual - Section 3, Super NES Sound. Nintendo. Disponível em: <<https://archive.org/details/SNESDevManual>>. Acesso em 26 mai. 2021.

eletrônico na época, no entanto, a trilha sonora de *Final Fantasy VI* como um todo foi uma conquista técnica sem precedentes, que impressiona jogadores até hoje.

Ao contrário da ideia de jogo eletrônico como demonstração capaz de impressionar capitaneada pela Sega, que se manteve constante desde sua popularização na década de 1980 até hoje, a necessidade de lidar com severas limitações de *hardware* diminuiu com o tempo e a evolução da tecnologia. Hoje, o enxágue de operações desnecessárias de forma a facilitar o processamento do *software* é uma questão menor, dedicada a ampliar a quantidade de jogadores que podem comprar o jogo e a diminuir as chances de uma experiência desagradável causada por lentidões ou travamentos no processamento do jogo.

É durante esse período que vemos o crescimento de dois processos que já haviam sido iniciados na segunda geração de consoles: a multiplicação de *hardware* e a ligação dos jogos eletrônicos com a indústria cultural. Cada um desses fenômenos é incrivelmente importante e nos explica por que a técnica é tão importante para a mídia.

1.1.2 *Técnica e indústria cultural*

A história do jogo eletrônico é ligada firmemente à história da indústria cultural. Um aspecto central dessa ligação foram as consequências da especialização do trabalho dentro da indústria, que acentuou a importância da técnica para a mídia. A relação entre indústria e técnica já é conhecida da análise cultural. É exatamente essa “técnica” que Adorno e Horkheimer, por exemplo, analisam em *Dialética do Esclarecimento*, quando dizem: “A racionalidade técnica hoje é a racionalidade da própria dominação, é o caráter repressivo da sociedade que se auto-aliena”²⁸. É essa técnica que o diretor japonês Hideaki Anno execra quando escreve:

*Ao mesmo tempo, o consumo de massa típico da TV, que recompensa gratificação instantânea e resultados simplistas, preparou o terreno para o entretenimento japonês contemporâneo, criando massas que só respondem com elogios a detalhes superficiais e proficiência técnica*²⁹

28 ADORNO, HORKHEIMER. Iluminismo como Mistificação das Massas. In: ADORNO, Theodor. Indústria Cultural e Sociedade. p. 06

29 ANNO, Hideaki. **Celebrating the Revival of Gundam as Tale**. In: YASUHIKO, Yoshikazu. Mobile Suit Gundam: THE ORIGIN vol. 1. p. x. Traduzido do original: At the same time, TV-type mass consumption, which prizes instant gratification and simplistic results, laid the impoverished grounds of contemporary Japanese entertainment, giving rise to masses that can only respond with praise for superficial details and technical proficiency”

A existência da indústria cultural levou à profissionalização do ofício de designs de jogos e à repartição cada vez maior entre as funções das pessoas que efetivamente trabalhavam com isso. O resultado é que se durante a década de 1960, a técnica se tratava de utilizar as capacidades do designer ao máximo, o surgimento e consolidação da indústria dos jogos eletrônicos durante as décadas de 1970 e 1980 transformou a matéria gradualmente em uma constelação cada vez mais fragmentada de disciplinas como design de nível, design de mecânicas, programação, arte conceitual, composição, design de som, etc., que, juntas, comporiam o produto final.

Segundo Adorno e Horkheimer, sempre críticos da indústria cultural, a fragmentação do processo artístico em semelhança à defendida por Henry Ford sobre o processo produtivo industrial deveria engendrar sobre o artista a mesma alienação que o operário sente na fábrica. Mesmo compreendendo todos os problemas causados pela indústria cultural em sua exploração do trabalhador é importante notar que essa fragmentação pode levar a uma maior especialização e desenvolvimento das disciplinas, assim como ocorreu com as ciências durante os séculos XIX e XX. Podemos analisar esse processo através dos canais utilizados por designers de jogos e outros profissionais da indústria para discutir as ferramentas e técnicas de seu ofício: livros e palestras.

A profissão de designer de jogos, tão amadora na época da Atari, se consolidou rapidamente nas cinco décadas entre o lançamento de *Pong* e a redação desta dissertação. O motivo para isso é a influência da indústria cultural, já que, frente a lucratividade do jogo eletrônico, passou a haver uma demanda por designers capacitados. O resultado foi a produção rápida de materiais de referência e a criação de cursos de nível universitário dedicados a capacitar esses profissionais. O que se segue é uma série de livros para formar designers, como *A Arte de Game Design: O Livro Original*, de Jesse Schell, *Regras do Jogo: Fundamentos do Design de Jogos*, de Katie Salen e Eric Zimmerman, e *A Theory of Fun for Game Design*, de Raph Koster.

Além disso, o surgimento de cursos universitários dedicados à produção de jogos eletrônicos nos mostra que o processo de consolidação da profissão já está completo hoje em dia. O trabalhador da indústria dos jogos eletrônicos hoje em dia não precisa se formar em um ofício relacionado com essa indústria e depois migrar: sai da faculdade plenamente capacitado. Logicamente, o conteúdo tanto dos livros quanto dos currículos é centrado não nas grandes ideias sublimes do Romantismo ou nas possibilidades humanitárias da mídia, e sim nas pequenas técnicas necessárias para efetivamente conceber, desenhar e vender um jogo.

A graduação da Faculdade de Jogos Digitais da Escola de Comunicação e Design Digital (ECDD) do Instituto Infnet, por exemplo, centra seu currículo em torno de gêneros de jogos (FPS, MMORPG, Jogo Sério, etc.) e nenhum dos seus grandes pontos busca discutir a finalidade espiritual do jogo eletrônico como arte, fundamental para a concepção romântica de arte. Ao invés

disso vemos pontos muito específicos e práticos como “Empreendedorismo e Monetização em Jogos Digitais”³⁰.

Além dessas fontes acadêmicas, podemos compreender como a influência da indústria cultural enfatiza os trabalhadores a pensar em jogos eletrônicos primordialmente em termos técnicos são as palestras proferidas em conferências como a *Game Designers Conference*³¹ (GDC). Esses eventos são centrais para os desenvolvedores de jogos por serem locais privilegiados para a troca de informações e conhecimento. Compreender o que é dito nessas palestras é compreender quais são as principais inovações e preocupações do mundo de design de jogos digitais.

Muitas palestras proferidas na GDC estão disponíveis no canal do YouTube da conferência, também intitulado GDC.³² Podemos compreender quais são as prioridades dos participantes e ouvintes pela organização das listas de reprodução do canal. A maioria deles se refere a aspectos práticos do desenvolvimento de jogos, como animação e negócios, em uma organização similar à vista na Faculdade de Jogos Digitais da ECDD.³³

Análises do processo de desenvolvimento de certos jogos, conhecidos como *postmortem*, existem, assim como exposições mais sociológicas, como a feita por Tom Cannon em *Arcades to E-sports: How Your Competitive Game Influences Player Culture and Values*³⁴, na qual o fundador do famoso torneio de jogos de luta EVO tratou da relação entre o ambiente no qual comunidades de jogadores desenvolvem e os valores de seus jogadores. A maior parte das discussões nesses ambientes, no entanto, tratam dos aspectos práticos apontados acima.

Teóricos e leigos que propõem uma dicotomia entre “arte genuína” e a indústria cultural consideram que a proliferação de considerações técnicas em detrimento de discussões sobre o aspecto social ou subjetivo da arte é mostra do quão entranhada é a alienação sob o regime capitalista. Essa perspectiva não está errada, considerando os relatos de trabalhadores que denunciam o trabalho alienante e repetitivo que acontece nos bastidores da indústria dos jogos eletrônicos³⁵, mas o que muitas vezes é ignorado nessas críticas é a importância prática do conhecimento técnico para a realização das obras artísticas, jogos eletrônicos incluídos.

30 Disponível em: <<https://ecdd.infnet.edu.br/graduacao/faculdade-de-jogos-digitais/>>. Acesso em 22 jun. 2021.

31 Em português, Conferência de Desenvolvedores de Jogos.

32 Canal disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UC0JB7TSe49lg56u6qH8y_MQ>. Acesso em 26 mai. 2021.

33 Muitas listas de reprodução são nomeadas por sua relação com aspectos específicos da produção de jogos, como *Audio Talks*, *UX Talks*, *Marketing Talks*, *Design Talks*, *Game Music Talks*, *Animation Talks*, *Programming Talks*, *Game Production*, *Art and Graphic Design Talks*, *Production Talks* e *Business Talks*. Disponível em: <<https://www.youtube.com/c/Gdconf/playlists>>. Acesso em 26 mai. 2021.

34 CANNON, Tom. **Arcades to E-sports: How Your Competitive Game Influences Player Culture and Values**. Palestra apresentada na Game Developers Conference, 2017.

35 As relações de trabalho na indústria dos jogos eletrônicos serão exploradas no Capítulo 4.

A popularização das ferramentas necessárias para o desenvolvimento técnico, utilizadas pelo capitalismo como uma forma de garantir mão de obra qualificada para suas indústrias também pode ter um efeito contrário; ao desmistificar as técnicas utilizadas para fazer arte, a indústria capitalista as populariza. Essa popularização, ao acontecer em larga escala, se torna uma democratização das artes. A democratização da arte, por sua vez, permite que grupos marginalizados entrem no campo das artes e se expressem, levando ao que Walter Benjamin chamou de *politização da arte*.³⁶ Ao buscar criar mão de obra alienada, a indústria derruba as barreiras que mantinham o conhecimento técnico secreto e, paradoxalmente, cria uma legião de pessoas dispostas a contestar a hegemonia da indústria capitalista.

Já tratamos da relação entre técnica e jogos no que concerne o *software*, o programa composto por ordens dadas ao computador através de um código. No entanto, todo jogo eletrônico também é composto por *hardware*, ou seja, os componentes físicos que, juntos, resultam em um computador. A relação entre os dois é mais importante do que pode parecer, especialmente para o historiador. No começo da década de 1970, quando os jogos ainda eram feitos a partir de placas elétricas que precisavam ser desenvolvidas e montadas para cada jogo novo, engenheiros elétricos eram os profissionais favoritos da indústria devido a sua capacidade de criar *hardware* apropriado. Com a chegada de novas tecnologias, *hardware* e *software* se tornaram cada vez mais independentes, culminando nos consoles domésticos e computadores pessoais atuais, para os quais o desenvolvedor precisa se preocupar unicamente com o desenvolvimento dos programas, já que conta com *hardware* padronizado.

A ideia de que *hardware* tem um impacto mínimo no desenvolvimento dos jogos, no entanto, não é verdadeira. Os componentes físicos utilizados pelo consumidor ainda impactam firmemente a experiência de jogo e, conseqüentemente, é de extrema importância para os desenvolvedores. Ao contrário de livros, música e mídia audiovisual, não existe padrão de *hardware* no mundo dos jogos de console; os consumidores de consoles atuais podem escolher entre três grandes plataformas diferentes cada uma com arquitetura e potência específicas. No mundo dos PCs a situação é ainda mais fragmentada, com a potência do *hardware* variando entre *notebooks* pouco potentes até computadores feitos especificamente para processar os jogos mais demandantes do mercado.

A diferença não é apenas em termos de poder de processamento. A arquitetura interna de cada *hardware* é central para compreender como os jogos funcionam e o que pode ou não pode ser feito. O *PlayStation 3*, por exemplo, ficou famoso por sua arquitetura complexa que lhe permitia lidar

36 O processo de ampliação do acesso ao design de jogos, a politização da arte e sua relação com os jogos eletrônicos é explorado nos Capítulos 3 e 4.

com gráficos muito mais complexos e realistas do que os competidores.³⁷ A contrapartida era que o esforço necessário para programar os jogos para esse console era muito maior que aqueles feitos para o *Xbox 360*, o *Nintendo Wii* ou os computadores pessoais da época, tornando os feitos gráficos do PS3 acessíveis apenas aos times dedicados exclusivamente ao console da *Sony*.

Além da arquitetura interna, a estrutura física exterior também é central para o funcionamento do jogo, especialmente na interação com o jogador. Isso significa que designers precisam fazer perguntas como “O dispositivo é portátil? É de Realidade Virtual? Tem algum dispositivo acessório, como a caneta *Stylus* do *Nintendo DS/3DS*? O jogador ficará de pé ou sentado?”, e, principalmente “Quais métodos de *input* (controles) serão utilizados?”.

Com o mercado cada vez mais centrado nos computadores pessoais e com os métodos de *input* consolidados em torno de controles com dois dispositivos analógicos como os popularizados pelo modelo *DualShock*, utilizados pela *Sony* no seu *PlayStation*, e na combinação de *mouse* e teclado é fácil esquecer a complexa história pela qual a indústria passou para chegar ao momento atual. Podemos compreender a importância do *hardware* e sua complexidade, no entanto, através da forma como a indústria e a comunidade de jogadores entende tempo.

O tempo é central para o trabalho do historiador e saber como ele é medido é de máxima importância para compreender a sociedade que estudamos. Graças ao trabalho do historiador britânico Edward P. Thompson, por exemplo, sabemos que a construção do tempo contemporâneo se deve em grande parte ao desenvolvimento do capitalismo industrial, visível em expressões como “horário comercial”, “hora de almoço” e em períodos como as “férias” e o “fim de semana”.

Poucas coisas são tão reveladoras, portanto, quanto saber que uma das formas mais populares de medir a História dos jogos eletrônicos é dividi-la não em eras marcadas por eventos políticos ou correntes artísticas, mas sim em gerações marcadas pela mudança no *hardware* utilizado. Elas são mais complexas no mundo dos computadores pessoais e mais simples quando analisamos os consoles domésticos. Esses períodos, conhecidos como *gerações de consoles*^{38 39}, servem como ponto de referência para modas, tecnologias e experiências pessoais e coletivas.

Cada geração é o período entre o lançamento de um conjunto de consoles que competem entre si e o lançamento dos próximos consoles das empresas envolvidas na competição. O lançamento do NES na América do Norte, por exemplo, marca o surgimento da terceira geração de consoles, que termina quando o SNES e seus competidores são anunciados, dando início à quarta geração, e assim

37 REISINGER, Don. **Sony: PS3 is hard to develop for--on purpose.** Disponível em: <<https://www.cnet.com/home/smart-home/sony-ps3-is-hard-to-develop-for-on-purpose/>>. Acesso em 30 jun. 2021

38 WIKIPEDIA. **Home video game console generations.** Disponível em: <https://en.wikipedia.org/wiki/Home_video_game_console_generations>. Acesso em 30 jun. 2021

39 BBC. **The 8 Generations of Video Game Consoles.** Disponível em: <https://www.bbc.co.uk/archive/console_generations/zvcjkty>. Acesso em 30 jun. 2021

em diante. Obviamente, os produtos ainda no mercado não são descontinuados imediatamente quando uma geração nova começa a ser vendida e outras versões dos consoles podem ser lançadas (como o *PlayStation 4 PRO*) sem que a geração mude. É apenas quando uma nova leva de consoles domésticos claramente superiores aos anteriores aparece no mercado que a visão da indústria e dos consumidores muda, contextualizando os antigos consoles como obsoletos, velhos, uma “antiga geração”.

Diz-se, no contexto de jogos eletrônicos, que um tipo de jogo foi popular na “geração X” ou que uma inovação tecnológica foi introduzida na “geração Y”. A estética *low-poly*, caracterizada pelo uso de modelos 3D com poucos polígonos, do que resultam visuais quadrados e simples, é comumente relacionada com a quinta geração, especificamente com o console *PlayStation*. Jogos de plataforma com *pixel art*, por sua vez, são comumente comparados aos jogos da Nintendo, como atesta o depoimento dos criadores de *Shovel Knight* a Jason Schreier⁴⁰. Implícito está que esses jogos são aqueles feitos para o NES e SNES, da terceira e quarta gerações. Como último exemplo, podemos apontar para a introdução de funcionalidades em rede nos consoles nas sexta e – principalmente – sétima gerações.

A utilização da evolução técnica de *hardware* para delimitar o tempo histórico dos jogos eletrônicos é surpreendentemente simples, já que embasa a medição de tempo na existência de dispositivos reais e compreensíveis para a comunidade no geral, em vez de critérios abstratos. Quando um jogador trata da evolução dos JRPGs através de exemplos da popular série *Final Fantasy*, apenas os fãs desse gênero e dessa franquia o entendem; quando faz o mesmo apontando a diferença entre NES e *PlayStation*, todos aqueles que conhecem os consoles compreendem o apontamento.

Além disso, o *hardware* é a parte mais influente na experiência do jogador, sendo ele que determina quais tipos de jogos podem ser produzidos. Voltemos à diferença entre a quarta e quinta gerações, apontada no parágrafo anterior; foi na transição entre elas que a tecnologia 3D barateou o suficiente para chegar aos consoles domésticos, permitindo a produção de jogos que utilizavam a terceira dimensão. Foi o *hardware* utilizado nessa época que permitiu a produção dos jogos que marcaram o período e é nele que encontramos a explicação para a fascinação que os jogos dessa época tinham com a estética cinematográfica. Do ponto de vista da comunidade *gamer*, medir o tempo de acordo com a mudança de consoles é análogo a uma família que mede o tempo de acordo com sua moradia.

40 SCHREIER, Jason. **Sangue, Suor e Pixels**. Tradução Guilherme Kroll. 1ª ed. Rio de Janeiro: Harper Collins, 2018. p. 163

Essa marcação de tempo, no entanto, não é perfeita. Cada plataforma demanda uma linha do tempo diferente, o que significa que computadores pessoais, consoles portáteis, fliperamas e plataformas móveis (*tablets* e *smartphones*) todos medem o tempo diferentemente, resultando em uma multiplicidade de linhas temporais. Em segundo lugar, medir o tempo de acordo com o *hardware* é fácil quando tratamos do centralizado mercado de consoles domésticos, mas fica muito mais difícil quando nos movemos para mercados mais fragmentados, como computadores pessoais.

Além disso, a própria indústria do console doméstico está solapando essa medição de tempo atualmente. Com o fracasso do *Wii U* na oitava geração, a Nintendo lançou seu *Nintendo Switch*, anos após o lançamento dos competidores. O *Switch* também não foi substituído com a chegada na nona geração. Ele é um console de oitava geração obsoleto? Um console de 8.5 geração? A resposta chegará apenas com o tempo. Além da Nintendo, a Microsoft também está adotando uma estratégia de mercado que mancha a antes clara distinção entre gerações com o lançamento de seus *Xbox Series X* e *Xbox Series S* simultaneamente. A perda de relevância dos consoles domésticos frente a popularização dos computadores pessoais e – principalmente – dos dispositivos móveis, junto com a desaceleração do progresso tecnológico na mídia também contribuem para a diminuição na importância das gerações de consoles.

A importância da técnica não se limite aos desenvolvedores profissionais. No mundo dos computadores pessoais, cujo *software* é muito mais acessível do que nos consoles domésticos, uma cena prolífica de desenvolvedores amadores surgiu na década de 1990. As origens dessa comunidade, que seria muito importante durante o surgimento dos jogos independentes, foi o hábito de modificar jogos que não existiam. Essas modificações ficaram conhecidas como *mods* e esses modificadores ficaram conhecidos como *modders*.

1.2 Modders

A prática de *modding* se popularizou com o jogo *Doom*, lançado em 1993 pela desenvolvedora Id Software. Sua estética misturava imagens satânicas, uma trilha sonora inspirado pelo *heavy metal* da época e a violência exagerada característica dos filmes de ação da década de 1980. A jogabilidade já tinha sido vista no jogo anterior da Id, *Wolfenstein 3D*, caracterizado por uma perspectiva em primeira pessoa a partir da qual o jogador atirava em inimigos, sua principal forma de interagir com o mundo, dando origem ao gênero de jogos de tiro em primeira pessoa (FPSs). Distribuído a partir de *shareware* – a primeira parte do jogo era gratuita e o resto tinha de ser comprado pelo correio – *Doom* se tornou incrivelmente popular quando chegou ao mercado.

Rapidamente a comunidade percebeu a possibilidade de criar conteúdo para *Doom* através de arquivos tipo WAD. A facilidade de criar essas modificações, que mais tarde ficaram conhecidas simplesmente como *mods*, somada à popularidade colossal do jogo e às possibilidades trazidas pelo novo estilo de jogo transformaram *Doom* no que é possivelmente o primeiro jogo a ter uma comunidade de conteúdo criado por fãs de tamanho considerável. Isso foi impulsionado pela decisão da Id de disponibilizar para os fãs o mesmo editor de níveis que os desenvolvedores usavam, facilitando o trabalho da comunidade.

A possibilidade de criar conteúdo para um jogo representou uma mudança considerável para a comunidade de jogadores nos PCs. Como vimos no começo deste capítulo, Johan Huizinga postula que todo jogo contém regras que devem ser obedecidas em absoluto depois que começa, mas que devem ser negociadas e aceitas antes de cada partida⁴¹. Jogos eletrônicos não tem essa possibilidade, já que as únicas regras que podem ser alteradas são aquelas sancionadas pelos designers. Portanto, do ponto de vista do jogador, o surgimento de *mods* foi uma revolução na forma de jogar; bastava conhecer algum *modder* disposto a editar o jogo para você ou aprender como fazê-lo – o que é muito mais fácil do que fazer um jogo você mesmo – e jogos eletrônicos se tornaram algo quase tão plástico quanto jogos não-digitais. A alteração dessas regras e a renegociação dos jogos foi importante porque permitiu que os jogadores interferissem na visão dos designers, criando experiências novas sem a necessidade da *expertise* necessária para se tornar designer de jogos.

Segundo a lógica do Romantismo, pela qual a arte deva ser original e expressar a “verdade interior” do artista, modificar arte criada por outrem, mesmo que sejam mudanças substanciais, complica a relação entre artista e “sua” obra, que na realidade não é mais sua. A quem pertence o concerto de Mozart, se não é ele quem toca a música? Ou o desfile de escolas de samba, se não é o carnavalesco que coordena a escola? *Mods* tem um efeito similar, introduzindo autorias múltiplas nos jogos e efetivamente transformando-os em criações coletivas.

A importância dos *mods* para o mundo dos jogos eletrônicos não pode ser exagerada. Além de servir como expressão da cultura de design e jogo que surgiu e se desenvolveu na década de 1990 dentre usuários de computadores pessoais, abriu as portas para o mundo do design para vários amadores e deu origem a um mundo de expressão pessoal contra-hegemônica que se consolidaria nos anos 2010. Também são incrivelmente importantes do ponto de vista histórico, já que é apenas através de *hacks* que diversos jogos continuam disponíveis ao público hoje, jogáveis através apenas de emuladores.

41 HUIZINGA, Johan. **Homo Ludens**: o Jogo como Elemento da Cultura. Tradução por João Paulo Monteiro. 8ª edição. São Paulo: Perspectiva, 2017.

1.2.1 *Mods e seus tipos*

Com a possibilidade de modificar os jogos eletrônicos, fãs começaram a testar os limites da prática. Cada *mod* novo poderia ser algo que alteraria completamente o mundo dos jogos e o trabalho conjunto de muitas comunidades diferentes trabalhando em diversas plataformas criou um ecossistema de modificações incrivelmente diverso mesmo nos consoles, onde fazê-las é geralmente mais difícil. O *PlayStation Portable* (PSP), por exemplo, podia ser utilizado como um emulador. Para compreender o que são os *mods* e quais são seus impactos no mundo dos jogos eletrônicos, os dividimos em alguns tipos.

O primeiro tipo de *mod* é simples, relativamente contido e não muda muito do jogo-base. Podem consertar algum problema no código do jogo (os **patches não-oficiais**); rebalancear⁴² o jogo, modificando sua jogabilidade (os **mods de rebalanceamento**); adicionar conteúdo ao jogo-base (geralmente conhecido apenas como **mods**, exceto quando são grandes o suficiente para serem **expansões**, ou quando as alterações feitas são substanciais, tornando-se **conversões parciais**); ou traduzir o jogo (as **traduções não-oficiais**).

Essas modificações têm impactos variáveis na experiência do jogador. Algumas vezes apenas eliminam alguns *bugs*, mas podem até mesmo ser críticas para fazer com que o jogo funcione. Podem ser apenas uma adição ao jogo, ou mudar a experiência fundamentalmente. No caso das traduções não-oficiais o impacto é mais claro, já que permitem que o jogo seja experimentado por pessoas que nunca teriam acesso a eles sem os *mods*. Traduções como essas, feitas voluntariamente por fãs, são parte crucial do esforço de preservação e popularização de jogos japoneses que nunca foram vendidos fora de seu mercado nativo, por exemplo. Para compreender como esses *mods* podem ser diversos, vamos comparar alguns *mods* simples a uma expansão.

Primeiramente, vamos analisar um conjunto de *mods*, comumente conhecido como *modpack*. Chamado de *Colonialist Legacies* (Legados Coloniais) e desenvolvidos pelo *modder* TPangolin para o jogo *Sid Meier's Civilization V: Brave New World* (Firaxis Games, 2013). Ele adiciona uma série de novas civilizações jogáveis no jogo, especialmente entre povos do Sul Global de antes e durante a época colonial.⁴³ Do ponto de vista do jogador, o conjunto abre novas possibilidades de

42 Na comunidade *gamer*, a palavra “balancear”, além de derivadas como “balanceamento”, “balanceado” e “desbalanceado” se referem ao equilíbrio de um jogo, ou seja, da viabilidade das opções disponíveis ao jogador. Imaginemos um jogo com dez personagens diferentes; se todos forem considerados igualmente bons, diz-se que o jogo é “balanceado”, no sentido de equilibrado, e vice-versa. O uso da palavra vem do aportuguesamento literal da palavra inglesa *balance*, além de seus derivados. É importante notar que “balanceamento” existe em português, mas seu uso era comumente restrito à mecânica automotiva e à Química.

43 O conjunto está disponível para *download* no fórum da comunidade *Civfanatics*. Disponível em: <[https://forums.civfanatics.com/threads/colonialist-legacies-histories-of-the-new-world-colonial-pre-colonial-](https://forums.civfanatics.com/threads/colonialist-legacies-histories-of-the-new-world-colonial-pre-colonial)

jogabilidade e de construção de conhecimento, isso se não considerarmos a provável experiência de adicionar diversos *modpacks* ao mesmo tempo. Do ponto de vista dos desenvolvedores, fazer o *mod* é relativamente simples, já que os desenvolvedores de *Civilization V* disponibilizam o Kit de Desenvolvimento para o público, sendo possível mudar o código com conhecimento básico e um programa de edição de arquivos .xml. A parte mais difícil da criação desses *mods* é, portanto, a criação da arte e dos modelos 3D, além do tempo necessário para fazer mais de duas dúzias de modificações para um jogo de forma completamente amadora.

Podemos ver a diferença no desenvolvimento quando comparamos as novas civilizações adicionadas a *Civilization V* com a conversão parcial *XCOM: The Long War*. Desenvolvida pelos *modders* John J. "JohnnyLump" Lumpkin, Amineri, Alexander "XMarksTheSpot" Behne, Ellatan, "WGhost81", Jonathan "TrackTwo" Emmett, James C. L. "JCLewis" Karlson e "Liquid911" com contribuição de diversos dubladores⁴⁴ para o jogo *XCOM: Enemy Within* (Firaxis Games, 2013) entre 2013 e 2015, ele funciona utilizando arquivos de arte já disponíveis no jogo-base, mas trouxe grandes diferenças para sua jogabilidade. A dificuldade é aumentada, as classes e habilidades são expandidas, os soldados do jogo vêm de mais países diferentes e tem os nomes corrigidos para a linguagem correta, a campanha é estendida, etc.

Isso significa que para fazer *The Long War*, como é comumente conhecido, os *modders* tiveram que passar pela maior parte do ciclo de design, balanceamento e redesign pelo qual os profissionais passam. Isso não significa que o processo de fazer um *mod* como *Colonialist Legacies* é simples, mas é inegavelmente mais simples do que fazer um jogo inteiro. No caso de *The Long War*, a quantidade de conteúdo adicionado significa que os *modders* precisam examinar tudo para não criar dinâmicas desbalanceadas ou quebrar o código. O aprendizado foi tanto, que os desenvolvedores chegaram inclusive a fundar seu próprio estúdio, *Pavonis Interactive*, e começar uma campanha de financiamento coletivo para seu jogo original *Terra Invicta*.⁴⁵

O código também é parte importante do desenvolvimento do *mod*. Ao contrário de *Civilization V*, *XCOM: The Enemy Within* não foi programado com a intenção de receber *mods*, o que significa que o Kit de Desenvolvimento não foi disponibilizado ao público e que o código não foi organizado de forma simples. Isso significa que os *modders* precisaram alterar significativamente o código do jogo, o que envolve muito mais trabalho do que editar um pouco de texto, forma viável, apesar de crua, de modificar *Civilization V*. Segundo Joe Donnelly: "Primeiro você tem que essencialmente hackear os arquivos do jogo para fazê-lo ler arquivos INI, diz

civs.512802/>. Acesso em 23 jun. 2021.

44 Disponível em: <https://www.pavonisinteractive.com/longwareu_credits.htm>. Acesso em 30 jun. 2021

45 Campanha de financiamento coletivo disponível em: <<https://www.kickstarter.com/projects/terrainvicta/terra-invicta>>. Acesso em 30 jun. 2021

Lumpkin , um dos criadores do mod. Depois você tem que analisar o código do jogo, traduzi-lo para hexadecimal, antes de mudar funções e classes para garantir que suas alterações não quebrem o jogo.”⁴⁶ Em comparação, um *mod* simples para *Civilization V* pode ser feito abrindo um arquivo XML com um leitor apropriado e editando algumas linhas de texto.

The Long War foi um *mod* notável na história recente dos jogos para computadores pessoais. Sua complexidade e extensão mudou completamente a experiência de jogar *XCOM: The Enemy Within*, além de ter sido um dos poucos *mods* notáveis para o jogo, que, em comparação com jogos como *Civilization V* e *The Elder Scrolls V: Skyrim* (Bethesda Softworks, 2011), tinha uma quantidade pífia de modificações amplamente utilizadas, mostrando a importância de código acessível e Kits de Desenvolvimento para a frutificação de uma comunidade de modificadores. Além do mais, representava a vitalidade dos jogos de estratégia para os PCs, tão vilipendiados pela indústria na sétima geração de consoles.

É importante notar o quão central foram as modificações na criação de comunidades de jogadores em países que não são servidos pela indústria tradicional. Até os anos 2010, por exemplo, era difícil encontrar jogos em línguas que não fossem o japonês ou o inglês, portanto foi apenas através de traduções não-oficiais que muitos jogos puderam ser aproveitados por crianças na América Latina e alguns jogos japoneses, importantes para o desenvolvimento da indústria naquele país, nunca foram traduzidos para além de sua língua nativa. Além disso, o trabalho mais complexo de localizar o jogo, adaptando-o para a realidade local, era comumente feito por esses fãs amadores. Um exemplo notável foi o jogo *Bomba Patch*.

Bomba Patch foi desenvolvido como uma modificação do jogo de futebol *Winning Eleven 10*. Ele não mudou fundamentalmente a jogabilidade, mas adicionou times brasileiros com os jogadores da época (100% atualizado, como dizia a música tema), uma tradução em português, narradores brasileiros, cantos de torcida brasileiros e uma trilha sonora composta por música nacional. Essas mudanças tornaram *Bomba Patch* um jogo muito popular na época do *PlayStation 2*, conseguindo um lugar cativo na mente de milhares de jogadores brasileiros da época e mantendo uma comunidade cativa até hoje.⁴⁷

Percebemos que muitos desenvolvedores amadores começaram a desenvolver suas habilidades fazendo modificações para jogos que já existiam. Alguns deles, no entanto, fizeram

46 Do original: *First you're required to essentially hack into the game's files to make it read INI files, Lumpkin says. Then you need to review the game's code, translate it into hexadecimal, before making changes to functions and classes so as to ensure your alterations don't crash the game.* Disponível em: <<https://www.pcgamer.com/how-one-xcom-mod-spawned-a-development-studio/>>.

47 FERNANDES, Matheus. **Como o Bomba Patch formou uma geração que consome futebol pelo videogame.** Disponível em: <<https://www.vice.com/pt/article/qvngj5/bomba-patch-historia-futebol-videogame>>. Acesso em 30 jun. 2021

mods de tanto sucesso que foram propulsores ao lugar de desenvolvedores profissionais, especialmente aqueles que trabalhavam com as chamadas Conversões Totais. Essas modificações alteram completamente a jogabilidade do jogo-base, efetivamente criando uma experiência completamente nova, muitas vezes chegando a alterar o gênero do jogo. São as modificações mais complexas, muitas vezes demandando um grande esforço conjunto, e representam uma parte importante da indústria, já que são uma peça essencial na transição de *modders* para designers profissionais.

O desenvolvimento de Conversões Totais é um processo ainda mais complexo do que aquele envolvido em Conversões Parciais como *The Long War*. Se as últimas precisam considerar como o novo conteúdo funciona em relação à jogabilidade original, conversões totais são efetivamente jogos novos. Isso significa que esses *mods* passam por exatamente todos os processos necessários para a feitura de um jogo original, exceto a criação de elementos visuais, efeitos de áudio e do motor gráfico,⁴⁸ demandando que os *modders* tenham as mesmas habilidades que os desenvolvedores profissionais. Podemos compreender como isso funciona se analisarmos dois jogos que começaram como *mods* de Conversão Total: *Counter Strike*, conhecido popularmente como CS, e *Defense of the Ancients*, conhecido como DotA. Ambos criaram gêneros novos e seus criadores foram contratados pela *Valve*, se tornando desenvolvedores profissionais.

Counter-Strike é mais conhecido dos brasileiros por sua repercussão polêmica. Incrivelmente popular nas *LAN Houses* do país durante os anos 2000, o jogo que simulava um combate tático entre terroristas e contra-terroristas foi banido do país sob alegação de apologia ao crime. O que apenas os jogadores e conhecedores do mundo dos jogos eletrônicos sabem, no entanto, é que a proibição de CS tinha relação próxima com sua origem como um *mod*. Surgido como uma modificação do jogo de tiro em primeira pessoa *Half-Life*, *Counter-Strike* inovou ao abandonar as convenções do gênero FPS em prol de um combate incrivelmente letal que incentivava os jogadores a se esconder e se movimentar taticamente.

CS se tornou consideravelmente popular, dando origem ao que se chama comumente de *twitch-shooter*, nome devido à importância dos reflexos na jogabilidade, e, junto com *Tom Clancy's Rainbow Six* (Red Storm Entertainment, 1998), ao jogo de tiro tático. Seus desenvolvedores, Minh "Gooseman" Le e Jess Cliffe, foram contratados pela *Valve*, dando origem à popular franquia que existe até hoje. Quando foi proibido no Brasil, a alegação era de que "O participante pode escolher o lado do crime: virar bandido para defender a favela sob seu domínio. Quanto mais PMs matar,

48 Atualmente, a utilização de motores gráficos comerciais é cada vez mais comum, aproximando ainda mais esses *mods* dos jogos profissionais.

mais pontos. A trilha sonora é um funk proibido”⁴⁹⁵⁰ A resposta da distribuidora, por sua vez, foi que:

*itens como traficantes, a cidade do Rio de Janeiro, favela, trilha sonora funk e pontuação extra por matar PMS não fazem parte do jogo original. Estas modificações foram criadas por pessoas que não têm qualquer tipo de ligação ou relacionamento com ambas as empresas e que dispuseram seu download gratuitamente pela internet.*⁵¹ ⁵²

Além de CS, *Defense of the Ancients* também surgiu como um *mod* e revolucionou o mundo dos jogos eletrônicos. Sua história começa como um *mod* de *Warcraft III* que transformava o jogo de estratégia em tempo real em um jogo que misturava estratégia e ação e deu origem ao gênero *Multiplayer Online Battle Arena* (MOBA) também garantiu ao seu desenvolvedor, Kyle "Eulogizing" Sommer, um emprego na *Valve*, que comprou os direitos de *DotA* e agora distribui e desenvolve *DotA 2* (Valve, 2013 -), um dos jogos competitivos mais populares do planeta.

Conversões Totais permitem que o desenvolvedor amador aprimore suas habilidades em todas as disciplinas necessárias para o desenvolvimento de um jogo eletrônico. É lícito argumentar que isso também poderia ser feito desenvolvendo-se um jogo amador e que a melhoria seria ainda mais palpável, mas isso seria ignorar, no entanto, que esses *mods* permitem que essas disciplinas sejam desenvolvidas em um espaço seguro, com a base já pronta. Além disso, dá acesso rápido à comunidade do jogo que se está modificando, facilitando não apenas a divulgação, mas também tornando mais fácil conseguir *feedback*, que é crítico para diversas partes do processo de design.

Modificações a jogos são parte importante da comunidade *gamer*, especialmente dentre os jogadores de PC. Permitiram que os jogadores negociassem quais regras preferem, quais experiências desejam e também funcionaram como porta de entrada a vários desenvolvedores

49 G1. **Justiça proíbe games 'Counter-Strike' e 'Everquest' no Brasil.** Disponível em: <<https://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL265391-6174,00-JUSTICA+PROIBE+GAMES+COUNTERSTRIKE+E+EVERQUEST+NO+BRASIL.html>>. Acesso em 03 jun. 2022

50 A possibilidade de jogar como contraterroristas em *Counter-Strike* difere do maniqueísmo de jogos de tiro ambientados na Segunda Guerra Mundial, como *Call of Duty* e *Medal of Honor*. Atribuir essa diferença a alguma deferência especialmente dispensada ao conflito me parece, no entanto, incorreto. É mais provável que essa possibilidade seja resultado da natureza de CS como um jogo multijogador. Em jogos como os da franquia de estratégia *Hearts of Iron*, feitos para serem jogados diversas vezes, é possível jogar como todos os países do Eixo, por exemplo.

51 *Idem*.

52 A história do mapa que levou *Counter-Strike* a ser proibido no país, *cs_rio*, pode ser conferida em FABER, Rodrigo; MARQUES, Roque. **Meu vizinho jogou: a história do mapa que proibiu o CS no Brasil.** Disponível em: <<https://interativos.globoesporte.globo.com/esports/materia/meu-vizinho-jogou-a-historia-do-mapa-que-proibiu-o-cs-no-brasil>>. Acesso em 30 jun. 2021

amadores. Além disso, descobriu-se que jogos eletrônicos poderiam ser utilizados como uma plataforma para a criação de outros tipos de arte.

1.2.2 *Machinima e ampliação das formas de expressão*

O próximo passo de desenvolvimento de *mods* vem com o sucesso de *Quake* (Id Software, 1996), um dos primeiros jogos de FPS com terceira dimensão real. Como seu predecessor, *Quake* teve uma comunidade de *modders* robusta, com fãs produzindo o mesmo tipo de conteúdo que o pai dos FPSs gerou em 1993.

A diferença entre *Doom* e *Quake* foi a invenção do *machinima*. O termo, hoje associado ao canal de variedades *gamer* de mesmo nome, é uma corruptela de *machine animation* e foi cunhado em 2000 por Hugh Hancock para descrever a utilização do motor gráfico em tempo real dos jogos como *software* de animação, utilizando a câmera de jogos como uma câmera de filmagem audiovisual.⁵³ Nesse tipo de animação, os jogadores faziam as vezes de atores, movendo os corpos de seus avatares pelo mundo do jogo como em um *set* de filmagem digital.

A invenção do *machinima* abriu as portas para a animação digital da mesma forma que o desenvolvimento do *modding* popularizou o design de jogos digitais. Com o trabalho de *rigging*, iluminação e texturização (além de outras facetas técnicas da animação 3D digital) já pronto, esses novos animadores do mundo do jogo eletrônico podiam se concentrar nas histórias que queriam contar.

Algumas dessas animações fizeram bastante sucesso, dando origem a estúdios como o *Rooster Teeth*, onde foi produzida *Red vs. Blue*, uma série *machinima* produzida utilizando-se dos jogos da série *Halo*. Mais notável foi o sucesso surpresa do brasileiro Raony Philips que ascendeu à fama na internet com a série de comédia *Girls in the House*, uma paródia de *reality shows* como *Keeping up with the Kardashians*.⁵⁴ Ambas essas séries são amadoras e, obviamente, não são comparáveis em termos de qualidade de animação ou complexidade com animações profissionais. É preciso entender, no entanto, que sem o *machinima* nenhuma delas existiria.

Não são apenas as animações e as modificações à jogabilidade que se fortaleceram com a possibilidade de modificar jogos eletrônicos. Toda sorte de disciplina se beneficiou da expansão do jogo e de seus componentes para além de seu sentido original. O fortalecimento do *ethos* faça-

53 MARINO, Paul. **3D Game-Based Filmmaking: The Art of Machinima**. Scottsdale, Arizona: Paraglyph Press. 2004.

54 BREVE, Giovanna. **Girls in the House: Youtuber fala do sucesso da série criada em The Sims**. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/start/ultimas-noticias/2020/02/07/girls-in-the-house-youtuber-conta-a-criacao-da-webserie-feita-em-the-sims.htm>>. Acesso em 30 jun. 2021

você-mesmo, surgido do movimento *punk*, estabeleceu a reputação dos jogos para PCs como experiências abertas e deu aos restritos jogos de console uma liberdade que seus criadores nunca haviam imaginado.

Mais do que isso, a proliferação de formas criativas e inesperadas de ver e modificar o jogo eletrônico se tornaram um celeiro de talentos, abrindo caminhos para uma geração de desenvolvedores amadores que se posicionariam diametralmente contra a indústria cultural. Para isso, no entanto, era preciso que a indústria dos jogos eletrônicos surgisse e se consolidasse, em um processo que levou pouquíssimo tempo, algumas crises e uma profunda reestruturação de mercado.

CAPÍTULO 2

Jogos eletrônicos, entretenimento e hegemonia cultural

Em 1947, os filósofos alemães Theodor Adorno e Max Horkheimer publicaram *Dialética do Esclarecimento: Fragmentos Filosóficos*⁵⁵. Nesse trabalho criticam o fenômeno do Esclarecimento (mais comumente conhecido no Brasil pelo nome de Iluminismo) e estabelecem, em *Indústria Cultural: O Esclarecimento como Mistificação das Massas*, o conceito de indústria cultural, ligando-a ao sistema capitalista e ao conceito marxista de alienação.

A carreira de Theodor Adorno seria particularmente centrada nesses dois conceitos. Além dos textos citados acima, o autor alemão escreveu *Indústria Cultural e Sociedade*⁵⁶ e proferiu a palestra que mais tarde resultaria em *Educação após Auschwitz*, que apesar de não ser diretamente sobre o mesmo tema de seu livro, tem relações com o fenômeno da alienação e, conseqüentemente, com a indústria cultural.

Adorno e Horkheimer não foram os primeiros intelectuais a tratar da relação entre cultura, arte e capitalismo. A consolidação da economia capitalista no século XIX afetou de forma particularmente profunda a Europa Ocidental e os Estados Unidos da América, que precisaram se adaptar à nova realidade, gerando diversas linhas teóricas sobre o sistema socioeconômico. Os movimentos artísticos modernistas já buscavam compreender a função da arte no novo mundo capitalista⁵⁷ e antes deles escritores como Émile Zola utilizaram a arte como forma de denúncia dos problemas típicos do capitalismo. Além dos artistas, intelectuais como Karl Marx e Friedrich Engels já haviam se debruçado sobre essa questão ao propôr, no Manifesto do Partido Comunista, que a burguesia “Esgarçou sem piedade os variados laços feudais que uniam o ser humano a seu superior natural, sem deixar outro vínculo a ligar seres humanos que não o puro interesse, o insensível ‘pagamento em dinheiro’”⁵⁸. Adorno e Horkheimer, por sua vez, também faziam parte de um grupo de intelectuais que meditavam sobre essas questões, conhecidos como Escola de Frankfurt⁵⁹.

Dentre todas essas perspectivas, no entanto, aquela desenvolvida por Adorno e Horkheimer foi uma das que se tornou mais notória tanto em discussões acadêmicas quanto leigas. Sua

55 ADORNO, Theodor. HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento: Fragmentos Filosóficos**. 1947

56 ADORNO, Theodor. **Indústria Cultural e Sociedade**. 5ª edição. São Paulo: Paz e Terra, 2009.

57 Um exemplo particularmente potente dessa busca é o movimento Futurista, que aderiu radicalmente ao desenvolvimento técnico industrial, exaltando-o em sua arte.

58 ENGELS, Friedrich; MARX, Karl. **Manifesto do Partido Comunista**. São Paulo: Penguin Books, 2012. p. 32

59 Dentre os intelectuais da Escola de Frankfurt destacam-se nomes como os próprios Adorno e Horkheimer, Herbert Marcuse, Erich Fromm e Walter Benjamin.

proposição central de que a arte é homogeneizada e esvaziada pela busca primordial por lucro ainda encontra ecos na sociedade atual e a relação entre indústria cultural e alienação proposta por ambos se tornou tão central para a discussão sobre arte contemporânea que “alienação” se tornou uma palavra utilizada comumente fora do discurso acadêmico.

Um motivo óbvio para essa popularização é o fato de que vivemos em um mundo capitalista. É possível encontrar arte que não seja produzida industrialmente, como obras antigas ou produzidas sem interesse comercial, mas a influência desse sistema socioeconômico é tanta que muitas vezes se sente que chega a ser inescapável. A arte *blockbuster* é produzida industrialmente; muitos dos clássicos contemporâneos foram produzidos industrialmente; muitos dos artistas independentes atuais almejam trabalhar nessa indústria⁶⁰.

Outro motivo para a prevalência da teoria adorniana⁶¹ até mesmo dentre leigos é a rejeição que muitas pessoas têm em relação à arte produzida industrialmente. Adorno e Horkheimer, mais que quaisquer outros teóricos, rejeitam completamente os produtos da indústria cultural, entendendo-os como casulos vazios de valor, puro entretenimento desenhado especificamente para gerar o máximo de lucro e manter os trabalhadores entorpecidos.

Essa perspectiva negativa sobre a indústria cultural se encaixa perfeitamente na visão de mundo romântica, segundo a qual o artista é uma figura quase sagrada e a sua expressão individual é a parte mais importante da arte. Em seu livro *Romantismo no Brasil*, o crítico literário Antônio Cândido descreve claramente um dos pontos centrais da estética romântica: “imitação direta da natureza, não dos textos clássicos, a fim de poder manifestar a originalidade do *gênio*”.⁶² Essa suposta genialidade contrasta agressivamente com a produção industrial característica do capitalismo.

Para essa teoria, a indústria cultural fez exatamente o que indica o nome: transformou arte e cultura em mercadoria, impondo a ela a primazia do valor de mercado. Segundo eles, o objetivo da indústria cultural seria tanto gerar lucro quanto reproduzir a própria existência do sistema capitalista, alienando o trabalhador e transformando o processo de se relacionar com arte em uma extensão do seu trabalho. Segundo os autores:

A racionalidade técnica hoje é a racionalidade da própria dominação, é o caráter repressivo da sociedade que se auto-aliena. Automóveis, bombas e filmes

60 A indústria cultural criou ou se apropriou de praticamente todos os ícones culturais contemporâneos. Os filmes da Era de Ouro de Hollywood, as músicas populares de Luiz Gonzaga, o futebol latino-americano e os livros de fantasia e ficção científica do século XX são todos exemplos de manifestações culturais que foram – quando não criadas pela indústria – apropriados por ela e inscritos no ciclo de produção e venda capitalistas.

61 Dou esse nome ao conjunto de preceitos derivados dos escritos de Adorno e Horkheimer não apenas para demonstrar a maior importância do primeiro em seu desenvolvimento, mas também para facilitar a leitura deste texto, no qual as referências aos autores se repetem.

62 CANDIDO, Antonio. **O Romantismo no Brasil**. São Paulo: Humanitas. FFLCH. 2002. p. 27

*mantêm o todo até que seu elemento nivelador repercute sobre a própria injustiça a que servia.*⁶³

Em última instância, esse processo levaria a uma completa brutalização da sociedade e, finalmente, ao fascismo, já que a própria indústria cultural é despótica. Podemos ver o quão literal é esse pensamento em frases como: “Na Alemanha, a paz sepulcral da ditadura já estava presente nos filmes mais irrefletidos do período democrático”⁶⁴ e “Pato Donald mostra nos desenhos animados como os infelizes são espancados na realidade, para que os espectadores se habituem com o procedimento”.⁶⁵ Para Adorno e Horkheimer, a indústria cultural é uma habituação para a barbárie fascista.

A visão de indústria cultural postulada por eles, no entanto, não é única nem desprovida de problemas. Vemos em *Dialética do Esclarecimento*, por exemplo, uma falta total e completa até mesmo de menções a partes fundamentais ao funcionamento de qualquer indústria, como trabalhadores e matéria-prima, quiçá o desenvolvimento de uma linha de pensamento profunda sobre sua relação com o tópico central do texto. Isso vai de encontro ao pensamento marxista no qual os teóricos se baseiam, sempre centrado nas relações de produção, especialmente naquelas que tangem a classe trabalhadora.

Ao ignorar as relações de produção que configuram o capitalismo como sistema, os autores privilegiam a leitura dos produtos da indústria cultural. Se propõem a analisar, como críticos de arte, a qualidade daquilo que Hollywood produz, e não o processo através do qual essas obras são feitas. A escolha é razoável se considerarmos a especialidade dos autores enquanto estudiosos de arte e artistas (Adorno era compositor) e sua origem social como parte da classe burguesa⁶⁶, para a qual a questão da alienação é mais premente do que a pobreza.

A escolha teve consequências, no entanto, pois alterou profundamente as prioridades de sua teoria em comparação àquela desenvolvida por Marx e Engels. Em vez de ser um sistema caracterizado pelas suas relações de compra e venda de trabalho, onde o socialismo científico enxerga a maior parte da opressão, o capitalismo passa a ser caracterizado por sua compra e venda de bens. A atenção dedicada a tratar da suposta inferioridade dos bens da cultura de massa é tão desproporcionalmente maior que àquela dedicada a compreender seu funcionamento que essa teoria se transforma em uma metodologia de crítica artística, pouco interessada em compreender o real funcionamento do capitalismo, postulando, em vez disso, um sistema abstrato, estático, monolítico e simplista.

63 ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. **O Iluminismo como Mistificação das Massas** In: ADORNO, Theodor. *Indústria Cultural e Sociedade*. São Paulo: Paz e Terra. 2002. p. 06

64 *Ibidem*. p. 10

65 *Ibidem*. p. 20

66 Tanto Adorno quanto Horkheimer nasceram em famílias de empresários.

À criação mental de um esquema ideal do capitalismo se sucede o grande problema da teoria adorniana: o julgamento *a priori* de que a alienação venceu e não há como reverter o processo. Adorno e Horkheimer dão a entender em *Dialética do Esclarecimento* que não há como enfrentar a indústria cultural, que como uma fonte miasmática teria infectado toda a cultura europeia e levado-a ao caminho da barbárie fascista. Mais do que isso, Adorno reforça a mensagem em *Educação após Auschwitz*, enfatizando o quão profundamente incapaz de enfrentar as forças da alienação o mundo seria⁶⁷.

Essa perspectiva sobre a indústria cultural peca de diversas formas. Primeiramente, falha em não explicar como fenômenos históricos bárbaros e centrais no desenvolvimento do fascismo, como a colonização das Américas e o tráfico transatlântico de escravos, podem ter precedido a indústria cultural⁶⁸. Em segundo lugar, não explica como os autores podem ter percebido a indústria cultural e fazer um apelo contra ela se seu domínio é, em teoria, tão absoluto.

Por último, devemos ressaltar que a suposta vitória da indústria cultural sobre a (também suposta) cultura genuína faz parte de um argumento profundamente derrotista. Em vez de lidar com as formas como as maiores mentes da Europa, incluindo filósofos tão renomados e ainda estudados como Kant e Hume, se recusaram a ver as óbvias consequências e incongruências de suas crenças na superioridade de um grupo de seres humanos sobre outros, legitimando as práticas e os sistemas que tornariam Auschwitz uma realidade, Adorno e Horkheimer postulam que os intelectuais na verdade nada tinham a fazer, acossados pela mediocridade geral do continente, supostamente fruto da indústria cultural⁶⁹.

Podemos contrastar a lógica de Adorno e Horkheimer com a vivaz teoria de Walter Benjamin. Em seus ensaios, Benjamin analisava o mundo primordialmente através dos movimentos humanos. Devemos a ele, por exemplo, a lucidez de mostrar a importância do ato de flunar – andar sem rumo, sem intenção – para a compreensão da diversidade humana no espaço urbano. Na grande aglomeração humana que é a cidade, o ato de caminhar sem direção proporciona ao *flaneur* (aquele que flana) a possibilidade de interagir e vislumbrar uma pequena parte das diferentes vidas de

67 Em *Educação após Auschwitz*, Adorno trata do amor e sua relação com a educação, cujo objetivo para ele seria evitar a repetição da barbárie fascista. Sobre o assunto, diz: *Antes de tudo, é impossível incentivar os pais para o calor humano, na medida em que eles mesmos são produto dessa sociedade e dela carregam os estigmas*. O autor considera que ensinar as crianças é essencial para evitar que os campos de extermínio voltem a assombrar a Europa, mas é incapaz de compreender como isso será feito.

68 Podemos comparar a teoria de Adorno e Horkheimer com aquela desenvolvida por Hannah Arendt em seu livro *Origens do Totalitarismo*. Enquanto os autores da Escola de Frankfurt atribuem à indústria cultural todas as mazelas do fascismo, Arendt procura compreendê-la como extensão de uma violência já perpetrada pela Europa ao longo de séculos.

69 À incapacidade desses autores de lidar com o papel que a intelectualidade europeia teve na legitimação da destruição dos continentes explorados pelas empreitadas coloniais europeias (incluindo a própria Europa) podemos contrastar uma vigorosa produção intelectual contemporânea empreendida por pessoas como Aimé Césaire e Franz Fanon.

milhares de pessoas diferentes. Sem nunca compreender a totalidade de cada pessoa que vê, o *flâneur* entende as miríades de formas que a vida humana pode assumir.

O texto central para compreender a visão de Benjamin sobre a arte, e que embasa este trabalho, é *A Obra de Arte na Era de Sua Reprodutibilidade Técnica*⁷⁰. Nele, o autor argumenta que antes do desenvolvimento de formas de reproduzir arte de forma técnica (ou mecânica, como na tradução em inglês) cada obra de arte era única e seu valor era atrelado, portanto, à sua história igualmente única. Ele chama esse valor de “valor de culto”, já que promove o culto à obra como algo excepcional que é e liga o observador ao mundo religioso e ao passado através da contemplação da história da obra. Nesse sentido, a arte é especial e seu lugar privilegiado são recantos onde pode ficar escondida, preservando a mística da aura. Podemos encontrar esse tipo de arte principalmente nas obras produzidas antes da possibilidade de reprodução técnica e que hoje estão guardadas em museus.

Com o desenvolvimento de técnicas como xilogravura, imprensa e, principalmente, a fotografia, a obra de arte deixa de ser especial. Livros idênticos inundam a Europa aos milhares, sem ter uma história única que justifique a existência de cada exemplar como objeto de culto. Para Benjamin, isso produz uma diferença fundamental na forma como arte é produzida e recebida que determina seu lugar no mundo contemporâneo. A queda da aura coloca as obras de arte no mesmo patamar dos objetos do cotidiano: substituíveis, ordinários. Por um lado, isso impede o culto e trivializa a experiência artística.

Por outro lado, isso também significa que o olhar do observador não se fixa mais na obra e sua história. Passa, em vez disso, a utilizar a arte como forma de ver o mundo real, as pessoas por trás ou em volta da obra. Abundam livros como os de Dostoyévski e Lima Barreto, que denunciam as mazelas da vida, enquanto a fotografia se torna a mídia de representação crítica do mundo real por excelência. Arrancada do mundo da religião pela reprodução técnica, a arte se inscreve cada vez mais no mundo da política. Ao contrário dos europeus que se perguntavam se fotografia era arte e de seus conterrâneos que apregoavam a vitória da alienação, Walter Benjamin abraça essa mudança. Para ele, ver a arte para ver e compreender os outros seres humanos é politizá-la e seria a principal forma de combater a espetacularização da política promovida pelo fascismo.

Benjamin, assim como Adorno e Horkheimer, centra suas teorias e análises do mundo na produção artística da Europa do início do século XX. Seu otimismo em relação à arte e sua capacidade de ser utilizada para compreender e mudar a realidade e, especialmente a vida dos seres humanos pode parecer sua maior diferença em relação a seu conterrâneo, mas na realidade é seu

70 BENJAMIN, Walter. **A Obra de Arte na Era de sua Reprodutibilidade Técnica**. In: **Magia e técnica, arte e política: Ensaios sobre literatura e história da cultura**. Tradução Sérgio Paulo Rouanet; Prefácio Jeanne Marie Gagnebin. 7ª ed. São Paulo: Brasiliense: 1994.

reconhecimento da complexidade do mundo real e seu foco nos processos e nas relações sociais, que o diferencia dos autores de *Dialética do Esclarecimento*. Benjamin abraça a infinita multiplicidade de experiências artísticas pelas quais o ser humano pode passar e centra sua análise nessa relação, não na arte com a qual interagem.

Tendo em vista as críticas tecidas a Adorno e Horkheimer, combinadas aos elogios a Benjamin e ao reconhecimento de que essas perspectivas são irreconciliáveis, podemos nos perguntar “por que falar de *Dialética do Esclarecimento*?” A razão para isso é o quão influente esse texto e a forma de pensamento que ele engendra se tornaram nas décadas após sua publicação. Hoje, palavras como *entretenimento* e *alienação*, além, claro, do conceito de *indústria cultural*, se tornaram parte do discurso corrente e são utilizadas por pessoas que podem nunca ter lido textos sobre crítica artística, teoria crítica ou a origem do fascismo. Se vulgarizaram em grande parte graças à amplitude do pensamento de Adorno, que satisfaz tanto a esquerda socialista em sua crítica ao sistema capitalista quanto a direita conservadora em seu desejo por um retorno ao passado idealizado e até mesmo a direita mais reacionária em sua proposição implícita de que existe um grupo de pessoas inatamente superiores a outras.

A escolha por Adorno e Horkheimer, portanto, não é um endosso, e sim o reconhecimento do que considero um erro analítico profundo. Para evitar que nosso texto seja lido como expressão de ojeriza aos objetos produzidos pela indústria cultural, e garantir que seja compreendido como uma crítica do funcionamento da própria indústria e das opressões que ela engendra, precisamos reconhecer a popularidade do ponto de vista que Jesús Martín-Barbero chamou de “apocalíptico” e garantir ao leitor, que pode estar habituado ao tema apenas pelo “disse-me-disse” da vulgarização dos conceitos acadêmicos que não acreditamos que o fim do mundo será feito um *cartoon* por vez. Com a discussão sobre qual definição conceitual de arte consideramos a mais adequada para analisarmos a indústria cultural feita, partamos para descrever como essa indústria se desenvolveu.

2.1 A indústria cultural antes dos jogos eletrônicos

Para compreender a história da indústria cultural precisamos voltar muito antes do século XX. Jesús Martín-Barbero, em *Dos Meios às Mediações: Comunicação, Cultura e Hegemonia*, identifica na literatura de *colportage*, que dará origem ao cordel, a busca pelo público consumidor, à semelhança do jornal, em um movimento já claramente mercadológico.⁷¹ Em sua tentativa de compreender as dinâmicas de poder entre cultura hegemônica e cultura popular, o autor se remete

71 MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos Meios às Mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997. p. 145

ao período entre os séculos XVI e XIX, quando o Estado-Nação se consolidou na Europa e cultura se dividiu entre hegemônica e popular.⁷²

As dinâmicas de poder encontradas na Europa desse período são as precursoras da indústria cultural propriamente dita, que se desenvolveria com o advento do capitalismo enquanto sistema socioeconômico no século XIX. Na época, a formação do que muitos chamariam de cultura de massa se deu através do romance, especialmente os de folhetim.⁷³ Através dos jornais, autores e estilos se popularizam no Ocidente, beneficiando-se do baixo custo e ritmo rápido de leitura capítulo a capítulo. Como vimos no capítulo anterior, a publicidade é uma das grandes pedras fundamentais do mundo capitalista; sua introdução no mundo cultural após o desenvolvimento do capitalismo, portanto, sugere a existência de paralelos entre a produção industrial de bens de consumo e de bens culturais.

Outra característica da indústria cultural que podemos identificar na literatura do século XIX é a divisão do trabalho em tarefas especializadas. Tanto Adam Smith quanto Karl Marx consideraram essa uma das características centrais da fabricação industrial e ela se tornaria especialmente importante na linha de montagem aplicada em massa por Henry Ford. Em contraposição a isso temos a produção artesanal, feita integralmente por uma pessoa que é ao mesmo tempo trabalhador, administrador e dono dos meios de produção. No mundo das artes, a ideia de um artista solitário fazendo toda a obra a seu contento espelha essa produção artesanal.

Na indústria cultural, no entanto, a produção da arte se divide entre diversos trabalhadores dispostos em uma organização racional destinada a maximizar a sua eficiência no trabalho. O artista agora tem que se relacionar com uma série de outros profissionais destinados a tornar a venda de seu trabalho mais fácil. Podemos observar essa repartição de tarefas na relação entre autor e editor, especialmente na obra do famoso autor de ficção científica Júlio Verne.

Famoso por sua série de livros *Viagens Extraordinárias*, que contém obras como *Viagem ao Redor do Mundo em 80 Dias* e *Vinte Mil Léguas Submarinas*, Verne teve seus trabalhos editados e publicados por Pierre-Jules Hetzel. No prefácio de *Paris do Século XX*, Piero Gondolo della Riva trata da influência do editor sobre a obra de Verne⁷⁴, utilizando-se das cartas enviadas pelo editor ao autor. Hetzel critica neologismos, tom, obra e autor, deixando claro que considera o livro de baixa

72 MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às Mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997. p. 127

73 Romances de folhetim eram publicados capítulo a capítulo em jornais do período, antes de serem vendidos completos. Autores clássicos como Machado de Assis e Aluísio Azevedo publicaram livros nesse formato, que evidencia ainda mais a relação entre literatura e jornalismo, principalmente no que tange à busca pelo mercado consumidor.

74 RIVA, Piero Gondolo della. **Prefácio**. In: VERNE, JÚLIO. **Paris do Século XX**. São Paulo: Editora Ática. 1995. pp. 13-27

qualidade. Como resultado da descrença do editor, *Paris do Século XX* não foi publicado, vindo a público apenas postumamente.

O trabalho de ambos em conjunto evidencia que a indústria cultural necessitava que ambos trabalhassem em sintonia para o sucesso das obras escritas por um e publicadas por outro. O sucesso fulminante de Verne, que o consolidou como um dos marcos mais importantes do desenvolvimento da literatura de aventura e da ficção científica atesta o sucesso da dupla. Mesmo antes do século XX, a genialidade exclusiva do autor que o Romantismo apregoava já estava sob feroz ataque da realidade da produção capitalista.

Com o fim do século XIX e a chegada do século XX, surgiram novas mídias, como o cinema e o rádio. Nelas já encontramos um processo muito mais rápido de consolidação midiática, devido à maturidade já existente do capitalismo e a experiência prévia do mercado literário. A rápida consolidação dessas mídias pode ser vista na Era de Ouro de Hollywood que começa na década de 1920, menos de trinta anos depois das primeiras exhibições de filmes feitas pelos irmãos Lumière.

A publicidade, um dos pilares fundamentais da indústria cultural, também se desenvolveu rapidamente nas décadas entre o assassinato de Francisco Ferdinando e a queda do Terceiro Reich. As principais mudanças nessa época foram, segundo Raymond Williams, sua legitimação como parte integral da economia capitalista e a utilização de persuasão e sugestão psicológica em vez da informação de qualidades objetivas ao cliente.⁷⁵ Nesse período a publicidade passou a ser utilizada para vender qualquer coisa, inclusive ideologias políticas, tendo parte central em convencer a população europeia a mergulhar nas Forças Armadas no começo do que ficaria conhecido como Primeira Guerra Mundial.

A posição da indústria cultural no sistema econômico capitalista, no entanto, continuava secundária. Quando comparam a indústria cultural com os monopólios do setor produtivo, Adorno e Horkheimer dizem:

*Comparados a esses, os monopólios culturais são fracos e dependentes. Eles têm que se apressar em dar razão aos verdadeiros donos do poder, para que sua esfera na sociedade de massas [...] não seja submetida a uma série de expurgos.*⁷⁶

A expansão da importância da indústria cultural veio com o fim da Segunda Guerra Mundial, graças ao grande aumento populacional, conhecido como *baby boom*, junto de um período de rápido crescimento econômico e expansão da classe média no Primeiro Mundo. O resultado foi o surgimento de um grupo de jovens com renda e tempo livre para gastar, já que não precisavam

75 WILLIAMS, Raymond. **Cultura e Materialismo**. Tradução de André Galser. São Paulo: Editora Unesp, 2011. pp. 244-245

76 ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. **O Iluminismo como Mistificação das Massas** In: ADORNO, Theodor. *Indústria Cultural e Sociedade*. São Paulo: Paz e Terra. 2002. p. 07

trabalhar. Esses adolescentes rapidamente se tornaram o público-alvo de uma nova e mais poderosa indústria cultural, que passou a vender roupas, filmes, livros e músicas especificamente para eles. Já armada de um sistema plenamente industrial de produção e com um complexo publicitário capaz de utilizar os impulsos psicológicos do consumidor ao seu favor, a indústria cultural se tornou uma parte integral da juventude contemporânea.

Esse sistema de negócios, no entanto envolvia um grande problema: a juventude inevitavelmente acaba. E com o fim da juventude diminui-se o lucro, já que os adultos – imaginava-se – utilizariam sua renda disponível com os filhos e outros bens de consumo, perdendo seu ímpeto feroz pelo consumo do complexo transmídia que a indústria cultural havia criado no imediato pós-guerra. Sempre haverá jovens, necessários para a manutenção da espécie humana que são, mas esses são jovens diferentes, que precisarão ser novamente conquistados pela indústria cultural, um trabalho que é arriscado e melhor evitado.

Essa situação mudou nas décadas de 1970 e 1980. Com as sucessivas Crises do Petróleo, a resiliência que a indústria cultural tinha mostrado durante a Crise de 1929 se mostrou útil novamente⁷⁷. Além disso, a ascensão do neoliberalismo nos governos Thatcher e Reagan permitiu o surgimento de táticas publicitárias cada vez mais agressivas. Subitamente, a indústria cultural ganhou mais importância, e uma posição central em todos os aspectos da vida contemporânea, desde a recuperação econômica até ascensão social.⁷⁸ Uma nova geração de consumidores – *baby boomers* e seus filhos – estava pronta para receber uma indústria cultural fortalecida em sua infância e nunca mais deixá-la.

A relação entre a indústria cultural fortalecida e os jogos eletrônicos pode ser vista no caso do Japão, país pioneiro na organização econômica da indústria. Em 1979, animações, conhecidas como *anime*⁷⁹, eram feitas para crianças e muitas eram pouco mais do que elaboradas propagandas de brinquedos. Robôs gigantes, conhecidos como *mechas*, e heróis fantasiados do gênero *tokusatsu* eram os preferidos por sua capacidade de vender muitos bonecos para garotos pré-adolescentes. Foi nesse ano que estreou *Mobile Suit Gundam*, hoje considerada uma das mais clássicas animações japonesas de todos os tempos.

77 Frente às graves perdas que toda a economia tinha sofrido no final da década de 1920, a indústria cultural foi uma exceção, sobrevivendo graças à demanda por entretenimento ocidental. Com a chegada da década de 1930 e a ascensão do fascismo – seguido pela Segunda Guerra Mundial – novamente abriu-se o lucrativo mercado de propaganda estatal, fortalecendo ainda mais a indústria.

78 O crescimento da importância da indústria cultural e da cultura como um todo é visível no livro **A Conveniência da Cultura**, de George Yúdice. Nele, o autor demonstra o processo pelo qual a cultura assumiu uma dimensão central no mundo neoliberal, funcionando como moeda de troca diplomática (o chamado *soft power*), ferramenta de justiça social, estratégia de recuperação econômica, etc. Cada vez mais, a cultura (especialmente aquela produzida pela indústria cultural) assume atribuições que antes cabiam ao domínio da política e da econômica.

79 Pronuncia-se tanto anime quanto animê. A palavra é um encurtamento da palavra inglesa *animation*.

Sua reinterpretação madura dos robôs gigantes da época, conceitualizados como armas de guerra em uma história sobre guerra, conflito geracional, vingança e a (im)possibilidade de superar guerras refletia as ansiedades da geração nascida no Japão pós-guerra e a tornou popular com muitos adultos, apesar de ser um desenho animado para crianças. Infelizmente, o público-alvo não ficou muito satisfeito com os personagens traumatizados ou os temas políticos da obra, os brinquedos oficiais venderam pouco e a série foi cancelada.

Os fãs adultos, no entanto, foram ao socorro da série. Comprando o *merchandising*, mostraram que havia um público-alvo ávido por essa história. O estúdio *Sunrise*, que criou o anime, passou a ser patrocinado pela Bandai, cujos *Gunpla* – modelos dos robôs do desenho que precisavam ser montados – passaram a ser vendidos para adolescentes e adultos. Entre 1981 e 1982, três filmes que compilaram a história de *Gundam* foram lançados, para recepção fervorosa dos fãs, criando uma franquia de sucesso.

Essa não foi a primeira vez que uma produção audiovisual provou que podia agradar um público adulto. Na década de 1960 séries como *Jornada nas Estrelas*, *The Man from U.N.C.L.E* e *Mission: Impossible* já eram fenômenos de popularidade nos EUA, e no mesmo Japão de *Gundam*, *Galaxy Express 999* já era um mangá de sucesso, com uma adaptação em *anime*. *Gundam*, no entanto, é uma prova inequívoca de que adultos não estavam apenas dispostos a assistir mídia que antes era vendida como algo para crianças, mas também a comprar o que ela tinha para vender e levar esse estilo de vida para a vida adulta.

Apontado como um dos pontos centrais da criação da cultura *otaku* – nome dado a indivíduos, geralmente jovens, obcecados com algo, geralmente cultura *pop* – *Gundam* é uma das franquias mais conhecidas, famosas e lucrativas do Japão. Em 2014, Bandai reportou mais de 76.7 bilhões de ienes em vendas de produtos da franquia⁸⁰ e três estátuas em tamanho real foram construídas no Japão. Duas estáticas em Odaiba^{81,82} e uma móvel em Yokohama.⁸³

Os anos 1970 e 1980 foram de crescimento econômico acelerado no Japão. Após décadas de recuperação econômica no pós-2ª Guerra Mundial e o arrefecimento dos movimentos de esquerda radical, o ex-Império se tornou uma nação ocidentalizada controlada por um movimento hegemônico de direita. Entre 1956 e 1993 o Partido Democrático Liberal, de ideologia

80 NITTA, Yuji. **Bandai Celebrates 35 Years of Gundam model kits**. Disponível em: <<https://asia.nikkei.com/Business/Bandai-celebrates-35-years-of-Gundam-model-kits>>. Acesso em 07 mar. 2021.

81 MORRISON, Geoffrey. **Up Close and Personal with Tokyo's 59-foot Gundam Statue**. Disponível em: <<https://www.cnet.com/news/tokyo-59-foot-gundam-statue/#ftag=MSF491fea7>>. Acesso em 07 mar. 2021.

82 BURTON, Bonnie. **Behold Tokyo's New Giant Unicorn Gundam Robot Statue**. Disponível em: <<https://www.cnet.com/news/behold-tokyo-japan-giant-unicorn-gundam-robot-statue/#ftag=MSF491fea7>>. Acesso em 07 mar. 2021.

83 BURTON, Bonnie. **This 25-ton Gundam Robot in Japan Can Move its Arms and Legs**. Disponível em: <https://www.msn.com/en-us/news/technology/new-55000-pound-gundam-robot-in-japan-can-move-its-limbs-like-a-boss/ar-BB17JApj#image=BB17JApj_1|2>. Acesso em 07 mar. 2021.

conservadora, controlou o cargo de primeiro-ministro ininterruptamente, permitindo o fortalecimento das grandes corporações do país.

Nesse contexto, o país se mostrou um prolífico produtor cultural. Após a queda do Império, a indústria literária e audiovisual do país mostrou sua força com o surgimento do *mangá* e do *anime* e o fortalecimento da indústria cinematográfica, que ainda são marcas do *soft power*⁸⁴ japonês. Antes mesmo das reformas neoliberais de Reagan, a indústria cultural japonesa já se mostrava plenamente capaz de adaptar as influências estrangeiras a seu mercado e construir um complexo transmídia notável, servindo ao seu mercado interno.

Quando jogos eletrônicos surgiram nos EUA, o Japão observou atentamente e rapidamente adaptou a nova mídia aos gostos do seu mercado consumidor. Jogos como *Space Invaders*, *Pac-Man*, *Galaga* e *Donkey Kong* mostraram, ainda na Era Atari, o poder japonês sobre os jogos eletrônicos, com produtos de qualidade que conquistaram o gosto do público ocidental. Mais tarde, muitos outros jogos e gêneros surgiram no país oriental; desde os *beat 'em ups* dos fliperamas, aos JRPGs dos consoles e *dating sims* de PCs.

Essa ascensão meteórica não passou despercebida pelos EUA. O Tio Sam e sua população viam aquela estranha ilha oriental, que eles haviam vencido em guerra há tão pouco tempo, como uma ameaça a sua hegemonia capitalista, tal qual a China é hoje no século XXI. Uma nova onda do Perigo Amarelo⁸⁵ atravessou o país, deixando marcas mais ou menos óbvias em sua cultura.

O gênero *cyberpunk*, conhecido por obras como o livro *Andróides Sonham com Ovelhas Elétricas?* escrito por Philip K. Dick em 1968 e sua adaptação cinematográfica, o filme *Blade Runner* (Ridley Scott, 1982), imaginava um futuro japonês, colorido em *neon* e dominado por gigantescas *zaibatsus*. Em uma de suas cenas mais famosas, vemos um grande anúncio com uma gueixa visível sobre a cidade. Além de estereotipar mulheres japonesas como gueixas à *Madame Butterfly*, o filme demonstra como os estadunidenses conceitualizam a possibilidade de seu padrão de beleza ser substituído por outro, estrangeiro. Em *De Volta para o Futuro II* (Robert Zemeckis, 1989), o chefe do Marty McFly adulto (Michal J. Fox) é o Sr. Fujitsu (Jim Ishida), que o demite através de uma videochamada, humilhando-o em frente da família. Na cena, vemos o homem estadunidense ser emasculado na própria casa por um estrangeiro de outra raça.

84 Segundo Joseph Nye, criador do conceito, *soft power* é o tipo de poder que permite a um país fazer com que outros países queiram aquilo que ele quer. Nye compara esse tipo de poder à capacidade de pais influenciarem as crenças dos seus filhos e o associa com recursos como cultura, ideologia e instituições. NYE, Joseph. **Soft Power**. Foreign Policy, nº 80, 1990. pp. 166-167

85 O Perigo Amarelo foi uma onda de preconceito xenofóbico contra pessoas do Leste Asiático que atingiu o Ocidente no final do século XIX e começo do século XX. Essa teoria da conspiração muitas vezes caracterizada os asiáticos como uma “horda”, invocando a imagem das invasões mongóis e é visível em obras como *A Guerra no Ar*, de H. G. Wells. O Perigo Amarelo teve uma ressurgência durante a Segunda Guerra Mundial, quando os japoneses se tornaram o Inimigo nº 1 dos EUA, como podemos ver nas caricaturas racistas das primeiras revistas de *Capitão América*.

É nesse mundo de indústria cultural consolidada e poderosa, de fetichismo, orientalismo, xenofobia e chegada da cultura pop japonesa no cerne do Ocidente que a Nintendo chegou aos EUA. Para entender como esse desenvolvimento se deu e porque ele foi tão importante, no entanto, precisamos compreender como era a indústria dos jogos eletrônicos durante a década de 1970.

Apesar dos diversos protótipos produzidos nas décadas após a Segunda Guerra Mundial, foi apenas na década de 1970 que a indústria dos jogos eletrônicos propriamente dita surgiu. A década de 1960, marcada pelo lançamento de *Spacewar!* viu um desinteresse geral pela possibilidade de transformar a jovem mídia em uma indústria. A tecnologia primitiva da época e o *ethos* artesanal dos primeiros designers fez com que o pioneiro jogo de combate entre espaçonaves ficasse restrito aos laboratórios das universidades.

Essa foi a realidade do jogo eletrônico até 1972, quando a Atari, fundada por Nolan Bushnell e Ted Dabney, dois engenheiros do Vale do Silício influenciados por *Spacewar!*, lançou *Pong*, o primeiro jogo eletrônico de amplo sucesso comercial. Lançado para fliperamas, essa simples simulação de um jogo de tênis de mesa encantou os consumidores com sua jogabilidade simples e rápida, porém divertida, se tornando um sucesso instantâneo. Entre 1972 e 1983, a Atari se tornou a empresa dominante na incipiente indústria dos jogos eletrônicos. A demanda por *Pong* parecia infinita e a empresa se expandia constantemente. Como um atestado de seu sucesso, em 1976 a Atari foi vendida para a Warner Communications por 28 milhões de dólares⁸⁶. A indústria cultural dos EUA percebeu rapidamente a potencial lucratividade do mercado de jogos eletrônicos.

Enquanto isso, no Japão, empresas como Midway, Namco e Taito se formavam, explorando o mercado doméstico de fliperamas. Mais tarde, Nintendo e Sega se juntaram a elas, formando um prolífico cenário para designers de jogos e jogadores também no mercado de consoles domésticos. Nessa época, o Japão ainda não dominava os EUA com seus jogos, mas deu mostras de sua força com fenômenos como *Space Invaders* (Taito, 1978) e *Galaga* (Namco, 1981).

Nos EUA, a Atari começou a produção de seu primeiro console doméstico, o Atari 2600. Com ele, se podia jogar *Pong*, *Space Invaders* e outros jogos que fizeram sucesso nos fliperamas no conforto de sua casa. O lançamento do console foi possibilitado pelo lançamento de diversos microprocessadores muito mais baratos do que anteriormente.⁸⁷

O sucesso da Atari, no entanto, não se traduziu em hegemonia automaticamente. Com *Pong* e outros jogos de fliperama engolindo moeda atrás de moeda, empresas como Fairchild e RCA decidiram investir no mercado de consoles e conseguiram colocar seus produtos na mão dos consumidores antes mesmo da empresa pioneira. Além disso, indivíduos pouco escrupulosos e

86 DONOVAN, Tristan. **Replay: The History of Video Games**. Lewes: Yellow Ant Media. 2010. Posição 1238

87 SANTO, Brian. **The Consumer Electronics Hall of Fame: Atari 2600**. Disponível em: <The Consumer Electronics Hall of Fame: Atari 2600 - IEEE Spectrum >. Acesso em 09 mar. 2021

empresas menores copiavam os jogos da Atari, levando a uma corrida por inovação no mercado. No fim os competidores falharam e ultimamente a pioneira reaveria sua supremacia, mas o atraso do lançamento do console Atari 2600 marcou uma ruptura definitiva entre Bushnell e a administração da Warner.

As versões divergem – a história oficial diz que Bushnell foi demitido e o fundador da empresa diz que se demitiu – mas sabemos que o estilo Atari de administração, marcado por absoluto relaxamento no ambiente de trabalho (até mesmo ao ponto da administração ignorar o uso de drogas ilícitas por parte de seus empregados)⁸⁸ e busca por inovação constante no design de jogos foi definitivamente expulso da empresa. Entra em cena Ray Kassar, novo CEO apontado pela Warner, inserindo a Atari completamente na indústria cultural da época.

Kassar era desprezado pelos desenvolvedores e a recíproca era verdadeira. A Atari não dava crédito aos designers e Kassar ficou famoso por desmerecer os empregados, chamando-os de *High-Strung Primma Donnas* (Divas Metidas a Besta, em tradução livre) quando eles foram reclamar seus direitos. O resultado foi um êxodo de desenvolvedores da Atari e a fundação da Activision, aumentando a competição no mercado.⁸⁹

Fundada por ex-empregados insatisfeitos da Atari, a Activision passou a produzir jogos para o Atari 2600, excedendo bastante a qualidade dos produzidos pela própria empresa-mãe. Houve uma disputa judicial, com a Atari alegando que os seus ex-empregados estavam utilizando conhecimento sigiloso adquirido no ambiente de trabalho para competir com seus ex-patrões, mas a Activision venceu. O resultado estabeleceu um precedente que abriu os portões do console para o mercado como um todo.

O que se sucedeu foi um desastre. Entre os jogos medíocres produzidos pela Atari aos borbotões⁹⁰, a competição legítima e as inumeráveis cópias fuleiras produzidas por dezenas de competidoras, o mercado foi inundado. O valor de cada jogo diminuiu, como se espera, já que a demanda não conseguia absorver a oferta, mas houve um problema ainda maior: como jogos eletrônicos eram ainda muito recentes, a maioria dos consumidores não sabia diferenciar entre uma cópia fajuta e o ápice da tecnologia da época.

Ao fim e ao cabo, a confiança do consumidor foi ao chão. As fabricantes de cartuchos pararam de ter prejuízo por vender seus cartuchos abaixo do preço de mercado e passaram a

88 KENT, Steven. **The Ultimate History of Video Games: From Pong to Pokémon and Beyond – The Story Behind the Craze That Touched Our Lives and Changed the World.** Nova Iorque: Three Rivers Press. 2001. P. 52

89 DONOVAN, Tristan. **High-Strung Primma Donnas.** In: *Replay: The History of Video Games.* Lewes: Yellow Ant Media. 2010.

90 O planejamento da Atari era tão deficitário que a empresa produziu mais cartuchos de Pac-Man para o Atari 2600 (em si uma versão bem inferior à do fliperama) do que havia consoles no mercado. Os executivos imaginavam que os consumidores comprariam o console apenas para poder jogar Pac-Man.

simplesmente não conseguir vendê-los. Milhões de cartuchos encaharam nas lojas, e o lançamento de *E.T.* (Atari, 1982)– um jogo cheio de *bugs* que foi produzido a toque de caixa e é coloquialmente conhecido como “o pior jogo da história” – tratou de selar o caixaõ. Em 1983, a indústria quebrou.⁹¹

Em apenas um ano, a Atari perdeu 536 milhões de dólares.⁹² Dezenas de pequenas empresas fecharam e jogos eletrônicos passaram a ser vistos como uma moda passageira pela maioria da população dos EUA. Por causa do desastre que foi o *crash* de 1983, a Atari – empresa pioneira nos jogos eletrônicos para consoles no Ocidente – não foi capaz de organizar a indústria dos jogos eletrônicos. De vanguardista, hoje é uma nota apontando para o quão primitivos eram os jogos e a organização econômica da primeira década dos jogos eletrônicos enquanto produto comercial.

2.2 O Sistema Nintendo

Os desafios a serem enfrentados pela empresa japonesa eram enormes. Mais do que se tornar dominante em um mercado estrangeiro, era necessário reinventar o mercado de consoles domésticos nos EUA. A Nintendo percebeu, no entanto, que a crise de 1983 não significou a morte no interesse das crianças por jogos, mas sim o fim da confiabilidade da indústria, levando a uma queda vertiginosa nas vendas. Para consertar esse problema, foi desenvolvido um sistema baseado em três características:

- Criação e manutenção de uma marca fortemente controlada;
- Criação e manutenção de um público-alvo fortemente controlado;
- Centralização do controle sobre a distribuição dos jogos;

Esses pontos, que em conjunto chamo de Sistema Nintendo, não são novos. O cuidado extremo com o controle do mercado e – principalmente – da resposta emocional do cliente aproxima a Nintendo da Disney, enquanto o controle de toda a cadeia de produção tinha precedente nos estúdios da Era de Ouro de Hollywood. Seu nome, no entanto, se deve à importância que teve no desenvolvimento da indústria dos jogos eletrônicos. Vejamos como cada um de seus pontos foi desenvolvido, começando pela marca.

91 KENT, Steven. **The Fall.** In: **The Ultimate History of Video Games: From Pong to Pokémon and Beyond – The Story Behind the Craze That Touched Our Lives and Changed the World.** Nova Iorque: Three Rivers Press. 2001.

92 KENT, Steven. **The Ultimate History of Video Games: From Pong to Pokémon and Beyond – The Story Behind the Craze That Touched Our Lives and Changed the World.** Nova Iorque: Three Rivers Press. 2001. P. 240

2.2.1 Desenvolvimento e controle de marca

Em seu livro *Marca, Valor do Intangível: Medindo e Gerenciando seu Valor Econômico*, Gilson Nunes e David Haigh definem marca como:

*a empresa após esta relacionar-se com seus stakeholders, incluindo consumidor; distribuidor; canal de venda, governo, fornecedor; formador de opinião, mídia, entre outros. Assim, marca representa o valor criado para esses públicos após a experiência deles com ela. A empresa vem antes da marca e ela pode criar ou não valor. Não saberemos se e como ela cria valor apenas após avaliar o valor de sua marca.*⁹³

Segundo os autores, houve uma mudança no sistema de valores global durante o século XX, indo de uma comunidade que valorizava a acumulação de riquezas (hegemônica entre a Grande Depressão e a década de 1980) para uma que busca formar uma comunidade de significados. Segundo eles, houve um período de 12 anos durante as décadas de 1980 e 1990 na qual as instituições da sociedade ocidental perderam sua credibilidade frente a população e as comunidades passaram a buscar pertencimento mais do que a acumulação de riquezas.⁹⁴

Podemos ver, portanto, que a criação de uma marca leva as dinâmicas de compra e venda centrais para o capitalismo para a dimensão da subjetividade do consumidor. A relação com os chamados *stakeholders* é mediada pelos produtos da empresa, cuja existência é objetiva, mas a marca em si é subjetiva, sendo o valor da experiência que foi criada por ela. Um restaurante de frutos do mar pode servir uma comida excelente, mas sua marca terá pouco valor para uma pessoa que não goste de frutos do mar. Para alguém que seja alérgico a esse tipo de comida, o valor será negativo.

Os autores apontam como as empresas podem ajudar de forma construtiva no estabelecimento dessa comunidade de significados, especialmente diante da descrença generalizada da população em relação a outras instituições, como Estado e Igreja.⁹⁵ Nesse sentido, o surgimento da marca é relacionado com a virada da publicidade que ocorreu no começo do século XX e foi descrita por Raymond Williams⁹⁶, sendo sustentado pelo complexo publicitário típico do capitalismo atual.

Como descreve Williams, a marca e o produto são completamente desconectados. Em vez de discutir as qualidades inerentes ao produto que está sendo vendido, a construção de uma marca forte

93 NUNES; HAIGH. **Marca, Valor do Intangível: Medindo e Gerenciando seu Valor Econômico**. Ed. Atlas. p. 52

94 *Ibidem*. p. 48

95 *Ibidem*. pp. 50-54

96 WILLIAMS, Raymond. *Publicidade: o sistema mágico*. In: WILLIAMS, Raymond. **Cultura e Materialismo**. São Paulo: Editora Unesp, 2011

busca criar uma impressão subjetiva no consumidor, de modo a controlar sua resposta emocional à exposição ao produto. Por isso, possuir uma marca forte é um benefício para qualquer empresa e pode até mesmo abrir novas oportunidades de negócios.

Mais proeminente ainda no funcionamento da marca é o obscurecimento do processo de análise racional do produto. Nunes e Haigh apontam que o fim do que chamam de *comunidade das riquezas* significa um movimento de distanciamento em relação às teorias liberais produtivistas de teóricos como Adam Smith⁹⁷. O interessante é notar que Smith, dentre outros teóricos liberais, apregoava a primazia da análise racional durante o processo de consumo. Com o estabelecimento de uma marca e o avanço sistêmico delas sobre um sistema de significado que antes era suprido por Estado e Igreja, o *homo economicus* é derrotado pela própria iniciativa capitalista⁹⁸. A análise objetiva é substituída ou complementada por uma espécie de lealdade subjetivista, que pauta como os consumidores se relacionarão com o produto.

Como o objetivo da Nintendo era criar uma relação pautada na confiança, era preciso deixar clara a preocupação da empresa com a ideia. Isso foi feito de duas formas: a primeira foi a criação de jogos desenvolvidos pela própria Nintendo (*first-party*) de altíssima qualidade. Não à toa a geração dos 8-bits ficou marcada por jogos como *Super Mario Bros.* (Nintendo, 1985), *The Legend of Zelda* (Nintendo, 1986) e *Metroid* (Nintendo, 1986), que se tornariam marcos da mídia. A preocupação com a qualidade da jogabilidade de seus jogos é conhecida até hoje, ao ponto em que as gerações dos 8-bits e 16-bits são igualadas à própria Nintendo.⁹⁹

O segundo ponto central foi demonstrar a preocupação da empresa com qualidade em jogos publicados por outras empresas, com as quais a Nintendo tinha contratos de exclusividade (mais sobre o tema no tópico 2.1.3), conhecidas como *second-party*. Para isso, havia um controle de qualidade, medida inédita na indústria, e o Selo Nintendo de Qualidade, exibido no topo da caixa dos jogos.

Com essas duas medidas, era praticamente impossível que um consumidor não soubesse quais eram os melhores jogos disponíveis para o *Nintendo Entertainment System* ou os consoles que lhe sucederam. Quando em dúvida, a melhor escolha era um jogo desenvolvido pela própria Nintendo ou que levasse seu Selo de Qualidade na caixa. Isso não significa dizer, obviamente, que jogos ruins ou medíocres não tivessem sido vendidos para o *NES*, e sim que quando os consumidores pensavam

97 NUNES; HAIGH. **Marca, Valor do Intangível**: Medindo e Gerenciando seu Valor Econômico. Ed. Atlas. p. 31

98 NUNES; HAIGH. *Marca, Cultura e Propósito Corporativo*. In: NUNES; HAIGH. **Marca, Valor do Intangível**: Medindo e Gerenciando seu Valor Econômico. Ed. Atlas.

99 Em seu relato sobre porque decidiu desenvolver *Shovel Knight*, que utiliza a estética da época, o desenvolvedor David D'Angelo comentou: "Entrei para a indústria para fazer jogos da Nintendo". SCHREIER, Jason. **Sangue, Suor e Pixels**. Tradução Guilherme Kroll. 1ª ed. Rio de Janeiro: Harper Collins, 2018. p. 163

em Nintendo sua mente se movia para os melhores jogos disponíveis para a plataforma, não para o mar de jogos medíocres e falhas espetaculares do Atari 2600.

Confiança, no entanto, não é apenas sobre a qualidade técnica dos jogos, mas também sobre a sua qualidade moral frente aos pais estadunidenses, que controlavam o entretenimento de seus filhos. A Nintendo buscou construir para si a imagem de uma empresa que desenvolvia e distribuía bons jogos *para toda a família*. Isso significou controlar e até mesmo remover completamente certas partes de jogos que poderiam ser consideradas ofensivas para o público dos EUA, como violência gráfica, referências a sexo e referências religiosas.

Essas escolhas incluem desde a mudança de nomes e imagens de inimigos em jogos como *Final Fantasy VI* (Squaresoft, 1994), lançado nos EUA originalmente com o título de *Final Fantasy III*¹⁰⁰, para evitar a associação com figuras religiosas, até quais jogos eram promovidos como carros-chefe da empresa, dando preferência a mascotes amigáveis, como Mario e Kirby.¹⁰¹ Violência era permitida, desde que abstrata e sanitizada. Um jogo como *Doom*, pioneiro nos FPSs nos PCs, nunca apareceria em um console Nintendo devido a sua iconografia satânica e jogabilidade ultraviolenta.¹⁰²

Um exemplo célebre foi o lançamento do jogo *Mortal Kombat* (Midway Games, 1992). Desenhado por Ed Boon e John Tobias, o jogo utilizou a mesma jogabilidade base do clássico *Street Fighter II: The World Warrior* (Capcom, 1992) para criar um dos primeiros jogos de luta estadunidenses de grande sucesso. O que lhe diferenciava do competidor japonês eram seus personagens, cujos *sprites* 2D foram modelados com uso da captura de movimento, e sua violência.

O ápice da violência da série é o *Fatality*, golpe que só pode ser executado com uma combinação específica de botões após o adversário ser derrotado e mata o oponente em uma demonstração de violência grotesca. O jogo fez sucesso nos fliperamas e depois foi lançado para dois consoles domésticos: o *Super Nintendo Entertainment System* e o *Mega Drive* (conhecido como *Sega Genesis* na América do Norte). O resultado foi um pânico moral iniciado pela decisão do Senador Joseph Lieberman (Democrata/Connecticut) de levar Nintendo e Sega ao Congresso dos

100 O último chefe de *Final Fantasy VI* é enfrentado em quatro estágios, representando a ascensão dos personagens em direção ao vilão/Deus louco Kefka. O terceiro estágio envolve uma luta com dois inimigos inspirados na figura da *Pietà. Lady*, que é semelhante a Nossa Senhora, teve parte dois seios coberta para esconder um decote na versão estadunidense.

101 Curiosamente, Kirby é um exemplo de personagem que ficou mais violenta com a sua chegada aos EUA. Essa fofa bola rosa, sempre amigável no marketing japonês, aparece com características muito mais bravias no marketing estadunidense. A *Nintendo of America* provavelmente não confiava no Kirby fofo do Japão para atrair os dólares dos garotos que eram seu público-alvo.

102 Naturalmente, a marca Nintendo mudou ao longo dos últimos 40 anos. Como prova disso, os jogos *DOOM* (2016) e *DOOM Eternal* estão disponíveis para compra no *Nintendo Switch*, com toda sua violência e satanismo.

EUA para explicar porque jogos como *Mortal Kombat* e *Night Trap* (Digital Pictures, 1992) estavam sendo vendidos para um público de crianças e pré-adolescentes.¹⁰³

O resultado foi perigoso para a Sega, mas foi visto como uma oportunidade pela Nintendo. Isso porque, mantendo sua reputação como a empresa adequada para a família, a Nintendo apenas lançou uma versão censurada de *Mortal Kombat*, sem *Fatalities* ou sangue.¹⁰⁴ A Sega, por sua vez, tinha lançado a versão completa, seguindo sua marca mais adolescente. Esse exemplo, já da quarta geração de consoles, quando a Nintendo já tinha perdido seu monopólio no mercado de consoles domésticos nos EUA, ilustra como a constituição da marca influencia o mercado artístico.

Com o tempo, o envelhecimento dos jogadores e a entrada de competidores no mercado, a marca da Nintendo foi se enfraquecendo. Jogos violentos, como *DOOM* (2016), e com teor sexual, como *Hades*, agora são lançados para o *Nintendo Switch*. Microsoft, Nintendo e Sony, as três grandes fabricantes de consoles em 2021, distribuem essencialmente os mesmos jogos. A marca, no entanto, continua sendo fundamental para que os jogadores decidam qual console comprar: Microsoft para jogos “ocidentais”, Sony para jogos “japoneses” e Nintendo para “jogos para toda a família”.

2.2.2 Criação e controle do público-alvo

Nos parágrafos anteriores tratamos do pânico moral causado pelo lançamento de *Mortal Kombat* para consoles domésticos. O escândalo foi motivado não apenas pela violência do jogo, com seus desmembramentos, decapitações e chuvas de sangue, mas também pelo fato de que o público consumidor desses jogos era, em sua maioria, formado por crianças. Hoje em dia isso parece normal, porém a relação entre crianças e jogos eletrônicos não tem nada de natural. Nos seus princípios, jogos eletrônicos só podiam ser acessados por um público adulto e especializado, restrito aos laboratórios de universidades como o Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT). Com o surgimento da indústria de jogos eletrônicos, eles se mudaram do ambiente acadêmico para o fliperama, um lugar estigmatizado como antro de delinquência e marginalidade¹⁰⁵. Houve, portanto,

103 KENT, Steven. **The Ultimate History of Video Games: From Pong to Pokémon and Beyond – The Story Behind the Craze That Touched Our Lives and Changed the World.** Nova Iorque: Three Rivers Press. 2001. P. 467

104 KENT, Steven. **The Ultimate History of Video Games: From Pong to Pokémon and Beyond – The Story Behind the Craze That Touched Our Lives and Changed the World.** Nova Iorque: Three Rivers Press. 2001. P. 467

105 “Mais de trinta anos tinham passado desde o sucesso da cruzada de Fiorello LaGuardia para fechar os fliperamas de Nova Iorque, mas o estigma do crime organizado ainda afetava os negócios de entretenimento operados por moedas”. KENT, Steven. **The Ultimate History of Video Games: From Pong to Pokémon and Beyond – The Story Behind the Craze That Touched Our Lives and Changed the World.** Nova Iorque: Three Rivers Press. 2001. P. 50

uma mudança considerável entre 1972 e 1993 para que os jogos eletrônicos passassem a ser considerados “coisa para criança”.

Além disso, entre 1972 e 1983, a indústria dos jogos eletrônicos era – da perspectiva do público consumidor – populada tanto por homens quanto por mulheres. Não que a indústria fosse particularmente receptiva ao público feminino, tendo sido derivada das faculdades de engenharia e ciências exatas, até hoje espaços majoritariamente masculinos, mas ainda não havia a percepção de jogos eletrônicos serem uma mídia feita unicamente para homens.

Apesar da maioria de homens fazendo e vendendo jogos eletrônicos e da fama de fliperamas como lugares insalubres e masculinos, os jogos dessa época faziam sucesso com o público feminino. *Pac-Man*, por exemplo, era tão popular entre as mulheres que ganhou uma sequência diretamente vendida para elas, *Ms. Pac-Man*.¹⁰⁶

No mercado de consoles domésticos, a “masculinização” – ou melhor, “meninização” – dos jogos eletrônicos também não era realidade ainda. Podemos ver, através de propagandas da época, que os jogos da Atari não eram vendidos para crianças, e sim para a família.¹⁰⁷ Faz sentido, considerando-se a aposta que era comprar uma máquina cara para a qual não havia nenhum precedente. Se alguém fosse gastar dinheiro suficiente para comprar um eletrodoméstico em um produto de entretenimento, era preciso maximizar a utilidade adquirida na compra.

Isso também significa que os jogos eram feitos para ambos os sexos. Obviamente, boa parte dos jogos dessa época eram muito primitivos ou simples versões digitais de jogos tradicionais. Era inviável tentar calcar algo como *Pong* nos estereótipos de gênero vigentes na época. Mesmo com a complexificação dos visuais, jogos como aqueles feitos pela Activision não eram particularmente para meninas ou meninos, como argumenta Tracey Lien usando o exemplo de Carol Shaw, primeira designer mulher contratada pela Atari e programadora de *River Raid*.¹⁰⁸

Mas a crise veio, como já falamos diversas vezes, e com ela veio a Nintendo, buscando (re)organizar o mercado. Parte dessa reorganização foi a criação de um novo público-alvo para seus jogos. Aqui entende-se como público-alvo a fatia de consumidores que uma empresa pretende alcançar com seus produtos. Pode-se, por exemplo, delimitá-lo por renda, como no caso de produtos de luxo; talvez a delimitação seja por idade, como no caso de livros, divididos entre infantis, juvenis e adultos; em certos casos, é por sexo, como no caso de produtos farmacêuticos como lâminas de barbear e preservativos.

106 DeMARIA, Rusel. **High Score! The Illustrated History of Electronic Games**. 3ª ed. Boca Raton: CRC Press. p. 82

107 LIEN, Tracey. **No Girls Allowed**. Disponível em: <<https://www.polygon.com/features/2013/12/2/5143856/no-girls-allowed>>. Acesso em 09 mar. 2021

108 *Idem*. Acesso em 09 mar. 2021

Geralmente o público-alvo é escolhido a partir da intersecção de uma série de parâmetros: idade, sexo, renda etc. Uma delimitação exata depende de um estudo de caso, comum na área de Propaganda e Marketing, mas o importante para compreender o que ocorreu com a indústria dos jogos eletrônicos é que uma empresa deseja ter um público-alvo que não esteja plenamente satisfeito com as opções disponíveis no mercado. Mais importante ainda, é absolutamente necessário ter um público-alvo e saber se o público pretendido e o público atendido são os mesmos.

Isso porque a existência de um público-alvo claramente delimitado facilita todos os processos necessários para a conclusão da venda: o produto pode ser especificamente feito para o consumidor ideal, levado aos locais onde é mais provável que ele frequente, precificado de acordo com sua renda etc. Acima de tudo, o produto pode ser vendido de acordo, através de campanhas de marketing desenhadas para explorar as preferências e vulnerabilidades psicológicas dos potenciais consumidores. A liberdade que os designers de jogos eletrônicos sentiam antes da chegada da Nintendo aos EUA era sintomática do grau de amadorismo que ainda imperava na indústria.

A escolha de público-alvo da Nintendo foi baseada em gênero seguindo as normas das lojas de brinquedos da época, que eram completamente segregadas segundo esse parâmetro. Além de determinar que os consoles da empresa seriam vendidos para garotos, uma faixa etária, em torno de 8 a 14 anos, também foi escolhida. A partir daí, a Nintendo começou uma grande campanha de marketing transmídia, indo desde anúncios até a criação de uma revista própria, a *Nintendo Power*, com anúncios de novos jogos e dicas para exclusivos Nintendo. Esse processo foi descrito por Tracey Lien em sua reportagem *No Girls Allowed* para a revista eletrônica *Polygon*.¹⁰⁹

A definição de um público-alvo é um processo que parece pequeno e normal para qualquer indústria, mas que teve um impacto tremendo na forma como o público em geral concebe jogos eletrônicos. Tendo um monopólio sobre a venda de consoles domésticos nos EUA, a Nintendo se tornou sinônimo da mídia para milhões de pessoas, já que os computadores pessoais (PCs) eram muito caros e especializados e os fliperamas não eram acessíveis para muitas crianças. Isso significa que, durante esse período, o público-alvo da Nintendo se tornou o público-alvo de jogos eletrônicos como um todo.

O resultado dessa escolha foi a cristalização rápida do jogo eletrônico em torno de um modelo centrado em satisfazer esses garotos jovens. Nada de violência ou sexo, que poderia ofender os pais, mas também nada de jogabilidade demasiado complexa ou lenta, jogos baseados em texto, e – principalmente – nada feito “para garotas”. Mais do que preferência por garotos, fica claro que a escolha desse público-alvo foi baseada na rejeição de coisas consideradas femininas, inclusive de potenciais jogadoras.

109 *Idem*. Acesso em 09 mar. 2021

A rejeição – inclusive violenta – à feminilidade no jogo eletrônico culminou três décadas depois da chegada da Nintendo ao mercado ocidental. Em 2014, começou o movimento de assédio em massa conhecido como *GamerGate*, uma campanha de assédio virtual em massa na qual a desenvolvedora de jogos Zoë Quinn, acusada pelo ex-namorado Eric Gjoni de ter trocado sexo por resenhas positivas para o seu jogo, *Depression Quest*¹¹⁰. Comandada por uma minoria de *gamers*, seus principais alvos eram jornalistas, críticos (especialmente a crítica feminista Anita Sarkeesian), experiências digitais que eles não consideraram dignos (como o jogo *Gone Home*)¹¹¹, e supostos *outsiders* comandados pela “esquerda global” em uma missão de destruir a comunidade *gamer* politizando o hobby.

O fato de que a campanha de assédio tinha como principais alvos pessoas que eram consideradas estrangeiras à comunidade *gamer* (jornalistas, críticos, jogadores “casuais”, mulheres, jogos experimentais) deixa claro que o objetivo do *Gamergate* não era “ética no jornalismo de jogos” como seus proponentes argumentavam, e sim a manutenção do status de *gamer* como pertencente a uma comunidade estratificada e com participação exclusiva. Em suma, seu objetivo era manter aqueles que eram diferentes deles fora da comunidade.¹¹²¹¹³

Além disso, jogos eletrônicos em si foram atacados. Jogos experimentais, os chamados “simuladores de caminhada” e jogos narrativos foram todos alvos. Para a mentalidade do *Gamergate*, a medida real do que constituiria um jogo não eram definições acadêmicas como as de Huizinga e Caillois, e sim sua capacidade de excluir *outsiders* através de desafios de coordenação motora.

110 GJONI, Eric. **thezoepost**. Disponível em: <<https://web.archive.org/web/20170923202726/https://thezoepost.wordpress.com/>>. Acesso em 04 jan. 2021.

111 *Gone Home* segue a história de uma mulher que volta à casa da família, descobrindo-a vazia. A partir daí, o jogador a controla, buscando descobrir o que aconteceu com a família, a mulher e a relação entre ambos. Sua jogabilidade não apresenta combate ou quebra-cabeças, codificando o chamado gênero de “simulador de caminhada”. O jogo foi virulentamente atacado por *Gamergaters* como um “não-jogo”, pela falta de conflito, perigo e desafios mecânicos e também por abordar temas LGBT. Para os *Gamergaters*, isso significava que o jogo seria uma espécie de “invasão” conduzida por SJWs que não seriam “bons o suficiente” para “jogar jogos de verdade”.

112 *Gamergate* se tornou algo tão grande que foi tema de diversos veículos midiáticos *mainstream*, como TechTudo: PERSICHETO, Renata. **O que é Gamergate e por que você se importaria com ele**. Disponível em: <<https://tecnoblog.net/174053/o-que-e-gamergate-estudio-pax-east/>>; Época: CARRERA, Isabella; CISCATI, Rafael. **GamerGate e a guerra contra as mulheres nos videogames**. Disponível em: <<https://epoca.globo.com/vida/noticia/2014/11/bgamergateb-e-guerra-contra-mulheres-nos-videogames.html>>; *The Washington Post*: DEWEY, Catitlin. **The only guide to Gamergate you will ever need to read**. Disponível em: <<https://www.washingtonpost.com/news/the-intersect/wp/2014/10/14/the-only-guide-to-gamergate-you-will-ever-need-to-read/>>; *Vox*: ROMANO, Aja. **What we still haven't learned from Gamergate**. Disponível em: <<https://www.vox.com/culture/2020/1/20/20808875/gamergate-lessons-cultural-impact-changes-harassment-laws>>; o jornal britânico *The Guardian* tem uma seção inteira sobre Gamergate, disponível em: <<https://www.theguardian.com/games/gamergate>>. Todos os acessos em 04 jan. 2021.

113 O Gamergate também foi tema de trabalhos acadêmicos como O acontecimento foi inclusive tema de trabalhos acadêmicos como GOULART, Lucas; NARDI, Henrique Caetano. **GAMERGATE: cultura dos jogos digitais e a identidade gamer masculina**. Revista Mídia e Cotidiano, Artigo Seção Livre. Volume 11, Número 3, dezembro de 2017

É nesse momento que a comunidade *gamer* se divide, com muitos de seus antigos membros evitando utilizar essa alcunha para não serem identificados com os reacionários que tornaram a palavra um símbolo de honra e status. Essa divisão foi aprofundada por diversos esforços da extrema-direita de se apropriar dessas comunidades. Comandados pelo propagandista Steve Bannon, esses esforços se tornaram paradigmáticos no esforço da chamada *alt-right* em recrutar jovens para suas ideologias e tornaram relevantes figuras como Milo Yiannopoulos, propagandista de extrema-direita.¹¹⁴

O processo de radicalização da comunidade *gamer* foi longo e complexo, e as campanhas de assédio vividas por Quinn, Sarkeesian e outras mulheres que desenvolvem ou criticam jogos eletrônicos não foram a intenção da Nintendo ou sua culpa exclusiva.¹¹⁵ Podemos ver, no entanto, que a criação da comunidade *gamer* e sua atrelação à masculinidade de seus jogadores devem muito à empresa japonesa e suas campanhas de marketing.

Em seu livro *O tempo das Tribos*, o sociólogo francês Michel Maffesoli argumentou que a humanidade estaria se movendo para a pós-modernidade, e que isso significaria o abandono de comunidades centradas em objetivos racionais em prol de comunidades orgânicas. Maffesoli chamou essas novas comunidades pós-modernas de “tribos urbanas”, dentre as quais podemos incluir os *gamers*. Esse conceito não é comumente utilizado por historiadores, mas se tornou popular entre sociólogos e antropólogos, dentre outras áreas do conhecimento nas quais as tribos urbanas aparecem de forma menos recorrente, como Propaganda e Marketing.

Em outro trabalho, intitulado *Social e Socialidade nos Jogos Eletrônicos e E-sports: A História do Campeonato Brasileiro de League of Legends*¹¹⁶, questioneei o quanto dessa comunidade foi realmente criada organicamente e o quanto foi ação da indústria dos jogos eletrônicos. Analisando a história do Campeonato Brasileiro do popular jogo *League of Legends*, concluí que boa parte dessa comunidade havia sido moldada pelas ações da *Riot Games*, desenvolvedora e distribuidora do jogo.

O estudo da chegada da Nintendo ao território estadunidense expande o escopo da discussão para além de *League of Legends*, chegando ao cerne da comunidade *gamer* como um todo. Sabemos

114 SNIDER, Mike. Steve Bannon learned to harness troll army from 'World of Warcraft'. Disponível em: <<https://www.usatoday.com/story/tech/talkingtech/2017/07/18/steve-bannon-learned-harness-troll-army-world-warcraft/489713001/>>. Acesso em 04 jan. 2021.

115 Ironicamente, no ano de 2014 a Nintendo era uma das empresas que mais havia se afastado do público-alvo exclusivamente masculino comumente associado aos jogos eletrônicos. O *Nintendo Wii* foi vendido como um console para toda a família, com jogos exclusivos que priorizavam a interação entre jogadores no mesmo espaço e jogabilidade simplificada, na contramão da indústria. Também foi o console mais vendido de sua geração, graças ao preço baixo e apelo amplo.

116 SILVA, Pedro Henrique da Costa e. **Social e Socialidade nos Jogos Eletrônicos e E-sports: A História do Campeonato Brasileiro de League of Legends**. Trabalho de Conclusão de Curso em História pela Universidade Federal Fluminense.

que as campanhas de marketing dessa empresa foram centrais para estabelecer o público-alvo de jogos eletrônicos. Nos cabe perguntar, portanto, o quanto da comunidade *gamer* emergiu não como uma tribo urbana potencialmente revolucionária como descreveu Maffesoli, mas sim como uma tribo que é fundamentalmente a expressão do público cativo de grandes corporações que, mais tarde, se tornaram ou seriam incorporadas por transnacionais assim como os outros ramos do entretenimento. A resposta para essa pergunta pode revelar que muito do que se considera um *gamer*, muito do que se considera um *videogame* hoje em dia se deve não a decisões artísticas ou a características inerentes da mídia, mas às dinâmicas industriais do capitalismo pós-2ª Guerra Mundial, seja ele o estado keynesiano ou o neoliberalismo.

2.2.3 Centralização do controle sobre a produção e distribuição de jogos

Até agora abordamos a criação de dois aspectos centrais para o funcionamento de uma empresa: a marca e o público-alvo. Apesar de incrivelmente importante, ambas se referem a etapas que poderíamos chamar de preparatórias; tratam daquilo que uma empresa precisa ter se quiser começar a competir no mercado, mas não da forma ela organiza sua produção ou distribuição.

Nesse tocante, o objetivo da Nintendo era o mesmo do abordado anteriormente: acima de tudo, evitar que a crise de 1983 se repetisse. Compreendendo que a crise foi causada pela falta de confiança dos consumidores, a empresa japonesa utilizou sua marca para persuadir o público-alvo de sua confiabilidade, como explorado nos pontos 2.1.1 e 2.1.2. A falta de confiança do consumidor, por sua vez, foi causada por uma avalanche de títulos de baixa qualidade que inundaram o mercado. Para impedir que essa desconfiança crônica voltasse, portanto, era necessário garantir que uma crise de superprodução não se repetisse.

Antes da sua entrada no mercado estadunidense, a Nintendo já era a empresa dominante do mercado de consoles domésticos japoneses. O sucesso estrondoso de seu *Famicon*, nome original no *NES*, cujos jogos como *The Legend of Zelda*, *Final Fantasy* (Squaresoft, 1987) e *Dragon Quest* (Chunsoft, 1986), tinham tomado o mercado japonês de assalto, tornaram a empresa a força hegemônica na Terra do Sol Nascente. O resultado, segundo Tristan Donovan, foi que “a Nintendo transformou a indústria japonesa de jogos em um Estado-cliente. Suas licenças eram escravos da vontade da Nintendo”.¹¹⁷ Essas licenças eram “draconianas”, segundo depoimento de Trip Hawkins, fundador da *Electronic Arts* citado por Donovan.¹¹⁸ Ditavam quantos jogos podiam ser desenvolvidos por ano e quantos cartuchos poderiam ser produzidos para cada jogo. Mais do que isso, a Nintendo

117 DONOVAN, Tristan. **Replay**: The History of Video Games. Lewes: Yellow Ant Media. 2010. Posição 3059

118 DONOVAN, Tristan. **Replay**: The History of Video Games. Lewes: Yellow Ant Media. 2010. Posição 3100

havia colocado um chip de segurança que impedia que empresas não-licenciadas desenvolvessem jogos para o *Nintendo Entertainment System*.

O resultado foi que a empresa passou a ter o completo controle da produção e distribuição dos jogos para os seus consoles. Considerando-se que ela tinha o monopólio sobre o mercado de consoles domésticos nos EUA nessa época, isso significa que todo o mercado de consoles era produzido e distribuído por uma única empresa. Mais do que definir como a população deveria perceber sua marca, a Nintendo era a única julgadora de oferta e demanda no mercado, o que levou a uma falta crônica de NESs, que a Nintendo se recusava a suprir de uma vez por medo de inundar o mercado, e também para aumentar o valor de seu produto através de escassez artificial.

Os acordos de licenciamento transformaram a Nintendo na controladora de fato da indústria. Sem seu aval, nenhuma desenvolvedora de jogos poderia ter seu produto distribuído, e sem a sua boa vontade, jogos vendidos teriam seus números estrangulados a menos que fossem sucessos estrondosos. Com a chegada de competidoras ao mercado, a força da Nintendo diminuiu ao ponto em que, na nona geração de consoles, contratos de exclusividade são uma escolha firmada entre desenvolvedores e distribuidores, não uma obrigação.

As grandes distribuidoras de jogos eletrônicos, no entanto, ainda exercem um controle incrível sobre o mercado. O sistema utilizado pela Nintendo nunca chegou a ser imitado, de tão invasivo que era, mas variações suas permaneceram no mercado, especialmente o de consoles domésticos. Nas sétima, oitava e nona geração de consoles, apenas três empresas efetivamente produziam consoles; o Sistema Nintendo não durou muito, mas tornou, até os dias atuais, o mercado de consoles domésticos em um oligopólio.

2.3 O Oligopólio Consolidado

O monopólio da Nintendo nos EUA durou o que chamamos de Terceira Geração de Consoles, ou Geração 8-bits; entre 1983 e 1989, a gigante japonesa foi a única competidora de peso no mercado. Em 1989, a Sega, anteriormente conhecida *Service Games of Japan*, chega ao mercado ocidental com seu *Mega Drive*, batizado de *Sega Genesis* na América do Norte.

O lançamento do *Genesis*, primeiro competidor real de um console Nintendo no mercado estadunidense, criou um novo status quo para o mercado de consoles domésticos. A fragmentação característica do mercado da segunda geração de consoles, durante a Era da Atari, nunca voltou, mas a Nintendo finalmente tinha uma competidora de seu porte. Esse mercado a partir desse ano seria um oligopólio controlado pelas fabricantes de consoles.

Podemos ver essa consolidação na lista de gerações de consoles domésticos, controlado por não mais do que três empresas ao mesmo tempo:

- Terceira geração: Nintendo e Sega (apenas no Japão. Monopólio da Nintendo nos EUA);
- Quarta geração: Nintendo e Sega;
- Quinta geração: Nintendo, Sony e Sega;
- Sexta geração: Nintendo, Sony, Microsoft e Sega (definindo);
- Sétima, oitava e nona gerações: Nintendo, Sony e Microsoft¹¹⁹

Nas últimas três décadas, ou seja, a maioria da história da indústria dos jogos eletrônicos, o mercado de consoles domésticos foi quase todo controlado por três – no máximo quatro – empresas. O oligopólio resultante tem dinâmicas diferentes daquelas vistas na terceira geração de console, porém se baseou no Sistema Nintendo apontado anteriormente e, portanto, ambos devem ser analisado conjuntamente. Vejamos como a chegada da Sega criou um novo paradigma para o mercado estadunidense.

O primeiro passo da Sega foi o mesmo da Nintendo: encontrar um nicho no mercado, aberto através de campanhas de marketing. Como o *Sega Genesis* era mais potente do que o *Super Nintendo Entertainment System*, a empresa decidiu apostar nesse ponto como seu principal atrativo. Com grandes campanhas de marketing, a Sega decidiu vender seu console com base em uma negativa simples: “Sega faz o que a Nintendo não faz”.¹²⁰ Mais do que atrativa, a proposta era real, já que o Genesis possuía melhor processamento audiovisual, sendo um deleite para os jogadores da época.

A Nintendo respondeu com sua própria campanha de marketing, apostando na familiaridade e na confiança que havia construído na terceira geração de consoles. A marca Nintendo, tão bem construída, veio ao resgate da empresa, mostrando-se sólida frente aos ataques da concorrente. Os consumidores, no entanto, não estavam plenamente fidelizados. Cada uma das duas gigantes japonesas tinham vantagens sobre a adversária, o que significa que rapidamente ambas foram pegas em uma guerra de marketing incessante, na qual ataque e defesa se misturavam.

Considerando os altos preços de consoles, as crianças dos EUA não podiam realisticamente possuir mais de um deles. A escolha estava nas mãos de seus pais, que controlavam a renda da família, apesar de poder ser influenciada pelos desejos dos filhos. Com o público consumidor de jogos eletrônicos preso ou do lado da Nintendo ou da Sega, as defesas de sua “escolha” de compra

119 Outras empresas tentaram entrar no mercado, mas sem qualquer sucesso. Seus consoles não foram lançados ou venderam pouco e não tiveram impacto real no mercado ou no design de jogos eletrônicos.

120 Um dos lemas mais icônicos dessa época foi *Sega does what Nintendo's not* (Sega faz o que Nintendo não faz). As propagandas enfatizavam o incrível (para a época) poder de processamento do Sega Genesis. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=65E53rNC1io>>. Acesso em 10 mar. 2021.

se tornaram cada vez mais acirradas, com crianças fervorosamente listando as vantagens do console que tinha em casa sobre o competidor, sempre supostamente inferior.

Esse período de competitividade acirrada e fidelização rápida e feroz ficou conhecido como a *Guerra dos Consoles*.¹²¹ Na ânsia de ganhar e manter sua fatia do mercado, Nintendo e Sega criaram uma forma de ver jogo eletrônico incrivelmente dividida. A escolha de um console doméstico passou a ser uma forma de pertencimento, ensejando comportamentos virulentamente tribais. A Nintendo era desmerecida pelos fãs da Sega por seu processamento mais lento e pelos seus jogos sanitizados; a Sega, na mente de seus fãs, fazia jogos de verdade, para homens em vez de crianças.¹²² Os fãs da Nintendo, por sua vez, rebatiam apontando a qualidade dos designs de seus jogos, que mesmo com gráficos mais crus continuariam a ser o padrão de qualidade da indústria. Essas rivalidades permaneceram na comunidade *gamer* mesmo com a saída da Sega do mercado de consoles domésticos.

O teórico marxista Raymond Williams chamou a publicidade de “O Sistema Mágico” em seu livro *Cultura e Materialismo*. Para ele, a publicidade evoluiu junto com o capitalismo, mudando de função ao longo do tempo. Se, no princípio do sistema, seu objetivo era apregoar as qualidades de um determinado produto, com o tempo ela mudou e passou a ser ela própria uma fabricante de valor, responsável pela venda não de um produto mas de um estilo de vida, de uma resposta emocional à qual esse produto estava atrelado.

Dentre as evoluções pelas quais a publicidade passou, Williams aponta a mudança de “venda objetiva” para “venda subjetiva” que aconteceu entre o final do século XIX e o começo do século XX, quando a publicidade se tornou central para o capitalismo monopolista e para os governos beligerantes na Europa da Primeira Guerra Mundial.¹²³ Entre a Grande Guerra e a década de 1990, quando a Guerra dos Consoles ocorre, a publicidade se desenvolveu cada vez mais como um aspecto central do sistema capitalista. Se torna ainda mais subjetivista e se liberta gradativamente das amarras da regulamentação governamental graças às suas diversas organizações de *lobby*, como aponta o próprio Williams.¹²⁴

121 O impacto da Guerra dos Consoles na história dos jogos eletrônicos é tanto que virou um livro: **Console Wars: Sega, Nintendo and the Battle that Defined a Generation**, escrito por Blake J. Harris e publicado pela Dey Street Books em 2014.

122 Essa mentalidade pode ser vista no *Funk do Mortal Kombat*, no qual se ouve: Eu tinha um Nintendo/ Mario World, Mario Kart/ Até que virei macho/ E comprei Mortal Kombat. Apesar do tom jocoso (de bastante mal gosto, diga-se de passagem), a música retrata um reflexo de como cada empresa vendeu seu produto. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=EqTRI48q9o>>. Acesso em 10 mar. 2021.

123 WILLIAMS, Raymond. **Cultura e Materialismo**. Tradução André Glaser. São Paulo: Editora Unesp, 2011. pp. 241-245.

124 Williams aponta para a importância da *Advertisers Protection Society* (Sociedade de Proteção dos Publicitários) e da *Incorporated Society of British Advertisers* (Associação dos Publicitários Britânicos) nesse processo. WILLIAMS, Raymond. **Cultura e Materialismo**. Tradução André Glaser. São Paulo: Editora Unesp, 2011. pp. 243.

O que isso significou na prática foi a utilização de táticas cada vez mais baixas e desonestas. Livres da regulamentação estatal e de qualquer forma de controle do público, os publicitários desses países passaram a apostar cada vez mais em grupos vulneráveis, que não tinham condições de compreender racionalmente o que estava sendo vendido. Na Inglaterra, por exemplo, a BBC (*British Broadcasting Company*) passou a permitir propagandas. Como empresa estatal, a BBC impedia qualquer tipo de propaganda, mesmo que não-intencionais, no rádio ou televisão.¹²⁵ Afinal, ela era financiada pelo pagamento de impostos da população britânica.

A inserção cada vez maior de propaganda em programas de televisão e músicas aponta para a exploração da vulnerabilidade do consumidor. A publicidade por si só é muito óbvia e pode ser evitada; caso seja misturada com algo com o qual o consumidor se identifica e sente uma conexão emocional, ela se torna mais esguia e penetrante. Progressivamente, a publicidade envolve todos os espaços, derrotando os mecanismos de defesa dos consumidores em um longo processo de exaustão e habituação.

A indústria de jogos eletrônicos, por sua vez, atacou uma parcela particularmente lucrativa de pessoas vulneráveis: as crianças. Pode ser difícil admitir que a indústria que criou tantos ícones da infância da década de 1980 o fez por motivos pouco louváveis, mas a realidade é que as regulamentações que afetavam a publicidade infantil o faziam porque as crianças são uma parte particularmente vulnerável da sociedade. Elas são incapazes de avaliar racionalmente os produtos que consomem e são particularmente vulneráveis à pressão social, razão pela qual o Código de Defesa do Consumidor brasileiro proíbe explicitamente a publicidade infantil, considerando-a abusiva.¹²⁶ Além disso, crescem, o que significa que o investimento necessário para fidelizar uma criança – leia-se, explorá-la emocionalmente – se paga a longo prazo.

A Guerra dos Consoles foi apenas uma ramificação dessa ampliação e fortalecimento da publicidade no sistema capitalista. As investidas de marketing empreendidas pela Sega e pela Nintendo só foram possíveis porque as crianças dos EUA viviam em um país no qual a regulamentação estatal que regia sobre essa questão estava sendo constantemente desmantelada e porque sabiam, seguindo o exemplo da indústria cultural japonesa do pós-guerra, que o público era lucrativo. Em última instância, a Guerra dos Consoles não foi uma mostra da persistência de grandes empresas inovadoras ou da força dos fãs; não foi sequer um evento único, já que continuou

125 Em um caso famoso, o vocalista Ray Davies, da banda *the Kinks*, teve que voar para a Inglaterra para regravar parte da música *Lola*, cuja transmissão havia sido impedida pela BBC por citar a marca Coca-Cola. CBC RADIO. **Why Ray Davis flew 26,000 km to save Lola**. Disponível em: <<https://www.cbc.ca/radio/undertheinfluence/why-ray-davies-flew-26-000-km-to-save-lola-1.5009086>>. Acesso em 10 mar. 2021

126 BRASIL. **Código de Defesa do Consumidor**. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 2020. Edição 2020/2021. Artigo 37, Parágrafo 2º. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078compilado.htm>. Acesso em 10 mar. 2021.

a se repetir ao longo da história dos jogos eletrônicos. Foi, na verdade, foi um dos exemplos de como a publicidade é capaz de tornar tudo, até mesmo um hobby incipiente como os jogos eletrônicos, em tribalismo irracional na sua busca pela maximização dos lucros.

No ano de 2021, já na nona geração de consoles, a tal guerra arrefeceu. A expansão do mercado de PCs, junto com o envelhecimento do público consumidor, a diminuição da agressividade das campanhas de marketing e a homogeneização dos jogos disponíveis em cada console removeu muito do incentivo para se manter leal a uma determinada empresa.

Arrefecimento, no entanto, não significa desaparecimento. Ainda existem exemplos de pessoas que dedicam parte de sua vida a difamar a escolha de plataforma alheia. Algumas vezes são entre fãs de diferentes consoles, exatamente como na disputa entre Sega e Nintendo; muitas vezes são entre jogadores que usam consoles e os que usam PCs; mais comumente ainda são direcionados a jogadores *mobile*, ou seja, aqueles – ou aquelas, se quisermos refletir a predominância do público feminino nessas plataformas – que jogam em *smartphones* e *tablets*. Muito disso pode ser explicado pela decisão da Sega em buscar um público apenas marginalmente diferente do da Nintendo.

Já que enfrentar a Nintendo de frente e tentar roubar-lhe o público consumidor era inviável, a Sega tinha que buscar outro público-alvo. Isso não é incomum, já que enfrentar diretamente uma concorrente é reservado apenas para empresas de mesmo porte em mercados diversos e competitivos, algo que o mercado de consoles domésticos não era na época, nem nunca seria. Em vez disso, a Sega apostou em um novo público-alvo, tentando explorar um nicho de consumidores que a Nintendo ignorava.

Considerando o quão específico o público-alvo da Nintendo era, essa foi uma decisão promissora. Talvez o mundo pudesse finalmente ver a volta dos jogos para a família, ou a eliminação das barreiras de gênero erigidas pelo marketing do NES, talvez até mesmo a criação de jogos especificamente para o público feminino. Infelizmente, a Sega escolheu a opção segura e decidiu competir tangencialmente com a Nintendo. Seu Genesis foi vendido para garotos, exatamente igual a Nintendo, só que mais velhos. Se *Super Mario* era para crianças e pré-adolescentes, *Sonic* era para pré-adolescentes e adolescentes.

Podemos ver essas escolhas de design no jogo *Sonic the Hedgehog*, que introduziu o mascote ao público consumidor. Em *Super Mario Bros.* o relógio serve como um limite de tempo, levando o jogador a se mover em direção ao objetivo, mas sem muita pressão, já que há bastante tempo. O jogo é leniente, e, portanto, o jogador só precisa se mover, não se mover rápido. Em *Sonic*, por outro lado, o relógio serve como um cronômetro, levando o jogador a se mover o mais rápido possível. Além disso, *Sonic* tem uma personalidade diferente de Mario, muito mais ousado e

“descolado”. Junte-se isso aos níveis maiores e às músicas e visuais mais detalhados, e fica claro que o objetivo da Sega foi tentar fazer a Nintendo parecer boba, infantil.

A escolha da Sega foi bastante eficiente; apostando em um público que não era prioritário para a Nintendo; já tinha passado anos jogando nos fliperamas e NESs, e estava ávido para se diferenciar de coisas “de criança”. Com alguma sorte e boas estratégias, podiam até mesmo roubar parte do mercado da competidora. As propagandas bateram nessa tecla, apostando em mascotes mais apelativos a adolescentes, como *Sonic*, jogos mais violentos, como *Mortal Kombat*, e um *hardware* mais potente. Era uma combinação de dar inveja a qualquer criança que desejasse se mostrar como um adolescente.

A segurança da empreitada também era atraente. A Sega sabia que os garotos que a Nintendo atraiu para o mercado queriam continuar jogando, e vendeu seus produtos para esse público. Essa decisão – simples e efetiva – se repetiu nas gerações seguintes, corrigindo-se apenas a idade do público, o tipo de jogo sendo feito e qual empresa era a concorrente imediata. A Sega enfrentou a Nintendo, a Sony enfrentou as duas, e a Microsoft enfrentou Sony e Nintendo. Todas venderam jogos para garotos jovens, da maioria racial e de classe média.

Apesar de ser ótima a curto prazo para as fabricantes de consoles, a lógica de expandir o mercado e diversificar o público-alvo o mínimo possível foi negativa a longo prazo. Limitando-se apenas a um público masculino de uma estreita faixa etária, a indústria impediu seu próprio crescimento negligenciando mercados que outros ramos do entretenimento, como livros e filmes, já exploravam há décadas. Adicione-se as limitações de idade e de renda e rapidamente se descobre que o mercado real de jogos eletrônicos era consideravelmente menor que o mercado potencial. Não é necessário imaginar que, mesmo com o crescimento vertiginoso que a indústria demonstrou desde seu surgimento, o mercado ficaria rapidamente saturado.

E o mercado saturou durante os anos 2010. Sabemos disso porque foi a Nintendo, criadora do estigma de que jogos eletrônicos eram coisa de garoto nos EUA, a primeira fabricante de consoles que decidiu vender seus produtos com a explícita intenção de fazer jogos para os mercados negligenciados. Seu Nintendo Wii voltou às raízes do Atari 2600 e do Famicom, priorizando jogabilidade familiar, e a Nintendo colheu os lucros com um dos consoles mais vendidos da história.

É possível argumentar que o aumento do público-alvo não é causa do aumento de vendas no mercado de consoles, já que o PlayStation 2, da Sony, vendeu mais que o Wii sendo vendido primordialmente para homens. O mesmo PlayStation 2, no entanto, também era um reproduzidor de DVDs, de jogos de PlayStation e de CDs. O PlayStation original, por sua vez, também era um reproduzidor de CDs. A estratégia das duas empresas foi a mesma, expandir o público-alvo, com a

diferença de que a Nintendo decidiu vender seu *software* para mais pessoas, e a Sony, seu *hardware*.

Além disso, o mercado *mobile* explodiu após seu surgimento com o lançamento do *iPhone* em 2007. Além de ser muito mais acessível por não demandar dispositivos dedicados exclusivamente aos jogos eletrônicos, o crescimento vertiginoso desse mercado se deveu ao fato de que seus jogos eram feitos para um público muito mais amplo que os consoles. Enquanto o prestigiado mercado de jogos *mainstream* ainda se apoiava em jogadores de longa data, em sua maioria homens jovens com bastante dinheiro e tempo para gastar, os jogos *mobile* chegavam a crianças de ambos os gêneros, mulheres de meia-idade e qualquer um muito ocupado ou pobre para ter um console.

Além da clara falta de perspectiva comercial, a fixação com um público-alvo que era essencialmente um envelhecimento dos mesmos garotos que cresceram jogando NESs trouxe péssimos resultados para os jogos eletrônicos. Tendo que atender aos desejos de crianças e adolescentes, a mídia passou décadas sendo vista como não muito mais que doses baratas de adrenalina despejadas sobre um público incauto e inculto. Se esse desmerecimento do jogo eletrônico ignora a sua incrível complexidade técnica e os muitos jogos experimentais e vanguardistas que surgiram nessa época, também não deixam de refletir a realidade, já que a maioria dos jogos conhecidos pela população no geral eram efetivamente entretenimento barato para garotos.

Jogos complexos, psicológicos ou não-violentos estavam quase todos presos aos PCs. No mundo dos consoles, o maior da indústria na época, os produtos continuavam os mesmos apesar da passagem do tempo: jogos com mascotes para crianças ou explosões de violência para adolescentes. A mídia parecia congelada no tempo, em um estado perene de imaturidade, incapaz de engajar a mente do público além de “qual a melhor forma de vencer esse inimigo”? De certa forma, boa parte da culpa pela imaturidade que os céticos sobre jogos eletrônicos atribuíam à mídia foi causada pela própria indústria, fixada em delírios infantojuvenis.

Mas por que isso aconteceu? A resposta fácil é argumentar que, por algum motivo, o público consumidor de jogos eletrônicos é infantilizado por natureza. Dessa forma, as décadas de imaturidade do jogo eletrônico seriam justificadas por si só. A história, no entanto, prova o contrário. Não apenas pelas repetidas provas de maturidade que os jogos eletrônicos demonstraram durante sua história, com jogos complexos, reflexivos e não-violentos como *Myst*, *Sid Meier's Civilization*, jogos de esporte ou simuladores, mas se analisarmos o funcionamento do próprio sistema capitalista.

A constituição do público-alvo demonstra como poucos as profundas relações entre política e economia. O público pode decidir apenas o que consome, onde gasta sua renda; a produção e a

divulgação, no entanto, competem aos donos da indústria, que não são os consumidores. Em um mercado competitivo, espera-se que a multiplicidade de opções permita ao público escolher aquela que mais lhe apetece. Na realidade, isso quase nunca acontece devido à tendência ao oligopólio que os mercados demonstram.

O mercado do jogo eletrônico, especialmente dos consoles domésticos, era concentrado nas mãos de poucos fabricantes de consoles, que eram as efetivas controladoras da indústria, definindo aquilo que seria ou não publicado, que seria ou não divulgado. As demandas do público-alvo, especialmente do público infantil, não eram apenas suas; eram interpretadas pelos grandes nomes da indústria. Em última instância, não foi o público consumidor que estabeleceu o que ele apreciava. Os decisores, donos e acionistas, não faziam parte do público consumidor, não sabiam o que o público realmente gostava e menos ainda aquilo que estavam dispostos, que poderiam vir a gostar. Sua única forma de conhecer o gosto do seu público era através de vendas e pesquisas de opinião. O resultado disso é uma lógica circular: produtos populares mostram o que o público supostamente gosta, no que resulta uma maior alocação de recursos para esses produtos. Os reverses também geram mais reverses, com base na lógica de “por que alocar recursos para algo que já foi um fracasso?”.

O resultado foi o que vimos na indústria dos jogos eletrônicos. Décadas de jogos *mainstream* reduzidos ao menor denominador comum graças à vontade da indústria de apelar para o maior público possível, com o menor atrito possível. A indústria nunca serviu aquilo que seus consumidores queriam, e sim aquilo que seus dirigentes acreditavam que os consumidores queriam, resultando não apenas em jogos infantis por serem distribuídos para um público de crianças, mas em jogos infantis por apelarem para um impulso infantilista resultante da miopia intelectual dos dirigentes da indústria.

Demorou décadas e uma revolução causada pela chegada da distribuição digital ao mercado para quebrar esse oligopólio, como veremos no Capítulo 3. Apenas com a inserção de novas desenvolvedoras, distribuidoras e formas de distribuir jogos eletrônicos que a mídia pôde evoluir, deixando parcialmente para trás sua história de servir ao público apenas o equivalente artístico de algodão doce: agradável a curto prazo mas completamente desprovido de valor nutricional. Isso aconteceu, no entanto, apenas após uma década de consolidação da indústria.

O argumento central de Adorno e Horkheimer em *Dialética do Esclarecimento* reside na forma como a indústria cultural se organiza como um monopólio. Em um mundo de pluralidade, as influências negativas da indústria cultural seriam diminutas, já que as diferentes perspectivas e ideologias se assemelhavam à arte antes do estabelecimento do capitalismo.

As tendências gerais do sistema capitalista, no entanto, contradizem essa possibilidade. Nele, os grandes negócios possuem mais capital disponível para investir, o que gera mais lucros e mais segurança. Esses novos lucros, por sua vez, geram mais capital, em um círculo que descola os mais ricos cada vez mais do resto da população. A partir dessa diferença de crescimento, a alta burguesia pode remover seus competidores da pequena burguesia do mercado, falindo-os ou comprando-os. Foi esse o processo que ocorreu na indústria dos jogos eletrônicos.

As distribuidoras, conhecidas como *publishers* em inglês, são as responsáveis pela conexão entre desenvolvedora e consumidor. Logística, acordos com lojas de jogos e de departamento, marketing e produção do jogo físico são todas atribuições dessas empresas, muitas das quais começaram como desenvolvedoras elas mesmas. Como pagamento, a distribuidora recebe parte das vendas de cada jogo. Além disso, as distribuidoras também financiam jogos, o que dá mais segurança aos desenvolvedores independentes. Como vimos, foram essas as atribuições que a Nintendo concentrou em torno de si na década de 1980.

Antes da popularização da distribuição digital, era possível vender um jogo de forma independente no mercado de PCs, como foi o caso de *Doom*; no entanto isso era consideravelmente difícil e demandava uma mistura de grande criatividade e sorte. No mercado de consoles, porém, isso era praticamente impossível, já que as negociações precisavam ser feitas com a fabricante. O resultado foi a criação de uma hierarquia na qual desenvolvedoras estavam na parte mais baixa, distribuidoras no meio e fabricantes acima de ambas.

No mercado de PCs, as distribuidoras eram as empresas mais poderosas devido à ausência desse último nível. As grandes desenvolvedoras, como *Electronic Arts*, *Blizzard*, *Valve* e *Activision*, começaram a se tornar distribuidoras; processo que também ocorreu nos consoles, com empresas como *Capcom* e *Square Enix*, que por sua vez foi uma junção formada pelas desenvolvedoras *Squaresoft* e *Enix*. A evolução foi natural do ponto de vista mercadológico, com as maiores desenvolvedoras encontrando na distribuição de jogos alheios uma fonte de lucro constante em um mercado menos competitivo, graças às maiores barreiras à entrada.

Algumas dessas distribuidoras foram mais inteligentes e descobriram uma forma de expandir rapidamente seu controle sobre o mercado: adquirir novas desenvolvedoras constantemente. O maior exemplo dessas empresas foi a *Electronic Arts*. Conhecida popularmente como EA, a empresa começou sua vida desenvolvendo jogos para computador, dando atenção especial aos jogos de esportes, como as populares franquias *Madden* e *FIFA* e promovendo seus desenvolvedores como

“estrelas do rock”, em contraste com a anonimidade na qual viviam desenvolvedores de outras empresas.¹²⁷

Fundamental na profissionalização do mercado de PCs, a *Electronic Arts* tinha propagandas como nenhuma outra empresa, utilizando a experiência de seu fundador, Trip Hawkins, como vendedor.¹²⁸ Rapidamente, a EA se tornou uma líder no mercado, levando jogos de outras empresas para consoles e PCs e apostando pesadamente em contratos de uso de imagem e nome de grandes personalidades, como o treinador de futebol americano John Madden. Nos anos 2000, no entanto, a EA mudou seu *modus operandi* e passou a adquirir rapidamente outras desenvolvedoras. *BioWare*, *Maxis*, *DICE*, *Visceral Games* e *Pandemic Games* foram apenas algumas das empresas adquiridas pela distribuidora nesse período.

O resultado foi uma concentração de poder como poucas empresas no mercado de jogos eletrônicos poderiam exercer. A EA adquiriu trabalhadores, tecnologia, equipamento e propriedade intelectual de todos os cantos da indústria. Em menos de uma década ela e outras empresas (*Valve*, *Konami*, *Activision-Blizzard*) colocaram o desenvolvimento de jogos em segundo plano, acumulando lucros faraônicos com a distribuição de suas maiores franquias e de jogos de terceiros. O resultado, logicamente, foi desastroso. Estúdios como *Pandemic* foram fechados, outros foram reestruturados e centenas de trabalhadores foram demitidos. A consolidação do mercado, que já havia acontecido sob os augúrios da Nintendo, cobrou novamente seu preço nas vidas dos trabalhadores e na homogeneização do mercado.

Com a concentração de ativos, dentre os quais o principal foi a propriedade intelectual, o mercado de jogos eletrônicos se homogeneizou a níveis antes indescritíveis. Se na época dos 8-bit e 16-bit os jogos eram limitados pela necessidade de agradar a um público específico (masculino, infantil), pelo menos o que esse agrado significava era interpretado por uma dezena de desenvolvedores diferentes. Com a consolidação do mercado, o número de pessoas em posições de decisão caiu vertiginosamente.

Reduzidos a pouco ex-desenvolvedores tornados administradores e donos de empresas ou a acionistas que não necessariamente tinham qualquer conhecimento sobre a mídia, os jogos foram homogeneizados como nunca antes. O círculo vicioso discutido anteriormente neste capítulo chegou a níveis estratosféricos; abastecidos por dados que (previsivelmente) apontavam que jogos feitos para um público mais amplo (dentro desse público-alvo masculino e jovem) vendiam mais do que

127 KENT, Steven. **The Ultimate History of Video Games: From Pong to Pokémon and Beyond – The Story Behind the Craze That Touched Our Lives and Changed the World.** Nova Iorque: Three Rivers Press. 2001. P. 263

128 KENT, Steven. **The Ultimate History of Video Games: From Pong to Pokémon and Beyond – The Story Behind the Craze That Touched Our Lives and Changed the World.** Nova Iorque: Three Rivers Press. 2001. P. 261

jogos de nicho, os acionistas de grandes distribuidoras decidiram apostar exclusivamente nesses jogos *blockbusters* para maximizar seu lucro.

Franquias que fizeram história na mídia por suas inovações mecânicas, técnicas e artísticas foram reduzidas a uma massa amorfa de jogos de ação. *Thief* deixou de ser um jogo de *stealth* para ser um jogo de ação com elementos de *stealth*; o mesmo aconteceu com a série pioneira do *survivor horror Resident Evil*. Jogos de RPG como *Dragon Age* e *Mass Effect* se tornaram RPGs de ação. As mesmas fórmulas da moda, como o FPS militar contemporâneo e o jogo de ação-aventura em terceira pessoa, inundaram o mercado, demonstrando a incapacidade das mesas diretoras, acionistas e CEOs de compreender a mídia e o mercado com os quais trabalhavam e de imaginar qualquer inovação para a mídia.

A última parte desse processo foi a chegada do mercado de jogos digitais. Os menores custos de distribuição permitiriam, em tese, que os jogos eletrônicos atingissem novos públicos até então negligenciados pela indústria, mas na realidade ele permitiu que grandes desenvolvedoras e distribuidoras estendessem seu controle sobre o jogador, sobre o mercado e até mesmo sobre os direitos de propriedade, parte tão central do capitalismo.

A primeira grande mudança desse período foi o surgimento das chamadas *microtransações*. Caracterizadas como vendas a pequenos preços que podiam ser feitas dentro de jogos, se tornaram uma parte central de jogos grátis, de forma similar ao jogo por ficha da época dos fliperamas. Esse sistema, que permitia que o jogador começasse a jogar de graça e depois pagasse por conteúdo em pequenas doses, já era utilizado em jogos grátis para PC e se mostraram uma forma inventiva de circunavegar a pouca renda dos consumidores em países como Coreia do Sul e Brasil.¹²⁹

A rentabilidade desses métodos, provados pelos sucessos de jogos coreanos e pelos *gachas* japoneses, levou a sua popularização no mercado *mobile*, que, por sua vez, atraiu os olhos da indústria AAA, que incorporaram essas microtransações em seus jogos. Rompendo com a tradição de utilizar esses métodos em jogos grátis, microtransações passaram a ser vistas em todo tipo de jogo, inclusive nos pagos. Tendo boa parte de seus lucros advindo dessa forma de compra, a indústria buscou maximizar seus lucros através de expedientes como:

- Prêmios dados após um certo número de dias de *logins* interrompidos, na intenção de tornar o jogo parte da rotina do jogador;
- Eventos limitados, na intenção de explorar a FOMO¹³⁰;

129 O sucesso de MMORPGs coreanos como *Priston Tale*, *Grand Chase*, *Perfect World*, *Flyff*, e *Lunia* no Brasil pode ser explicado em partes pelo seu sistema de monetização. Sendo totalmente grátis, exceto por itens cosméticos e de conveniência, eram acessíveis a uma parcela muito maior da população, que não tinha dinheiro ou confiança o suficiente em jogos eletrônicos para comprar os jogos estadunidenses/japoneses para consoles.

130 FOMO, do inglês *Fear of Missing Out* (Medo de Ficar de Fora, em tradução livre), descreve um fenômeno psicológico através do qual o indivíduo é levado a ação rápida e por vezes irracional frente à possibilidade de

- Utilização de diversas moedas com diferentes valores e formas de adquirir, na intenção de obscurecer valor e custo de seus produtos;
- Utilização de caixas com prêmios aleatórios, impedindo o jogador de comprar os produtos desejados diretamente;
- Inflação do custo em tempo a níveis estratosféricos, levando o jogador a ter de comprar o desejado ou a jogar compulsivamente.

A forma mais simples de compreender o que essa mudança significou para os jogos é utilizar a teoria adorniana. Segundo Adorno e Horkheimer, a investida da indústria cultural transformaria arte em diversão, “o prolongamento do trabalho no capitalismo tardio”.¹³¹ O jogo eletrônico cheio de microtransações, utilizando as técnicas de condicionamento operante primeiramente desenvolvidas por Burrhus Frederic Skinner, se tornou o ápice da alienação, aproveitando-se das vulnerabilidades psicológicas dos jogadores para fazê-los jogar compulsivamente.

Seguindo a lógica individualista apregoada especialmente pela ideologia neoliberal, é responsabilidade inteiramente do indivíduo gastar com parcimônia, evitando ser sugado por publicidade ou condicionamento. A realidade, no entanto, é diferente dessa visão ideal; sabemos que existem indivíduos sem experiência de vida ou conhecimento o suficiente para tomar decisões lógicas, além daqueles com transtornos psicológicos, mais facilmente explorados pela publicidade.

O último ponto do longo processo de consolidação da indústria cultural foi uma mudança muito mais fundamental, relacionada com os direitos de propriedade sobre jogos eletrônicos – *hardware* e *software* – e quem seriam seus detentores. Nas primeiras décadas da indústria dos jogos eletrônicos, a relação entre consumidor e produto era simples: o jogo comprado é um *hardware* físico que contém as informações de um *software* digital. Ambos são de propriedade do jogador, que pode dispor deles como bem entender, exceto fazer cópias e distribuí-las, uma infração do *copyright* da distribuidora.

A relação com a pirataria já era hostil, obviamente, mas ela era limitada pela necessidade de reproduzir a parte física dos jogos. A transição para a distribuição digital, por sua vez, mudou fundamentalmente a relação entre *software* e *hardware* porque os jogos passaram a ser apenas *software*. Como artefatos puramente digitais, sua relação com o consumidor passou a ser mediada por programas conhecidos como DRM.

DRM, ou *Digital Rights Management* (Administração de Direitos Digitais) são programas utilizados para impedir cópias não-autorizadas de programas digitais. É o motivo por que a pirataria de programas como o Pacote Office, da Microsoft, envolve uma série de passos, ao invés do

perder uma oportunidade.

131 ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. **O Iluminismo como Mistificação das Massas** In: ADORNO, Theodor. *Indústria Cultural e Sociedade*. São Paulo: Paz e Terra. 2002. p. 19

simples *Copiar* e *Colar* de arquivos normais. A justificativa da indústria era válida, já que se piratear jogos fosse tão fácil quanto copiar uma foto no seu computador, pouquíssimas pessoas se sentiriam impelidas a comprar os jogos.

Infelizmente, o resultado foi mais complexo do que se esperava. Os *hackers* que repetidamente tentavam piratear os jogos desenvolveram *cracks* cada vez mais elaborados para vencer os DRMs empregados pela indústria; como resposta, foram desenvolvidos DRMs cada vez mais invasivos. Consequentemente, surgiu uma espécie de corrida armamentista, centrada em torno do desenvolvimento de programas capazes de facilitar/dificultar cópias não-autorizadas de programas digitais.

Os verdadeiros problemas surgiram quando DRMs realmente invasivos começaram a ser utilizados. *Diablo III* (Blizzard North, 2012) e *SimCity* (Maxis, 2013), por exemplo, demandavam conexão constante com a internet para serem jogados. O resultado foi desastroso, com má recepção vinda de fãs, servidores incapazes de lidar com a demanda do lançamento e a pior realização de todas: nada disso era necessário, já que ambos os jogos eram feitos para um jogador. O DRM de *SimCity* (2013), justificado como uma necessidade técnica¹³² era completamente desnecessário¹³³ e *Diablo III* foi lançado sem necessidade de conexão com a internet para consoles.¹³⁴

Mais do que inconveniência, a necessidade de conexão constante com a internet era um problema real para milhares de jogadores: o que fazer quando sua internet tem uma queda em velocidade ou pára de funcionar? O que fazer se os servidores da empresa tiverem um problema? E, principalmente, o que fazer quando o custo de manter esses servidores de pé se tornar maior do que seu retorno financeiro? Jogos eletrônicos como *World of Warcraft* (Blizzard Entertainment, 2004) e *Final Fantasy XIV: A Realm Reborn* (Square Enix, 2013), que são comprados e depois pagos em uma subscrição mensal, são claramente um tipo de serviço, mas os exemplos anteriores são claramente produtos, como um livro ou jogo físico.

Jogos para um jogador que demandavam conexão constante com a internet rapidamente caíram na lista negra da indústria. Os lançamentos fracassados de *Diablo III* e *SimCity* (2013) se provaram mais problemáticos do que lucrativos e as empresas passaram a utilizar outras técnicas para evitar a pirataria. Desde atrelar parte do conteúdo dos jogos a códigos que só podiam ser

132 LAHTI, Evan. **Maxis explains the use of SimCity always-online DRM**. Disponível em: <<https://www.pcgamer.com/maxis-explains-the-use-of-simcity-always-online-drm/>>. Acesso em 13 mar. 2021.

133 WALKER, John. **Maxis Insider Tells RPS: SimCity Servers Not Necessary**. Disponível em: <<https://www.rockpapershotgun.com/simcity-server-not-necessary>>. Acesso em 13 mar. 2021.

134 HAMILTON, Kirk. **In The End, Diablo III Just Shouldn't Have Been 'Always Online'**. Disponível em: <<https://kotaku.com/in-the-end-diablo-iii-just-shouldnt-have-been-always-1624648696>>. Acesso em 13 mar. 2021

utilizados uma vez¹³⁵ a alterar a estrutura dos jogos para monetização recorrente¹³⁶ (o nome técnico para as já mencionadas microtransações), muitos foram os estratagemas da indústria para coibir a pirataria.

O problema é que DRM claramente não estava funcionando. Piratas ainda eram capazes de baixar seus jogos desde que tivessem o mínimo de esforço, e muitas vezes tinham experiências melhores que aquela de jogadores que haviam pago pelos produtos. Além do mais, sabiam que eram definitivamente os donos dos seus arquivos. A argumentação da indústria era de que a função do DRM não era impedir a pirataria indefinidamente, mas sim em torno da época de lançamento, quando é efetuada a maior parte das vendas.

Mesmo essa justificativa, no entanto, ficava cada vez mais frágil. *Middle-Earth: Shadow of War* (Monolith Productions, 2017), por exemplo, utilizava o DRM Denuvo, louvado pela indústria como a nova grande inovação na proteção anti-pirataria, e foi *crackeado* em apenas 24 horas.¹³⁷ A reportagem da revista digital *Polygon* que publicizou o fato ressalta a impotência da Denuvo em seu subtítulo “Denuvo prova não ser párea para os jogadores, mais uma vez”.¹³⁸

Além disso, lojas digitais que não empregam DRM, como *itch.io* e *gog.com* começaram a fazer sucesso, provando que um jogo pode ser vendido mesmo sem nenhuma proteção contra a pirataria. Para adicionar ainda mais à ironia, a loja *gog.com* foi fundada pela distribuidora polonesa *CD Projekt*, conhecida não apenas pela sua franquia de jogos *The Witcher*, baseada na série de livros polonesa de mesmo nome, mas também por ter tido sucesso vendendo jogos na Polônia, um mercado notório pelos altos níveis de pirataria.¹³⁹

Se DRM é ineficiente para impedir a pirataria, incluindo durante o período de lançamento de um jogo, causa inconveniências que prejudicavam mais os jogadores que pagaram pelo produto do que os piratas, e também não é pré-requisito para que jogos não sejam pirateados, então qual é o seu uso? A resposta está nos direitos de propriedade e no controle que as empresas exercem sobre os produtos que vendem.

135 PENDLEBURY, Steve. Game Resellers Diss EA's Project 'Ten Dollar'. Disponível em: <<https://gamerant.com/game-resellers-angry-ea-project-ten-dollar/>> Acesso em 13 mar. 2021.

136 “A estrutura dos próprios jogos também está mudando radicalmente. Nos últimos cinco anos nós vimos a ascensão de conteúdo que pode ser baixado pela internet e microtransações dentro de jogos, desenhados para estender a vida de grandes lançamentos para consoles”. STUART, Keith. **The digital apocalypse: how the games industry is rising again**. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/technology/2016/may/17/video-game-industry-changing-virtual-studios>>. Acesso em 13 mar. 2021

137 FRANK, Allegra. **It took just 24 hours to crack Shadow of War's DRM**. Disponível em: <<https://www.polygon.com/2017/10/12/16464616/middle-earth-shadow-of-war-drm-cracked-denuvo>>. Acesso em 13 mar. 2021

138 Idem

139 O Capítulo **The Witcher 3**, de SCHREIER, Jason. **Sangue, Suor e Pixels**. Tradução Guilherme Kroll. 1ª ed. Rio de Janeiro: Harper Collins, 2018. detalha o processo de desenvolvimento do jogo de mesmo nome e a trajetória de sucesso inesperado da *CD Projekt* como distribuidora.

Dizer que a utilização dos DRMs é um ataque aos direitos de propriedade dos consumidores pode parecer uma argumentação exagerada, afinal, *copyright* e outras proteções anti-pirataria não foram inventadas no século XXI. Exemplos de dentro e fora da indústria dos jogos eletrônicos explicam, no entanto, a diferença de magnitude entre as proteções de outrora e os novos DRMs.

O primeiro exemplo, menos grave, vem da época do lançamento do *Xbox One*. O console doméstico de oitava geração da Microsoft tinha como maior atrativo sua conectividade superior com a internet, apoiada pela rede *Xbox Live*, pioneira dos serviços *online* em consoles. A competição também não era particularmente forte, já que o console da Nintendo, o *Wii U*, seria um fracasso retumbante e a Sony, que lançaria o *PlayStation 4* vinha abalada da sétima geração de console e da relativa decepção com o *PlayStation 3*.

Em um mundo cada vez mais conectado, o console da Microsoft teria cada vez mais vantagens sobre seus competidores japoneses, mais relutantes em abraçar a conectividade pela internet. A apresentação do console, no entanto, foi um fracasso retumbante, em grande parte graças à forma como a Microsoft tentou se relacionar com os direitos de propriedade dos consumidores.

Em sua apresentação na E3, a maior feira da indústria dos jogos eletrônicos e o grande evento para apresentação de novidades, a Microsoft anunciou duas grandes novidades: o console deveria ser conectado permanentemente à internet e haveria restrições à revenda e a empréstimos de jogos.¹⁴⁰¹⁴¹ O resultado foi desastroso, com a adversária Sony fazendo uma exposição que foi lida pelos fãs como uma humilhação pública¹⁴² e a revolta dos consumidores levando a empresa a se retratar rapidamente.¹⁴³¹⁴⁴

A tentativa da Microsoft de cercear os direitos dos consumidores é comparável ao de outras empresas, como *Amazon* e *Valve*, através de suas lojas digitais *Kindle* e *Steam*, respectivamente. Ambas as empresas, inclusive, são citadas em reportagem de Jason Schreier sobre o assunto.¹⁴⁵ A diferença fundamental, no entanto, é que tanto *Kindle* quanto *Steam* vendem apenas bens digitais, fazendo sentido que haja algum tipo de restrição a quem o consumidor pode dar ou emprestar suas compras, ou então eles poderiam simplesmente circular esses produtos indefinidamente.

140 PLUNKETT, Luke. **The Xbox One Just Had A Very Bad Day**. Disponível em: <<https://kotaku.com/the-xbox-one-just-had-a-very-bad-day-511766497>>. Acesso em 14 mar. 2021.

141 SCHREIER, Jason. **Xbox One Games ‘Can Only Be Given Once’**. Disponível em: <<https://kotaku.com/xbox-one-games-can-only-be-given-to-one-person-ever-511754913>>. Acesso em 14 mar. 2021.

142 PLUNKETT, Luke. **Sony Just Smacked The Xbox One In The Mouth**. Disponível em: <<https://kotaku.com/sony-just-smacked-the-xbox-one-in-the-mouth-512492046>>. Acesso em 14 mar. 2021.

143 SCHREIER, Jason. **Microsoft Is Removing Xbox One DRM**. Disponível em: <<https://kotaku.com/microsoft-is-removing-xbox-one-drm-514390310>>. Acesso em 14 mar. 2021.

144 MICROSOFT. **Your Feedback Matters – Update on Xbox One**. Disponível em: <<https://news.xbox.com/en-us/2013/06/19/update/>>. Acesso em 14 mar. 2021.

145 SCHREIER, Jason. **Xbox One Games ‘Can Only Be Given Once’**. Disponível em: <<https://kotaku.com/xbox-one-games-can-only-be-given-to-one-person-ever-511754913>>. Acesso em 14 mar. 2021.

Os jogos de *Xbox One*, por sua vez, eram bens físicos. Se a Microsoft tivesse sido bem-sucedida em sua cruzada pró-DRM, isso teria estabelecido um precedente perigoso para bens de consumo: empresas poderiam utilizar ferramentas digitais para cercear os direitos que o consumidor tem sobre seus bens; bens inclusive que são restritos e escassos, como qualquer bem físico, e, portanto, com disponibilidade já limitada. O direito à propriedade, inalienável segundo a ideologia liberal, uma das bases do capitalismo, passaria a ser, sob o capitalismo digital neoliberal, perfeitamente alienável, desde que uma empresa assim desejasse.

As questões relacionadas à expansão dos DRMs podem parecer triviais se imaginarmos o mundo do jogo eletrônico como uma entidade isolada das mudanças sociais e econômicas mais amplas que preocupam o século XXI. A realidade, no entanto, é que vivemos em um mundo digital, até mesmo em suas partes mais fundamentais. A ampliação das patentes de *software*, que dão mais poder às detentoras de patentes e menos aos consumidores, atinge hoje setores fundamentais da economia, como a agricultura, e pode representar uma nova etapa na consolidação de um oligopólio informatizado.

Contrário a isso, existe um movimento crescente pelo *Right to Repair* (Direito de Consertar, em tradução livre). Presente nos EUA e na Europa, o movimento quer introduzir leis que demandem que fabricantes manufaturem peças sobressalentes o suficiente para suprir os técnicos independentes e também tornem o *software* utilizado público, quando essas informações forem necessárias para reparos.¹⁴⁶¹⁴⁷¹⁴⁸ Os fabricantes, por sua vez, alegam que a publicização de *software* os tornaria vulneráveis à espionagem industrial e permitiria que os consumidores fizessem modificações ilegais ou inseguras em seus equipamentos.¹⁴⁹

A luta pelo “Direito de Consertar” e contra a introdução de DRMs abusivos não é apenas uma demanda de jogadores insatisfeitos com distribuidoras de jogos particularmente predatórias. No mundo contemporâneo, está no cerne da segurança alimentar de milhões de pessoas, do transporte público de nossas metrópoles, do direito dos consumidores do século XXI, e da preservação do meio ambiente.¹⁵⁰

146 PROCTOR, Nathan. **Half of U.S States looking to give Americans the Right to Repair**. Disponível em: <<https://uspirg.org/blogs/blog/usp/half-us-states-looking-give-americans-right-repair>>. Acesso em 14 mar. 2021

147 TRONCOSO, Raymon. **‘Right to repair’ bill dough for farmers**. Disponível em: <<https://www.thetelegraph.com/news/article/Right-to-repair-bill-sought-for-farmers-15997921.php>>. Acesso em 14 mar. 2021

148 CASSIDY, et al. **Digital Fair Repair Act**. Illinois House Bill, 102nd Regular Session. Disponível em: <<https://openstates.org/il/bills/102nd/HB3061/>>. Acesso em 14 mar. 2021

149 TRONCOSO, Raymon. **Farmers ask for ‘right to repair’**. Disponível em: <<https://www.dailyherald.com/business/20210303/farmers-ask-for-right-to-repair>>. Acesso em 14 mar. 2021.

150 ROSA-AQUINO, Paola. **Fix, or Toss? The ‘Right to Repair’ Movement Gains Ground**. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2020/10/23/climate/right-to-repair.html>>. Acesso em 14 mar. 2021

A constituição da indústria dos jogos eletrônicos avançou a passos largos. Desde o seu surgimento na década de 1970 e sua profissionalização na década de 1980, os jogos eletrônicos se inscreveram cada vez mais no ecossistema da indústria cultural contemporânea. Do marketing da Nintendo até os ataques ao direito de propriedade empreendidos pela Microsoft, a indústria não poupou esforços para acumular o máximo de poder e capital possível. O mundo, no entanto, não é um monólito e onde há apenas a cultura hegemônica, há aqueles que a enfrentem.

CAPÍTULO 3

Jogos eletrônicos, arte e contra-hegemonia

Durante as três décadas das quais tratamos no capítulo anterior, a indústria dos jogos eletrônicos se consolidou rapidamente, alimentada pelo entusiasmo que sucedeu o desenvolvimento das mídias digitais após a Segunda Guerra Mundial e pelo estado de estruturação plena que o capitalismo já havia atingido à época. Assim, pôde importar procederes e pessoal de outras partes da indústria cultural, como vimos com a compra da empresa pela Warner e o apontamento de Ray Kassar como seu novo CEO.

O resultado foi a consolidação de um ramo da indústria cultural em tempo recorde. Foram apenas duas décadas entre a criação do primeiro jogo eletrônico com uma linhagem clara e o estabelecimento do Sistema Nintendo. Podemos comparar o curto espaço de tempo entre *Spacewar!* (1962) e a tomada do mercado estadunidense pela Nintendo com a chegada do *Nintendo Entertainment System* aos EUA (1983) com a atribulada história da literatura, que acompanhou o desenvolvimento do próprio sistema capitalista ao longo de séculos, passando da produção artesanal ao sistema industrial apenas no século XIX.

Como explicado no capítulo anterior, foi a Nintendo que teve a oportunidade de organizar o mercado de consoles ocidental após a crise de 1983. Com essa oportunidade única, os dirigentes da empresa aproveitaram a oportunidade para criar um sistema em que desenvolvedores estavam completamente dependentes das distribuidoras. Arcavam com os maiores gastos envolvidos na distribuição de jogos eletrônicos, e retinham parte do lucro e o poder decisório sobre muito do processo de desenvolvimento. Protegidas por altas barreiras à entrada, distribuidoras escolhiam que categorias de jogos poderiam ser feitos, quantas cópias seriam disponibilizadas no mercado, onde seriam vendidos, como as campanhas de *marketing* seriam realizadas, etc.

Esse controle dracônico das distribuidoras sobre desenvolvedores teve seu ápice nos anos em que a Nintendo reinou sozinha no mercado estadunidense desfrutando de seu monopólio, motivo pelo qual chamei essa estrutura de funcionamento de Sistema Nintendo. Não se deve imaginar, no entanto, que foi uma excepcionalidade que levou a gigante japonesa de onde saíram Mario, Zelda e outras franquias a se estabelecer dessa forma. A Nintendo simplesmente tentou maximizar seus lucros, estruturando o mercado para reter a maior parte do controle sobre qualquer processo. Sabemos que seu comportamento não é único porque mesmo após a chegada diversas outras empresas ao mercado ocidental esse sistema nunca foi contestado seriamente.

Com um mercado de consoles domésticos controlado por suas fabricantes e distribuidoras de jogos, a indústria se consolidou rapidamente através de compras de estúdios por essas grandes empresas, que controlaram cada vez mais mercados e propriedades intelectuais. Organizadas de forma hierárquica e antidemocrática, essas empresas são muitas vezes controladas por capitalistas que tem pouca ou nenhuma relação com jogos eletrônicos, ou interesse no desenvolvimento da mídia. Como vimos, esse processo se acentuou nos anos 2000, com o crescimento das maiores distribuidoras e das barreiras à entrada.

O processo de consolidação da indústria dos jogos eletrônicos resultou no que Adorno e Horkheimer haviam postulado em *Dialética do Esclarecimento*. O processo foi similar às mídias que nasceram antes do jogo eletrônico, e envolveu a homogeneização da arte em torno daquilo que era mais lucrativo no momento. A multiplicidade de gêneros que surgiram durante as décadas descritas no Capítulo 2 foram apagadas das desenvolvedoras AAA (o equivalente do *blockbuster* ou do *best-seller*) e substituídas por uma massa amorfa de jogos de “ação” e “aventura”, cujo design preguiçoso e seguro espelhava as decisões da burguesia financeira que havia se apossado da mídia e parecia ancorada na máxima adorniana de que toda a cultura de massa é idêntica.

Foi nessa época, quando o Xbox 360 e o PlayStation 3 eram tecnologia de ponta, que os jogos passaram a se assemelhar cada vez mais. O orçamento do marketing dos jogos AAA ultrapassou seus custos de desenvolvimento e diversas franquias importantes para a história dos jogos eletrônicos foram transformadas em cópias daqueles da moda, restando de sua linhagem apenas o nome. Séries que antes haviam sido exemplos de inovação e/ou excelência como *Thief* e *Medal of Honor* foram reduzidas a versões baratas dos gigantes *Gears of War*, *Battlefield* e *Call of Duty*. Nenhum caso serve como exemplo da queda de qualidade provocada pela consolidação da indústria cultural, no entanto, quanto a franquia *Resident Evil*.

Capitaneada por Hideki Kamiya, a franquia surgiu na desenvolvedora CAPCOM, responsável por diversos dos maiores sucessos do Japão, como as franquias *Megaman* (*Rockman* no país oriental) e *Monster Hunter*. Conhecida por seu tom de filme de terror “B” (de baixo orçamento), o jogo conhecido no Japão como *Biohazard* foi publicado para o console PlayStation, utilizando-se da capacidade de processamento 3D do console da Sony para refinar a jogabilidade inventada por seu precursor *Alone in the Dark* (Infogames, 1992). Como nele, o jogador tem que controlar um personagem que se move de maneira ruim e lenta por corredores de uma mansão infestada por zumbis. A munição e os pontos de salvamento são escassos, e é preciso resolver quebra-cabeças que demandam que o jogador cruze o território perigoso diversas vezes, tornando administração de recursos uma habilidade mais importante do que os reflexos do jogador.

É possível, às vezes fácil, enfrentar os inimigos em *Resident Evil 1, 2 e 3*, mas enfrentar todos é impossível. As balas gastas para matar um zumbi podem fazer falta após alguns minutos e alguns inimigos são invencíveis ou demandam uma quantidade enorme de recursos para serem espantados. Fugir é, muitas vezes, a única opção. Essa combinação de falta de recursos, espaços claustrofóbicos e tensão constante são as marcas do gênero conhecido como *Survival Horror* (Horror de Sobrevivência). Com o passar dos anos, no entanto, a série foi perdendo seu elã e se tornando repetitiva devido ao excesso de títulos sendo produzidos devido às demandas da CAPCOM, mais uma das consequências do funcionamento da indústria cultural.

A solução para o time ainda capitaneado por Hideki Kamiya foi uma mudança radical, apesar de já gestada no seio da franquia. Pivotando para a ação, *Resident Evil 4* (Capcom, 2004) foi lançado exclusivamente para o *Nintendo GameCube*, contrariando a relação que a franquia tinha com os consoles da Sony. A franquia contava a história do personagem Leon Massey, já conhecido dos fãs, desta vez trabalhando como um agente do governo dos EUA, escoltando Ashley, a filha do presidente, por uma Espanha infestada pelo vírus *Las Plagas*. O jogo foi incrivelmente popular e é considerado um dos mais importantes pontos de inflexão para a jogabilidade de ação da história dos jogos eletrônicos devido à implementação de uma câmera colocada por cima dos ombros do personagem principal.

Ao contrário dos jogos de plataforma, que privilegiavam uma câmera afastada do personagem para que o jogador pudesse ler claramente o terreno que atravessaria, a câmera em *Resident Evil 4* era quase íntima. Não igualava jogador e personagem como a câmera em primeira pessoa de *Doom*, mas oferecia uma aproximação visceral com a ação de tiro em terceira pessoa, que chegava nos consoles nesse período. Esse modelo de câmera possibilitou uma nova forma de jogo de tiro adequado aos consoles domésticos, ainda pouco abastecidos pelos jogos do gênero. Na sétima geração, a jogabilidade em terceira pessoa foi refinada na série *Gears of War*, que – combinada ao sucesso de *Halo* – consolidou o *Xbox 360* como o console dos jogos de tiro.

Nessa época, *Resident Evil* se viu em uma situação perigosa. Por um lado, os custos de desenvolvimento e promoção de jogos AAA levavam as grandes empresas a buscarem o maior mercado possível, afastando-se de gêneros de nicho como o *Survival Horror*. Por outro lado, a série se viu acossada pelos jogos de tiro em terceira pessoa que ajudara a fundar. A decisão tomada foi continuar a se mover em direção à ação e ao apelo de massa. *Resident Evil 5* (Capcom, 2009) introduziu jogabilidade cooperativa à série, mas com uma inteligência artificial tão ruim que tornava o jogo um suplício para quem não tivesse um amigo disponível. A escrita da série também sofreu, com o jogo contando com um dos momentos mais ridículos da série, no qual o protagonista

Chris Redfield soca um pedregulho. A cena chegou a ser transformada em um meme conhecido como *punching the boulder*¹⁵¹.

Resident Evil 5 é considerado hoje um dos piores jogos da linha principal da franquia pelos fãs¹⁵², mas foi recompensado na época de seu lançamento com vendas estratosféricas alimentadas pelas campanhas de *marketing* da CAPCOM e por fãs famintos pela série que amavam. O lucro proporcionado serviu como incentivo para que a CAPCOM levasse a série ainda mais para a ação, apostando em aumentar o entretenimento o máximo possível. O resultado foi *Resident Evil 6*, um fracasso de público e crítica que transformou a série pioneira do horror em uma paródia das inovações na jogabilidade de ação que ela mesma havia criado¹⁵³.

Um dos maiores motivos para essa homogeneização pode ser observado na relação da indústria (e seus dirigentes capitalistas) com risco e o seu público-alvo. Contrariando as imagens do artista romântico que exprime o que sente, e a do capitalista inovador que descobre o mercado por puro tino, a maior parte das grandes empresas — especialmente as de capital aberto — investe apenas após uma extensa análise de riscos e potenciais retornos. No caso da indústria cultural, a maior forma de diminuir o risco é investir em um público já conhecido, abastecendo-o com os seus produtos favoritos.

Para a indústria dos jogos eletrônicos isso significou uma fixação com o mesmo público explorado pela Nintendo na década de 1980 (homens jovens de classe média do Primeiro Mundo¹⁵⁴) por quase três décadas, como vimos no capítulo 2. A indústria conduzia análises extensivas e profundas dos jogos favoritos desse grupo, de modo a constatar o curso de ação mais lucrativo e menos arriscado. Os grandes capitalistas e seus porta-vozes justificavam suas escolhas argumentando que esse é um proceder racional e neutro, composto pelos meios de análise mais sofisticados e destinado exclusivamente a compreender o mercado e agir da forma mais eficiente possível.

151 O nome é uma referência à expressão *jumping the shark*, que denota o momento no qual uma obra de arte ultrapassa todos os limites da credibilidade e está disponível em: <<https://youtu.be/foLTVFjTs-4?t=231>>. Acesso em 14 abr. 2022

152 Podemos ter uma noção da decepção ao compararmos *Resident Evil 5* com seu predecessor no site agregador de notas Metacritic (acesso em 14 abr. 2022). Em todas as plataformas as notas de usuário para RE5 são 7.4 (Xbox One; Xbox 360; PlayStation 3), 7.2 (PC; PlayStation 4) e 6.6 (Nintendo Switch). *Resident Evil 4*, em comparação, tem nota 9.0 (PlayStation 2), 8.7 (Nintendo Switch), 8.6 (PC), 8.5 (PlayStation 3; PlayStation 4), 8.2 (Xbox One) e 8.0 (Xbox 360). Apesar dos diversos problemas da plataforma, como não incluir o original de *GameCube* de RE4, podemos ver que a versão de RE4 com a pior avaliação recebe notas melhores que as melhores avaliações de RE5.

153 É importante notar que *Resident Evil* voltaria a cair nas graças do público com o lançamento de *Resident Evil VII: Biohazard* e *Resident Evil VIIIage*. A maior diferença entre eles e os jogos que representam o ponto baixo da franquia (*Resident Evil 5* e *6*) foi, fundamentalmente, a volta da jogabilidade de Horror de Sobrevivência.

154 A raça, sempre presente nas relações de classe a nível global, não era tão presente no *marketing* da Nintendo. É óbvio, por razões demográficas que, ao buscar jovens de classe média de países predominantemente brancos (no Ocidente), a Nintendo priorizou jovens brancos, mas não excluiu pessoas de outras raças como excluiu mulheres.

Esse proceder, no entanto, é obviamente incapaz de compreender a totalidade do mercado. Os representantes da indústria perguntam a um público que eles mesmos definiram quais os seus gostos no presente e investe-se a partir daí, ignorando-se todo público em potencial e também possíveis mudanças de mercado. O resultado é um ciclo vicioso onde o que está em evidência é mais evidenciado ainda pela vontade dos investidores de lucrar com base em uma moda. A arte, condicionada a imitar o que é popular, se reduz a cópias cada vez piores da última inovação a ter feito sucesso com o público, até que o mercado se sature e algo diferente desponte, momento a partir do qual o ciclo recomeça¹⁵⁵.

A consolidação da indústria cultural também trouxe outros efeitos adversos. Sitiados pelos custos crescentes de desenvolvimento e promoção de jogos eletrônicos, as grandes distribuidoras precisavam aumentar e diversificar suas fontes de renda. A obstinação em perseguir o lucro fácil e seguro impediu essas empresas e suas montanhas de capital de buscar jogadores em setores pouco servidos pelo mercado, pondo o ônus de garantir a lucratividade no mesmo público-alvo que a indústria já buscava desde a década de 1980.

O que se sucedeu foi o aumento nas técnicas de monetização, envolvendo uma multiplicação de produtos vendidos. Conteúdo adicional para os jogos passou das grandes expansões para pequenos conjuntos de conteúdo desenhados para arrancar o máximo de dinheiro possível do exíguo mercado que a míope indústria se negava a expandir devido à explosão de lucro vista nos anos 2000. Os trabalhadores também sofreram, submetidos a gerentes e investidores que podiam se dar ao luxo de tratar mão de obra especializada como proletários. As grandes distribuidoras, que concentravam a maior parte do capital e do mercado, se tornaram locais de exploração do trabalho intensa e assédio constante, exacerbando problemas que já apareciam nos primórdios na indústria, como veremos no Capítulo 4.

Basta dizer que a consolidação da indústria foi ruim para todas as partes envolvidas com o jogo eletrônico, exceto para os investidores e *CEOs* que acumulavam lucros faraônicos. Com trabalhadores exaustos e muitos consumidores cansados da mesmice, havia um mercado para inovação e transgressão, para desenvolvedores de jogos eletrônicos que renovassem a mídia. Foi com o surgimento da *internet* banda larga e, conseqüentemente, da distribuição digital de jogos eletrônicos que os jogos independentes puderam surgir, não como exemplos isolados, mas como um grupo relativamente coeso em proposta e estética.

155 Como veremos mais a frente, essa renovação geralmente não vem da indústria cultural, e sim de artistas independentes cujo estilo será mais tarde cooptado por ela. Para mais desse assunto, ver LIPKIN, Nadav. **Examining Indie's Independence: The Meaning of "Indie" Games, the Politics of Production, and Mainstream Co-optation.** *The Journal of the Canadian Game Studies Association* Vol 7(11). pp. 8-24.

Como descrito no Capítulo 2, o principal motivo para a concentração de poder nas mãos das distribuidoras foi o alto custo relacionado à distribuição do jogo eletrônico. Os custos de fabricar os jogos, transportá-los através de continentes, liderar campanhas de *marketing* e garantir o lucro das lojas onde eles precisavam ser vendidos tornavam a operação impeditiva para desenvolvedores independentes. A chegada de novas tecnologias como o CD diminuiu os custos, mas não de tal forma que pudesse alterar a distribuição de forças na indústria.

Com o avanço nas tecnologias de comunicação, tanto a capacidade de tráfego da *internet* quanto a capacidade de armazenamento dos computadores aumentaram rapidamente, permitindo que os jogos eletrônicos fossem distribuídos diretamente pela rede. A distribuição digital já existia, como visto no caso de *Doom*, popularizado pela modalidade de *shareware* em 1993, mas era a exceção, e não a regra. Com a popularização dos computadores pessoais e da banda larga nas casas do público consumidor nos países desenvolvidos, além da popularização de ferramentas que facilitavam o desenvolvimento de jogos, as portas para uma onda de novos desenvolvedores e seus novos jogos estavam abertas.

3.1 Volta às origens

Um processo central para a chegada dos jogos independentes no mercado de massa de jogos eletrônicos foi a fundação de duas lojas de jogos digitais: a *Steam*, para computadores pessoais, e a *Xbox Live Arcade*, para os consoles da *Microsoft*. Jogos distribuídos digitalmente já existiam antes delas, mas eram primordialmente encontrados em sites na *internet* onde podiam ser jogados de graça. Muitos deles eram projetos amadores elaborados em programas como o *Adobe Flash*¹⁵⁶, *plug-in* que permitia que jogos fossem processados no navegador, sem necessidade de instalação. O único passo que faltava para que esses jogos se tornassem o fenômeno estético e de vendas que renovou a indústria nos anos 2000 era serem inscritos no sistema de produção e venda capitalistas. Este movimento demandava uma forma de compra e venda de confiança, como aquela que a Nintendo havia cultivado na década de 1980. É daí que vem a importância da *Steam* e da *Xbox Live Arcade*.

A *Steam* foi fundada pela desenvolvedora e distribuidora *Valve*. Conhecida pelo revolucionário *Half-Life* (*Valve*, 1998), que levou os fundamentos da narrativa para os jogos de tiro

156 O programa *Adobe Flash* foi descontinuado por sua empresa-mãe, a *Adobe*, em 2020, exceto para empresas e usuários na China. A razão foi o avanço da tecnologia usada na *web*, que tornou o *plug-in* desnecessário. Infelizmente, isso foi um duro golpe para a preservação de jogos eletrônicos, já que é impossível calcular quantos jogos desenvolvidos para *Flash* foram perdidos. A comunicação da descontinuação do programa está disponível em: <<https://web.archive.org/web/20171202123704/https://theblog.adobe.com/adobe-flash-update/>>. Acesso em 14 abr. 2022

em primeira pessoa e deu origem a modificações como *Team Fortress* e *Counter-Strike*. Além disso, também é a empresa-mãe de outros jogos amplamente influentes, como as continuações dos dois jogos mencionados, *Dota 2* (Valve, 2013) e *Portal* (Valve, 2007). A empresa precisava de uma plataforma através da qual pudesse distribuir as atualizações digitais de *Half-Life 2* (Valve, 2004) e a solução foi o programa, de instalação obrigatória para os jogadores.

De apêndice para fãs da *Valve*, a *Steam* passou a programa obrigatório em todos os computadores de jogadores graças à sua confiabilidade, seu alcance global e os descontos encontrados na plataforma, tão generosos quanto frequentes. A abertura aos jogos independentes, no entanto, foi gradual: a *Valve* começou vendendo seus próprios jogos, depois aqueles vendidos por grandes distribuidoras e, finalmente, jogos de pequenas distribuidoras e independentes. O sistema de “portas abertas” vigente hoje em dia merece críticas, com desenvolvedores de menor reputação se digladiando pela atenção do possível consumidor, mas foi através dessa loja que o hábito de comprar jogos digitais se estabeleceu no mundo dos jogadores de PCs.

Muitas outras lojas digitais tentaram se estabelecer no mercado de computadores pessoais. O site *itch.io*, por exemplo, se especializa na distribuição de jogos independentes, enquanto diversos outros serviços como *Origin* e *UPlay* foram criados por distribuidoras (*Electronic Arts* e *Ubisoft*, respectivamente) na tentativa de reter o controle sobre os seus produtos no mercado digital. Quase todas falharam devido à falta de diversidade no catálogo, uma experiência de usuário contra-intuitiva e preços mais altos que os da *Steam*. Hoje apenas a *Epic Games Store*, abastecida pelos lucros proporcionados pelo fenômeno *Fortnite: Battle Royale* (Epic Games, 2017) e um aporte de capital da gigante chinesa *Tencent*¹⁵⁷¹⁵⁸, tenta fazer frente a *Valve*, que detém um monopólio na distribuição de jogos digitais para PC no Ocidente.

A *Microsoft*, por outro lado, era uma novata no mercado de jogos eletrônicos quando a *Xbox Live Arcade* surgiu. A empresa de Bill Gates, conhecida pelo sistema operacional *Windows* e pelo conjunto de programas de escritório *Microsoft Office* chegou ao mercado de consoles na sexta geração com o *Xbox*, uma proposta de jogos americanizados como *Halo: Combat Evolved* (Bungie, 2001) e estética radical, combinando o verde-fluorescente do refrigerante *Mountain Dew* com o X dos *X Games*. O *Xbox* original não chegou nem perto do console mais vendido da geração, o *PlayStation 2*, sucesso absoluto de público e crítica, mas estabeleceu a estratégia de vendas da *Microsoft*: apostar em conectividade com a *internet*.

157 RAPOZA, Kenneth. **China's Tencent Buys Stake In U.S. Epic Games**. Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/kenrapoza/2012/06/20/chinas-tencent-buys-stake-in-u-s-epic-games/?sh=2396bcbd54df>>. Acesso em 14 abr. 2022

158 CRECENTE, Brian. **Tencent's \$330M Epic Games investment absorbed 40 percent of developer [Updated]**. Disponível em: <<https://www.polygon.com/2013/3/21/4131702/tencents-epic-games-stock-acquisition>>. Acesso em 14 abr. 2022

Quando a sétima geração de consoles chegou, a *Sony* engatinhava em conexões com a *web* a *Nintendo* nem imaginava entrar seriamente nesse mercado. A *Microsoft*, por sua vez, já possuía conectividade *online* no *Xbox*, que aprimorou para o *Xbox 360*. A *Xbox Live Arcade*, transformada de programa de conexão virtual em loja digital, foi integrada ao console e passou a ser o padrão-ouro do gênero para consoles por sua segurança, simplicidade e praticidade. Mais do que isso, a empresa estadunidense apostou em jogos simples, pequenos, baratos e independentes como forma de conseguir um nicho de mercado frente às gigantes já estabelecidas. Esses jogos, como *Castle Crashers* (The Behemoth, 2008), *Braid* (Jonathan Blow, 2008), *Fez* (Polytron Corporation, 2012) e *Super Meat Boy* (Team Meat, 2010), eram muito pouco lucrativos para serem vendidos nos corredores das lojas de departamento, dando ao console da *Microsoft* uma diversidade invejável¹⁵⁹.

Essa primeira geração de jogos independentes chegou nos consoles ao mesmo tempo em que a consolidação da indústria chegou a seu ponto máximo. Na segunda metade dos anos 2000, superproduções como a série *Call of Duty*¹⁶⁰ passaram a conviver com *Braid*, feito por um único desenvolvedor, nas lojas do *Xbox*. Com o tempo, jogos independentes tomaram as lojas digitais de assalto devido à chegada do mercado digital a todos os consoles (hoje em dia até a atrasada *Nintendo* já abraçou a jogabilidade *online*) e à potencial lucratividade desses jogos, que exploram nichos ignorados pelos arrasa-quarteirões da indústria AAA com orçamentos mínimos.

Podemos antever que jogos eram esses pelo nome da plataforma onde foram lançados. O *Arcade*, de *Xbox Live Arcade*, significa “fliperama” em português, e é utilizado para descrever o tipo de jogo comumente encontrado nesses espaços, ou seja, uma mistura de jogo curto e retrô. Felizmente temos um registro do desenvolvimento de jogos eletrônicos dessa época no documentário *Indie Game: The Movie*, lançado em 2012¹⁶¹. O filme acompanha o desenvolvimento de *Super Meat Boy*, *Braid* e *Fez*, registrando as dificuldades de se terminar um jogo no tempo necessário (*Super Meat Boy*), de se acompanhar as expectativas da comunidade (*Fez*) ou de fazer com que os jogadores interpretassem o jogo como o autor desejava (*Braid*). Podemos ter uma noção do estado do desenvolvimento de jogos independentes, por exemplo, ao perceber que *Braid* era o grande bastião da comunidade por vender 10.000 cópias desde seu lançamento em 2008. *Super*

159 Importante ressaltar que a diversidade nos jogos encontrados no console da *Microsoft* necessidade comercial da empresa, incapaz de acessar boa parte dos jogos japoneses vendidos exclusivamente pela *Sony*.

160 *Call of Duty* e outros jogos de guerra já foram estudados por historiadores em trabalhos focados especialmente relação entre o enredo apresentado pelos jogos, a História e a ideologia imperial estadunidense. Para mais, ver SANTOS, Christiano Britto M. **Medal of Honor e Call of Duty: uma Comparação entre Missões do Videogame e Eventos Históricos**. Tese de Doutorado. Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ, Rio de Janeiro, 2014.

161 PAJOT, Lisanne. SWIRSKY, James. **Indie Game: The Movie**.

Meat Boy, por outro lado, chegou a sucesso astronômico ao ter 20.000 cópias vendidas em apenas 24 horas¹⁶².

Os jogos que definiriam parte da comunidade de jogos independentes tinham em comum seu estilo retrô, em relação de quase reverência para com o cânone estabelecido na década de 1980. Nadav Lipkin ressalta em seu artigo *Examining Indie's Independence: The Meaning of "Indie" Games, the Politics of Production, and Mainstream Co-optation*¹⁶³ que boa parte das características estéticas da arte independente é condicionada pelas condições materiais de produção. Nesse sentido, a prevalência de jogabilidade em duas dimensões combinada com gráficos simples e "pixelados" se deve não apenas a uma escolha estética, mas também ao fato de que o custo de fazer esse tipo de jogos é ordens de magnitude menor que os jogos AAA fotorrealistas.

Por outro lado, precisamos considerar que muito do que formou a comunidade *indie* foi uma escolha consciente por parte dos *designers* em imitar o que a Nintendo havia popularizado décadas atrás. Tomemos como exemplo *Super Meat Boy* e *Cuphead* (Studio MDHR, 2017), dois jogos de plataforma independentes conhecidos tanto por sua identidade visual quanto por sua dificuldade altíssima. Com a massificação dos jogos eletrônicos e o aumento da duração de cada jogo, sua dificuldade foi sendo reduzida para acomodar tanto o novo mercado quanto as novas formas de interação que se desenvolveram. Ao oferecer experiências curtas e incrivelmente difíceis, os dois jogos mencionados atualizaram a *Nintendo Hard*, expressão utilizada para descrever a alta dificuldade que inflava a duração dos jogos de NES e SNES.

Mais de uma década após a popularização dos jogos *indies*, o apelo nostálgico foi comprovado pela multiplicação de jogos elaborados para reviver as glórias dos dias passados. *Shadow Tactics: Blades of the Shogun* (Mimimi Productions, 2016) relê *Desperados: Wanted Dead or Alive* (Spellbound Entertainment, 2001); *20XX* (BatteryStaple Games, Fire Hose Games, 2016) relê *Megaman X* (Capcom, 1993); *Dusk* (David Szymanski, 2018) relê *Quake* (Id Software, 1996); *Project Warlock* (Buckshot Software, 2018) relê *Doom* (Id Software, 1993) e *Hexen: Beyond Heretic* (Raven Software, 1995); *Wargroove* (Chucklefish, 2019) relê *Advance Wars* (Intelligent Systems, 2001). Para onde se olha no mercado de jogos independentes é possível sentir a influência de jogos clássicos.

O valor da nostalgia para o *marketing* e a construção formal de jogos independentes é tanta que alguns desses jogos foram desenvolvidos pelas mesmas pessoas que haviam feito história

162 Para termos uma noção da diferença entre esses jogos independentes e a situação contemporânea, o fenômeno *Among Us* teve um recorde de **jogadores simultâneos** na plataforma Steam de 438.524 jogadores. Isso é mais impressionante ainda se considerarmos que *Among Us* era originalmente um jogo para *smartphone*. Disponível em: <<https://steamcharts.com/app/945360>>. Acesso em 14 abr. 2022

163 LIPKIN, Nadav. **Examining Indie's Independence: The Meaning of "Indie" Games, the Politics of Production, and Mainstream Co-optation.** *The Journal of the Canadian Game Studies Association* Vol 7(11). pp. 8-24.

trabalhando com os gêneros que estavam revitalizando. Esse foi o caso dos sucessos *Pillars of Eternity* (Obsidian Entertainment, 2015) e *Tyranny* (Obsidian Entertainment, 2016), ambos desenvolvidos por pessoal da antiga *Black Isle Studios*, que fez sua fama com RPGs isométricos como *Planescape: Torment* (Black Isle Studios, 1999); de *Bloodstained: Ritual of the Night* (ArtPlay, 2019), dirigido por Koji Igarashi, da série *Castlevania*; e do fracasso de *Mighty nº 9* (Comcept, 2016) de Keiji Inafune, homem forte da franquia *Megaman*. Uma similaridade entre todos eles é que foram financiados coletivamente (à exceção de *Tyranny*, cujo financiamento foi garantido por meios tradicionais devido ao sucesso de *Pillars of Eternity*).

O sistema de financiamento coletivo também é algo novo, introduzido na produção de jogos eletrônicos pela popularização da *internet*. Nele, um grupo de pessoas financia um projeto com diversos valores em uma plataforma virtual. A prática é similar à chamada “vaquinha”, em que os diversos colaboradores financiam algo, em oposição ao sistema tradicional de financiamento, dependente de uma pessoa, seja ela física ou jurídica. A diferença é que a amplitude de um financiamento através de uma plataforma como *Kickstarter*, favorita dos desenvolvedores independentes, é ordens de magnitude maior que a de uma “vaquinha” tradicional, dependente de conhecidos diretos e sem salvaguardas claras e padronizadas.

O surgimento do financiamento coletivo terminou o que o Sistema Nintendo havia começado, libertando os jogos independentes das amarras das grandes distribuidoras no financiamento. Graças a esse processo uma equipe de desenvolvedores podia angariar fundos, produzir e distribuir seus jogos sem nenhuma relação com as grandes empresas que haviam dominado o mercado nas décadas anteriores. Os prospectos de liberdade eram incríveis e uma espécie de *indiemania* tomou conta da comunidade *gamer*, com jogadores louvando os desenvolvedores independentes como novos salvadores da mídia.

Os projetos de uma mídia renovada, abastecida por desenvolvedores autorais infelizmente não se concluíram. Jogos independentes se popularizaram, mas sua estética foi incorporada pelas grandes distribuidoras, que passaram a vender jogos como *indies* por semelhança estética, como no caso de *Child of Light* (Ubisoft Montreal, 2014) e *Valiant Hearts: The Great War* (Ubisoft Montpellier, 2014), ambos distribuídos pela gigante francesa *Ubisoft*. Além disso, o mercado desses jogos passou por diversos ciclos, com prospectos constantes de colapso no mercado por excesso de oferta, chamados coloquialmente de *Indiepocalypse*. Os colapsos também não vieram, mas reforçaram o quão dependentes das decisões de grandes empresas, especialmente a Valve, os *indies* eram.

Mais do que essa situação instável, a associação dos jogos independentes com as estéticas e público-alvo que haviam sido estabelecidos no início da indústria criaram, especialmente após o

GamerGate, uma espécie de reacionarismo *indie*. Desenvolvedoras como a *Running With Scissors*, conhecida pelo grotesco e ultraviolento *Postal* se aliaram com a campanha de assédio¹⁶⁴, enquanto a *THQ*, em queda franca desde a geração do *PlayStation*, fez uma sessão de perguntas e respostas, conhecida como AMA¹⁶⁵ no *8chan*, fórum criado como uma dissidência do *4chan* e incubador de movimentos de extrema-direita¹⁶⁶.

Outras desenvolvedoras e seus jogos foram comumente associados com o *GamerGate* ou com o tipo de jogador que o apoia. Jogos como *Mordhau*¹⁶⁷ (Triternion, 2019) ficaram conhecidos por seus *chats* e fóruns infestados de racistas e outros preconceituosos de todo tipo. Jogos pornográficos, especialmente japoneses, também são deificados por esses jogadores, que consideram a objetificação das mulheres uma característica essencial do Japão, espaço “exótico” e “politicamente incorreto”. Fato é que um nicho para jogos “politicamente incorretos” surgiu no mercado. Seja por convicção política, oportunismo ou até mesmo negligência, muitos desenvolvedores independentes passaram a atender o desejo de parte da comunidade *gamer* por jogos que a indústria AAA não ofereceria por serem baixos e desrespeitosos demais.

Muitos desses jogos se tornaram espaços organizados de maneira a excluir *outsiders* e realizar o sonho reacionário do *Gamergate* de uma comunidade *gamer* homogênea e imutável. Por outro lado, e felizmente, o desenvolvimento tecnológico que permitiu o surgimento de jogos independentes também deu voz a minorias que cada vez mais chegavam aos jogos eletrônicos.

3.2 Novas perspectivas

Minorias sempre estiveram nos bastidores do mundo dos jogos eletrônicos. *Tennis for Two* (Ralph Baer, 1958), o primeiro jogo eletrônico da história foi criado por um judeu, Ralph Baer. O negro Jerry Lawson foi instrumental no design do *Fairchild Channel F*, primeiro console com cartuchos intercambiáveis. Mulheres, por sua vez, tinham uma importância fundamental nas primeiras décadas da informática, compondo, por vezes, a maioria dos usuários de computadores.

164 Allum Bokhari e o neonazista Milo Yiannopoulos chamaram a *Running with Scissors* de “guardiões anti-censura” (*anti-censorship stalwarts*) em um artigo para o site de extrema-direita Breitbart. O mesmo Milo aparece em *POSTAL 2: Paradise Lost*, evidenciando a relação do estúdio com movimentos de extrema-direita. Disponível em: <<https://www.breitbart.com/entertainment/2015/07/20/enough-entire-entertainment-industry-says-no-more-to-social-justice-warriors/>>. Acesso em 20 nov. 2021

165 Do inglês *Ask Me Anything* (Pergunte-me qualquer coisa)

166 FRANK, Allegra. **THQ Nordic hosts AMA on forum known for child porn and hate campaigns**. Disponível em: <<https://www.polygon.com/2019/2/26/18241827/thq-nordic-ama-8chan-apology-backlash>>. Acesso em 20 nov. 2021.

167 HORTI, Samuel. **Rampant racism and toxicity are driving players away from Mordhau (updated)**. Disponível em: <<https://www.pcgamer.com/rampant-racism-and-toxicity-are-driving-players-away-from-mordhau/>>. Acesso em 20 nov. 2021

Eram, no entanto, poucas quando as comparamos à maioria branca das universidades dos EUA e nunca chegaram às posições de chefia nos departamentos de pesquisa ou na indústria.

Essas pessoas, no entanto, foram progressivamente expulsas do ramo da eletrônica devido a uma série de fatores. O alto custo de ir para a universidade nos EUA era um impedimento aos pobres — estatisticamente mais negros e latinos que brancos —, e o preconceito e o assédio que mantiveram as mulheres afastadas do campo da computação por décadas. O Terceiro Mundo nem sequer teve oportunidade de tomar parte na nascente indústria dos jogos eletrônicos, dominada por cidadãos dos países que podiam arcar com os custos de desenvolvimento de eletrônicos.

O caso dos judeus e asiáticos é uma exceção. Elevados ao posto de “quase brancos” e “minorias modelo” após a Segunda Guerra Mundial, sua presença era muito mais tolerada nos cursos e na indústria que deram origem aos jogos eletrônicos (desde que fossem homens, obviamente). Essa aceitação estava, no entanto, condicionada à respeitabilidade dessas minorias¹⁶⁸, ou seja, à sua disposição de apagar a história de sua raça e fingir que o antissemitismo, assim como o preconceito com a raça amarela, havia acabado.

Isso significa que discussões sobre a experiência vivida de minorias eram de fato um tabu durante o período em que a indústria cultural dominou os jogos eletrônicos. Com a consolidação da indústria e o aumento dos custos de desenvolvimento de jogos, essa exclusão apenas se institucionalizou. Jogos com temas que poderiam alienar o público conservador foram cada vez mais impedidos de chegar às prateleiras em nome da maximização do lucro, enquanto aqueles que ecoavam a política hegemônica recebiam em grandes campanhas de *marketing*¹⁶⁹.

Os pioneiros dos jogos independentes encontraram seu lugar lutando contra uma indústria que repudiava os baixos lucros que jogos de nicho proporcionavam. As minorias que começaram a fazer suas vozes serem ouvidas (e muitas vezes encontradas, visto o quão jovens muitos desses desenvolvedores eram) tiveram que lutar contra uma indústria que nunca fez muita questão de esconder que os odiava por quem eles eram. Suas vidas, hoje comercializadas nos jogos AAA em busca de um público-alvo mais amplo e da respeitabilidade proporcionada pela pauta da

168 Respeitabilidade no caso se refere ao conceito desenvolvido por certas teóricas feministas como Elisabeth Schüsser-Fiorenza e Natalie Osborne. Segundo elas, a complexa teia de opressões desenvolvida ao longo da História da sociedade ocidental leva à criação de uma espécie de “pirâmide de tipos humanos”, ordenados de acordo com o quanto merecem ser respeitados (sua **respeitabilidade**). É possível se mover para cima na pirâmide através da emulação de um comportamento idealizado (geralmente a obediência ao sistema), se bem que essa mobilidade é mais restrita quanto mais baixo se está na pirâmide. A mobilidade inferior, por outro lado, é irrestrita e é constantemente utilizada contra todos os membros potencialmente rebeldes ao sistema. Para mais informações sobre esse conceito, ver SCHÜSSER-FIORENZA, Elisabeth. **Deus (G*d) trabalha em meio a nós: De uma Política de Identidade para uma Política de Luta** e OSBORNE, Natalie. **Intersectionality and kyriarchy: A framework for approaching power and social justice in planning and climate change adaptation**. *Planning Theory* 201X, Vol XX(X) 1–22

169 O caso dos jogos da série *Call of Duty* é exemplar pelo seu nível de aderência acrítica à política de Guerra ao Terror do Partido Republicano estadunidense. O ex-presidente Ronald Reagan, por exemplo, aparece instruindo os jogadores em *Call of Duty: Cold War*.

diversidade, muitas vezes estiveram em risco devido ao reacionarismo observado na comunidade *gamer*.

Podemos começar com a maior das minorias: as mulheres. Subjugadas por um conjunto de normas e práticas culturais conhecidas como *patriarcado*, elas estão presentes em todas as sociedades do mundo, consequência natural da forma de reprodução humana. Compõem por volta de metade da população humana, superando numericamente qualquer uma das raças em que a humanidade já esteve dividida.

A pequena diferença biológica entre os sexos levou a humanidade a compreender a diferença entre homens e mulheres em termos sociais. Isso não impede pessoas que naturalizam as diferenças entre os sexos, mas é importante notar que esse pensamento não é corroborado por nenhuma pesquisa científica. A multiplicidade de experiências vividas pelas mulheres durante a História humana deu origem a uma variedade igualmente grande de pensamentos que buscam contestar a dominação masculina.

A diversidade dos movimentos feministas contemporâneos nos permite tentar compreender as lutas por igualdade sexual por diversos prismas. Dentre esses, é a relação entre sexismo e trabalho desenvolvida pelas feministas marxistas que mais se aplica ao estudo dos jogos eletrônicos. Derivado dos trabalhos de Karl Marx e Friedrich Engels, feministas marxistas como Alexandra Kollontai, Silvia Federici e Angela Davis buscaram compreender como a dominação sexual se relaciona com a dominação do trabalho.

Segundo essas teóricas, ambas as dominações se alimentam, sendo as mulheres mais exploradas por sua posição social vulnerável. A exploração, por sua vez, alimenta a vulnerabilidade na qual a maioria das mulheres vivem. Foram pioneiras no estudo das condições de vida e história das mulheres trabalhadoras a partir do seu argumento de que o capitalismo se utilizou historicamente da superexploração do trabalho feminino para se estabelecer e se expandir.

Essas teóricas deram voz ao sentimento de milhões de mulheres ao redor do mundo ao reconhecer como a dominação masculina se estrutura no mundo do trabalho através de dois grandes eixos: a exclusão das mulheres dos trabalhos que conferem prestígio, renda e poder e a exploração do trabalho doméstico. O primeiro eixo explica por que os desenvolvedores de jogos eletrônicos eram majoritariamente homens, enquanto o segundo explica porque a maioria dos jogadores era homem.

Segundo as feministas marxistas, parte central da exploração do trabalho por parte da burguesia é a exclusão sistemática da classe explorada aos trabalhos que conferem controle sobre seu próprio trabalho ou seu condicionamento às demandas da burguesia. Isso é feito através da elevação das barreiras à entrada em certos ramos da economia e da coerção de trabalhadores

organizados, entre outros expedientes. Mulheres, ao contrário de proletários, nascem em todas as classes e condições financeiras possíveis, então a submissão dessas pessoas aos trabalhos menos prestigiosos, rentáveis e independentes, resulta primordialmente de coerção cultural, física e sexual. Mulheres que se desviem dos ofícios escolhidos por elas pelo patriarcado podem ser importunadas, agredidas e até mesmo assediadas sexualmente, mantendo a dominação masculina sobre elas¹⁷⁰.

A relação entre mulheres e informática mudou completamente desde o surgimento do ramo. Antes dos primeiros computadores como conhecemos hoje, o termo era utilizado para descrever as mulheres (em grande parte negras) que faziam o trabalho braçal de fazer os cálculos necessários para o funcionamento dos institutos de pesquisa. Como visto na teoria de Angela Davis, raça, gênero e classe se entrecruzam para reforçar a exploração através do trabalho braçal.

A chegada dos primeiros computadores ao mundo através das faculdades de ciências exatas dos EUA significa que a maioria das pessoas que tinham acesso a esses dispositivos foram homens, devido à prevalência deles nesse ramo de estudos. Os primeiros computadores de uso comercial, no entanto, eram utilizados em sua maioria por mulheres, já que eram basicamente equipamentos de trabalho para secretárias. Foi com a expansão desses computadores pessoais para os escritórios do Primeiro Mundo e o aumento da importância da informática que o trabalho no ramo passou a ser mais associado com engenheiros do que com secretárias e se tornou algo masculino.

A mudança foi brusca, mas fundamental. A maioria dos desenvolvedores de jogos que fundaram e expandiram a indústria dos jogos eletrônicos é homem e foram os seus gostos que ditaram o que seria produzido na mídia. Exceções existiram; mulheres foram fundamentais para a criação dos jogos de aventura¹⁷¹, mas a exceção confirma a regra: os velhos desenvolvedores eram quase todos homens e seria preciso novas desenvolvedoras para renovar o jogo eletrônico.

O problema é que desenvolvedores de jogos eletrônicos não nascem por abiogênese. A maioria deles são pessoas profundamente ligadas à mídia, que jogam há décadas, provavelmente desde sua infância. Isso explica por que todos os desenvolvedores retratados em *Indie Game: The Movie* eram homens brancos dos EUA; a maioria das pessoas que havia crescido jogando nessa época era composta pelo tipo de gente que a indústria (predominantemente masculina) havia buscado na década de 1980. O problema é que, historicamente, mulheres não jogam jogos eletrônicos desde que a Nintendo chegou ao mercado. Jogos com um público-alvo muito amplo, como *Myst* (Cyan, 1993), *Tetris* (Alexey Pajitnov, 1984) e *Minecraft* (Markus “Notch” Persson, Mojang Studios, 2011), existiram e fizeram muito sucesso, mas a indústria continuou sempre a

170 Para uma análise ampla sobre o feminismo marxista, consultar ARRUZA, Cinzia. **Ligações Perigosas:** casamentos e divórcios entre marxismo e feminismo.

171 A Sierra Entertainment, antes conhecida como Sierra On-Line (1982-2002) e On-Line Systems (1979-1982) foi fundada pelo casal Ken e Roberta Williams e inovou no desenvolvimento de jogos de aventura para computadores. Roberta era responsável pela escrita dos jogos.

vender para homens, com o argumento (feito quase exclusivamente por homens) de que eles eram a maior parte do público consumidor, o que diminuiria o risco.

A pergunta, portanto, é: por que mulheres não jogam jogos eletrônicos tanto quanto os homens? Como já vimos, a resposta não pode ser encontrada na biologia, já que os sexos são tão semelhantes, nem na falta de jogos com um apelo supostamente feminino, já que *Pac-Man* (Namco, 1980) e *Centipede* (Atari, 1981), sucessos dentre o público feminino nos fliperamas, não tinham nada de particularmente feminino. *Centipede* foi inclusive desenhado por uma mulher e um homem – Dona Bailey e Ed Logg respectivamente.

Uma resposta plausível para o motivo para o qual meninas não jogam jogos eletrônicos é a predominância masculina na indústria. Sendo os desenvolvedores quase todos homens, os meninos e suas perspectivas foram privilegiados nas décadas que formaram a indústria. Como resultado, tanto os jogos quanto as comunidades que se formaram em torno deles se tornaram explicitamente hostis à ideia de feminilidade. Meninas jogavam, mas eram raras. A solução parece igualmente simples: mulheres desenvolvedoras. Voltamos, portanto, para as feministas marxistas, dessa vez quando tratam da relação entre mulheres e trabalho doméstico.

O trabalho doméstico é parte central da vida das mulheres em diversas sociedades humanas. Com o advento do capitalismo, houve uma separação cada vez maior entre o trabalho doméstico e aquele feito fora de casa, já que a privatização dos meios de produção separou definitivamente esses dois mundos do trabalho. Logicamente, as mulheres proletárias trabalhavam fora de casa, sendo a força de trabalho preferida dos industriais do século XIX junto das crianças por serem mais baratas que os homens, mas ainda tinham que trabalhar em casa limpando, cozinhando e lavando, como as mulheres de classe média.

O trabalho doméstico é um dos maiores inimigos da libertação feminina. Para as mulheres de classe média, representa um claustro e uma marca de subjugação a seus maridos, que controlam sua remuneração e seu trabalho como se fossem seus patrões. Para as mulheres pobres, é a gota d'água após o cansaço das longas jornadas de trabalho e do transporte público; enquanto os homens se dão o luxo de se sentar e relaxar quando chegam em casa, as mulheres têm que se desdobrar na chamada “segunda jornada de trabalho”.

Isso significa, de forma muito simples, que mulheres estão sempre trabalhando. Quando fora de casa, estão trabalhando. Quando dentro de casa, ainda estão trabalhando. Quando a família está de férias, ainda estão trabalhando, porque alguém precisa cuidar das crianças e satisfazer as vontades do marido. Mesmo as mulheres da aristocracia e da alta burguesia não podem se desvencilhar do trabalho doméstico, já que ser uma boa esposa para essas classes significa controlar os empregados da casa, agindo como uma gerente (o chefe supremo continua sendo o marido).

Sempre cuidando da casa, dos filhos e do marido, a mulher se submete a um controle por exaustão e se torna a última prioridade de si mesma. O problema é maior ainda, como aponta Angela Davis, porque o trabalho doméstico não produz mais-valia. O trabalho de cozinhar, limpar e passar não gera dividendos a nenhum burguês, apenas permite que os trabalhadores que o geram existam, motivo pelo qual o trabalho doméstico é chamado de *trabalho reprodutivo*. Se as inúmeras tarefas executadas por mulheres em suas casas não geram lucro, que capitalista investirá nelas? Isso explica porque, apesar dos incrementos de produtividade constante do capitalismo, o trabalho doméstico permanece quase artesanal.

Isso significa que a maioria das mulheres tem que cuidar de dezenas de coisas dentro de suas casas, sob ameaças físicas, financeiras ou simples negligência dos homens que dividem o espaço com elas. O trabalho doméstico demanda atenção constante e quase permanente, explicando, segundo Davis, porquê a maior parte do entretenimento consumido por mulheres são de mídias como romances, rádio e novelas; são baratos (o divertimento das mulheres não é a prioridade da família) e não atrapalham o serviço doméstico, seja porque podem ser feitos simultaneamente ao trabalho (caso do rádio e, de certa forma, das novelas), ou porque podem ser encaixados nos raros momentos de descanso feminino (como os romances)¹⁷².

Jogos eletrônicos são o oposto do entretenimento feminino. Como a indústria cresceu sendo comandada por homens que queriam satisfazer as vontades de garotos, a maioria de seus produtos ignora o que precisa ser feito para tornar um produto acessível às mulheres. Jogos são caros; demandam equipamento exclusivamente usado para isso; não podem ser facilmente dispensados em caso de necessidade; demandam (em sua maioria) uso da audição, tato e visão simultaneamente; muitos tem longas sessões de jogo; e alguns, como *Dark Souls* (From Software, 2011) e *Monster Hunter: World* (Capcom, 2018), sequer podem ser pausados, apesar de terem modos de jogador único. Jogar tendo pessoas ou uma casa para cuidar é possível, mas tão complicado que é mais fácil desistir e ir ler um livro ou assistir televisão.

Essas questões, pouco compreendidas por aqueles que não são atingidos pelo trabalho doméstico ou por quem não tem uma relação com jogos eletrônicos, significam que as barreiras entre a mídia e o sexo feminino eram muito mais profundas do que criar um jogo não violento ou com a personagem *Barbie*. Para que a maioria das mulheres pudesse criar uma relação com os jogos eletrônicos, seria necessária uma mudança formal fundamental na indústria, impulsionada finalmente pela criação de um dispositivo tecnológico central para a vida contemporânea: o *smartphone*.

172 A questão do trabalho doméstico e como ele trabalha para a dominação das mulheres é explorada por Angela Davis em *A obsolescência das tarefas domésticas se aproxima: uma perspectiva da classe trabalhadora*, último capítulo de **Mulheres, Raça e Classe**, publicado no Brasil pela Editora Boitempo.

O primeiro *smartphone* de sucesso comercial foi o iPhone, lançado nos EUA em 2007. Com conectividade com a internet, ele continuou a tradição da empresa de apostar em sistemas relativamente fechados e simples de usar, em contraste com o Windows. Os aplicativos do iPhone, hoje populares até mesmo em computadores pessoais, automatizaram o processo de utilização dos dispositivos eletrônicos ao impedir o acesso dos usuários ao sistema operacional em troca de instalação e manutenção automáticas.

Além da facilidade geral proporcionada aos desenvolvedores de aplicativos, os *smartphones* se provaram os grandes impulsionadores da indústria dos jogos eletrônicos por terem solucionado os maiores problemas que mantinham os não jogadores, muitos deles mulheres, longe da mídia. São multiúso e utilitários, o que garante que são um bom investimento, além de portáteis e leves. Dessa forma, surgiu um grande mercado potencial para jogos eletrônicos compostos por pessoas que possuíam pouca ou nenhuma relação prévia com a mídia. Os jogos produzidos para essas pessoas ficaram conhecidos como *jogos casuais*.

Não há definição propriamente dita para o que se chama comumente de *jogos casuais*. As discussões no meio *gamer* são tão redundantes e descentralizadas que é difícil que a comunidade de jogadores como um todo concorde em uma definição específica. Para os efeitos deste estudo, no entanto, podemos definir jogos casuais como *jogos que demandam pouco ou nenhum investimento (de dinheiro, tempo, etc.) por parte do jogador*. Essa definição remonta à problemática que ressaltamos anteriormente, além de considerar como a jogabilidade afeta a acessibilidade dos jogos.

Podemos analisar a história de *Bejeweled*, jogo que impulsionou esse tipo de jogo ao estrelato, para compreender como mudanças formais podem influenciar o tipo de público no qual se chega. Desenvolvido por Jason Kapalka, John Vechev e Brian Fiete, então conhecidos como *Sexy Action Cool*, nome que mais tarde foi alterado para *PopCap*. *Bejeweled* é um jogo no qual o jogador deve combinar três símbolos iguais para fazê-los sumir do mapa, impedindo a derrota e conseguindo mais pontos. O jogo é incrivelmente simples, podendo ser jogado com uma mão só e dispensando explicações longas. Foi desenvolvido para computadores pessoais, mas influenciou profundamente o mercado *mobile*.

O tutorial de *Bejeweled* se diferenciava do resto do jogo por não ter um limite de tempo que forçasse os jogadores a otimizar suas ações. O trio de desenvolvedores ficou impressionado ao perceber que — ao contrário do que dizia a filosofia de *design* de jogos — os jogadores preferiam esse tipo de interação. Internamente, a priorização desse tipo de jogabilidade de baixo desafio ficou conhecida como “Jogos para as Mães” (*Games for Mom*).¹⁷³ A *PopCap* também acertou ao colocar

173 JENSEN, K. Thor. **20 Years Ago, Bejeweled Kicked Off the Age of Casual Gaming**. Disponível em: <<https://www.pcmag.com/news/20-years-ago-bejeweled-kicked-off-the-age-of-casual-gaming>>. Acesso em 20 nov. 2021

seus jogos em qualquer plataforma onde pudessem ser jogados¹⁷⁴. Quando os *smartphones* chegaram, a companhia estava em uma ótima posição para fazer parte da vanguarda dos jogos casuais. O sucesso, preparado por essa mistura de jogabilidade fácil e disponibilidade em vários dispositivos, elevou o jogo ao sucesso.

Por outro lado, a jornada de *Bejeweled* e jogos congêneres mostram as partes negativas do mercado *mobile*. Em 2011, a *PopCap* foi vendida à *Electronic Arts* por US\$ 1,3 bilhão, e os jogos baseados em suas propriedades intelectuais começaram a conter cada vez mais táticas de monetização predatórias. Táticas essas que hoje em dia são comuns no mundo *mobile*. Jogos do tipo *gacha* fazem milhões no Leste Asiático com mecânicas quase indistintas dos subterfúgios utilizados por cassinos¹⁷⁵, enquanto jogos como *Candy Crush Saga* (King, 2012) dificultam a vida do jogador de propósito para depois lhes oferecer soluções pagas.

A situação piora quando consideramos que essas estratégias espúrias são utilizadas em todos os ramos da indústria dos jogos eletrônicos. As chamadas microtransações saíram do mercado casual para chegar à indústria AAA em séries como *FIFA* (EA) e *NBA2K* (2K Games), além de jogos vendidos para crianças, como o popularíssimo *Fortnite Battle Royale* (Epic Games, 2017). O que foi uma alternativa a uma indústria exclusiva no começo dos anos 2000 hoje é a vanguarda do absurdo no mundo dos jogos eletrônicos. Infelizmente, a lição que os jogos casuais deixaram não foi de inclusão, mas de exploração crescente. Até hoje as mulheres permanecem de fato excluídas da comunidade *gamer* e, principalmente, da indústria.

A segregação que observamos entre os gêneros no mundo do trabalho não se aplica à próxima minoria (ou conjunto de minorias) que foi incluída na indústria com o desenvolvimento dos jogos eletrônicos independentes. A comunidade LGBTQIA+ é, de certa forma, uma minoria invisível, já que não há diferenças físicas ou culturais facilmente observáveis, como é o caso das mulheres ou das raças oprimidas.

A impossibilidade de identificar facilmente pessoas não heterossexuais ou cisgênero não impede, no entanto, sua opressão. Os estigmas sociais se aliam à leniência com aqueles que cometem crimes de ódio e até mesmo com a criminalização de relações homoafetivas em diversos países, levando ao apagamento e à opressão sistemáticas da comunidade. Na década de 1970,

174 Idem

175 *Gachapon* é o termo japonês para uma máquina que dispensa prêmios aleatórios quando o usuário insere uma moeda. O termo foi importado para o mundo dos jogos eletrônicos através de jogos originários do Leste Asiático no qual a principal atração é a chance de conseguir um prêmio raro. Esses jogos possuem chances baixíssimas de conseguir os melhores personagens e itens e utilizam diversas táticas para incentivar o jogador a gastar o máximo possível, como escassez de recursos e promoções limitadas. Como um exemplo, a chance de conseguir qualquer personagem 6 estrelas (a melhor categoria) em *Arknights*, por exemplo, é de 2%. Em uma promoção limitada (conhecida como *banner*) as chances são de 75% para os personagens 6 estrelas da promoção. Caso o jogador queira um desses personagens, portanto, suas chances são de 0,75%.

quando os jogos eletrônicos se tornaram parte da indústria cultural, a aceitação das pessoas LGBTQIA+ ainda estava longe de ser uma realidade.

Isso significa que pessoas não heterossexuais foram parte do desenvolvimento de jogos eletrônicos desde o começo da história da mídia, porém escondidos, “dentro do armário”. Não há como saber quantas dessas pessoas fizeram parte do desenvolvimento primitivo da mídia, exceto contanto aquelas que se revelaram publicamente anos depois. Contamos, no entanto, com exemplos que nos permitem auferir – como fizemos com as mulheres – que essas pessoas estavam lá¹⁷⁶.

Estar lá, no entanto, não é o suficiente. A teoria marxista postula que o proletário é subjugado pela alienação dos meios de produção, forçado a obedecer às ordens da burguesia por dela depender para seu sustento. Essa subjugação, portanto, é maior ainda quando além da demissão, somam-se as agressões física, a humilhação pública, a prisão e o manicômio, destinos comuns para os “transviados” e “invertidos” da época. Além disso, se o preconceito contra a comunidade LGBTQIA+ é grande o suficiente para forçar seus membros a viver se escondendo, também é tal que se torna um risco para a indústria cultural, sempre em busca do público conservador.

A abertura para a representação de pessoas LGBTQIA+ na mídia de massa é incrivelmente recente. Poucas décadas atrás, a maioria desses personagens eram caricaturas.. Mesmo assim, essa abertura aconteceu gradualmente, priorizando as partes mais aceitáveis da comunidade (lésbicas, mulheres bissexuais e homens gays) e negligenciando suas partes mais marginalizadas (homens bissexuais, pessoas trans). Coube aos próprios membros dessa comunidade traduzir em forma de jogo as suas experiências, fora da indústria cultural hegemônica.

A oportunidade para pessoas LGBTQIA+ contarem suas histórias veio através da popularização dos chamados romances visuais. Mais conhecidos na comunidade *gamer* por seu nome em inglês, *visual novels*, eles são jogos simples, formados por uma combinação de texto e imagens estáticas, como um livro ilustrado, de onde vem seu nome. Podem ter sistemas mais complexos, geralmente envolvendo administração de tempo e outros recursos, mas não é incomum que as únicas interações em um romance visual sejam passar o texto e fazer escolhas que mudam a história, como em um livro “Escolha a sua Aventura”.

Romances visuais tem má fama na comunidade *gamer* devido à mistura de baixa qualidade endêmica — devido à possibilidade de qualquer pessoa desenvolver um jogo desses — e sua relação com jogos pornográficos¹⁷⁷. Pornográficos ou não, os romances visuais ficaram muito

176 Um exemplo notório é Dani Bunten, mulher trans e proponente da jogabilidade social e *online* que desenhou o clássico M.U.L.E. Sua história é descrita em DeMARIA, Rusel. **High Score! The Illustrated History of Electronic Games**. p. 182

177 Jogos pornográficos são uma constante na história dos jogos eletrônicos, especialmente no Japão, onde a relação entre pornografia e cultura *otaku* é profunda. Isso não significa que sejam particularmente respeitados no país oriental. Assim como os EUA tiveram um pânico moral contra jogos violentos causados pelo atentado de

populares entre os *otaku* no Japão da década de 1980, tornando-se parte crucial dessas comunidades, que incluem fãs de anime, mangá e alguns jogos eletrônicos, como JRPGs. Podemos dar como exemplo o caso da dupla conhecida como *Type-Moon*, que desenvolveram os *eroges*¹⁷⁸ *Tsukihime* (Type-Moon, 2000) e *Fate/Stay Night* (Type-Moon, 2004). Ambos se tornaram gigantes da indústria: *Tsukihime* deu origem ao jogo de luta *Melty Blood* (French Bread, 2002) e *Fate/Stay Night* se tornou uma das maiores franquias da cultura pop japonesa, com múltiplos jogos, filmes, mangás e animes.

Além do impacto geral que a cultura pop japonesa teve no Ocidente das décadas de 1980 e 1990 — jogos eletrônicos inclusos — a comunidade LGBTQIA+ teve muitos motivos para se identificar nos mangás e animes que vinham do arquipélago até pouco distante da realidade ocidental. A androginia, por exemplo, é uma das marcas de diversos personagens de anime e mangá — como no caso de Oscar François de Jarjayes, a Lady Oscar do seminal mangá *A Rosa de Versalhes* (Riyoko Ikeda, 1972) e do cavaleiro de ouro Afrodite de Peixes, do popular *Cavaleiros do Zodíaco* (Masami Kurumada, 1985) — herança da popularidade da trupe teatral feminina *Takazakura* e de seus personagens masculinos interpretados por mulheres.

Além disso, a presença de personagens homo ou bissexuais em alguns dos animes mais populares das décadas de 1990 e 2000, como *Sakura CardCaptors* (CLAMP, 1996) e *Bishojo Senshi Sailor Moon* (Naoko Takeuchi, 1991), permitiu que a comunidade LGBTQIA+ se visse representada nesses produtos. Muitos deles, como os já mencionados, também tinham protagonistas mulheres, que, mesmo que heterossexuais, ainda eram raros na cultura pop ocidental.

As pessoas que cresceram com a influência da cultura pop japonesa incorporaram marcas da cultura *otaku*, como as convenções de anime e mangá, o consumo de *merchandising* japonês e a produção de histórias transformativas como *fanfics* e *fanzines*, já populares tanto no Ocidente quanto no Japão. Muitas delas passaram a integrar uma tribo urbana centrada no consumo de cultura *pop* japonesa e ficaram conhecidos como *otakus*¹⁷⁹. O *designer* de romances visuais Josh Kaplan, por exemplo, fala de sua experiência encontrando um jogo feito por fãs que lhe permitia entrar em um relacionamento com a personagem Yuna, do JRPG *Final Fantasy X*¹⁸⁰.

Columbine, o Japão teve um pânico moral contra jogos pornográficos causado pelo assassinato de quatro garotas entre 4 e 7 anos de idade entre 1988 e 1989. O assassino, Tsutomu Miyazaki, estuprou, desmembrou, assassinou as vítimas e canibalizou seus corpos.

178 Nome japonês para jogo pornográfico, resultado da contração de *ero* e *game*.

179 Palavra japonês que designa pessoas obcecadas com algum *hobby* de nicho, geralmente em sentido pejorativo, apesar desse uso estar diminuindo graças à sempre crescente popularidade da cultura *pop* japonesa. É importante notar que no Japão o termo pode ser utilizado similar ao “nerd” ocidental. Existem *otaku* acadêmicos, interessados por trens, por armas, etc. No Ocidente, ganhou significado particular, incluindo uma flexão para o feminino baseada em uma palavra japonesa com um significado completamente diferente (*otome*).

180 HART, Aimee. **Why visual novels are a haven for LGBT+ stories**. Disponível em: <<https://www.rockpapershotgun.com/why-visual-novels-are-a-haven-for-lgbt-stories>>. Disponível em: 20 nov. 2021

A popularização dos romances visuais encontrou nessa interseção de facilidade de produção e relação com a cultura pop que a comunidade LGBTQIA+ consumia e produzia o ambiente ideal para o surgimento das histórias que essa comunidade queria contar. Sem precisar prestar contas aos grandes investidores da indústria cultural, esses desenvolvedores puderam expressar suas histórias e tratar de temas que o *mainstream* não considerava respeitável o suficiente, incluindo sua sexualidade¹⁸¹. Alguns jogos com temas LGBTQIA+, como *Highway Blossoms* (Studio Élan, Studio Coattails, 2016) e *Dream Daddy: A Dad Dating Simulator* (Game Grumps, 2017), fizeram sucesso, abrindo as portas para a inclusão dessas personagens na indústria hegemônica.

A inclusão de pessoas não heterossexuais seguiu a mesma tônica da inclusão das mulheres e dos jogos independentes, ou seja, sua incorporação na indústria hegemônica concomitantemente a um processo de neutralização e apagamento de sua presença. Em primeiro lugar, o aparecimento de personagens LGBTQIA+ em certos gêneros foi muito mais lento que em outros. Nos jogos de tiro e de esportes, primordialmente voltados para o público masculino cis e heterossexual, por exemplo, esses personagens podem existir, mas ainda em posições secundárias.

Isso significa que a inclusão dessa representatividade ainda é constantemente pesada contra o risco de perder o público consumidor, resultado do preconceito ainda pervasivo na comunidade *gamer*. Os jogos nos quais personagens LGBTQIA+ foram mais incluídos foram os RPGs, conhecidos por colocarem o jogador no lugar de um personagem que interpretam. Jogos que ofereciam opções de romance com outros personagens, como a franquia *Dragon Age* (BioWare), começaram a incluir opções de romance entre o mesmo sexo devido a pedidos de jogadores e jogadoras.

O verdadeiro protagonismo dessas minorias, no entanto, ainda é discutível. O diminuto número desses personagens, combinados à falta de vontade de explorar questões de sua vida para além das camadas mais superficiais, impede que a vivência que essa comunidade (na verdade, um aglomerado de comunidades) seja expressa no mundo da indústria AAA. Enquanto certas identidades (trans) raramente aparecem nesses jogos, outras são vistas como uma oportunidade de performar inclusão e fetichizar minorias ao mesmo tempo, (lésbicas, bissexuais) e suas histórias, mesmo quando impactantes, são muitas vezes relegadas a segundo plano, como no caso da expansão *The Last of Us: Left Behind* (Naughty Dog, 2014), que explora a sexualidade da protagonista Ellie fora do jogo principal.

A situação piora quando saímos do mundo da representação e voltamos ao mundo real. A LGBTfobia ainda é prevalente e amplamente aceita tanto na indústria dos jogos eletrônicos quanto

181 Um ótimo exemplo é *Butterfly Soup* (Brianna Lei, 2017), jogo curto e grátis que explora de maneira bem-humorada questões de sexualidade e raça em um grupo de garotas adolescentes de origem asiática nos EUA dos anos 2000.

na comunidade *gamer*. Quando *The Last of Us Part II* (Naughty Dog, 2020) foi anunciado e o *trailer* incluía um beijo entre as personagens Ellie e Dina, duas mulheres, a discussão em torno do tão esperado jogo se degenerou em um poço de ofensas homofóbicas e antisemitas¹⁸². Apesar das tentativas genuínas ou calculadas de incluir personagens LGBTQIA+ nos jogos eletrônicos e explorar suas histórias, o preconceito contra essas pessoas continua sendo visto como normal entre uma parte particularmente agressiva e perigosa da comunidade *gamer*. Isso nos leva à próxima discussão: raça.

Surgidos nos EUA da década de 1960 e popularizados nesse mesmo país, na Europa Ocidental e no Japão, os jogos eletrônicos sempre foram primordialmente povoados por pessoas de raças dominantes em seus países. Por uma combinação de prevalência numérica e questões de inacessibilidade sistêmica à indústria e às universidades, a indústria se manteve racialmente homogênea ao longo de sua existência. O problema só aumentou com o passar do tempo, já que a maioria dos dirigentes da indústria eram aqueles que começaram a desenvolver jogos eletrônicos ainda nas décadas de 1970, 1980 e 1990 ou a parte da burguesia que chegaram ao topo da escala corporativa por meio da compra de ações.

Isso não significa que outras raças além da branca e amarela¹⁸³ não estivessem envolvidas no mundo do jogo eletrônico, como vimos no começo do tópico *Novas Perspectivas* com os exemplos de Ralph Baer e Jerry Lawson. A maioria dos fundadores, desenvolvedores e – principalmente – dirigentes da indústria estava, no entanto, em posição de apagar sua própria raça por gozar do benefício de fazer parte do grupo racial dominante.

Isso significa que, durante as três décadas que se passaram entre a fundação da indústria dos jogos eletrônicos e a chegada dos jogos independentes no mercado, raça quase nunca era abordada. Quando os jogos eletrônicos chegaram ao ponto de desenvolver histórias complexas em seus produtos de massa, seus desenvolvedores — meio cegos à realidade racial do mundo por seu privilégio, meio reticentes de confrontar o seu público-alvo — evitaram ao máximo tratar de temas raciais em suas narrativas. A presença de raças com atributos inatos em jogos derivados da série de jogos de RPG de mesa *Dungeons and Dragons*, por exemplo, foi ponto passivo por muito tempo, apesar de sua inspiração – os livros de J. R. R. Tolkien – e seu texto serem abertamente racistas.

182 Uma amostra dessas ofensas podem ser vistas em uma postagem do diretor do jogo, Neil Druckmann, no Twitter. Disponível em: <https://twitter.com/Neil_Druckmann/status/1279841603843051520?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5E>. Acesso em 14 abr. 2022.

183 Apesar de usarmos o termo “raça amarela”, devemos reconhecer a diversidade racial japonesa, já que o país não é composto exclusivamente de uma raça e inclui diversas minorias nativas do arquipélago, como os Ainu, os Ryukyu, e os Emishi. A criação do imaginário de um Japão de uma raça só foi peça fundamental do projeto imperialista japonês nos séculos XIX e XX.

As formas de representação de minorias étnicas variavam entre a reprodução dos preconceitos vistos na sociedade em geral. Há o caso do abjeto *Custer's Revenge* (Mystique, 1982), no qual o oficial do exército dos EUA esquivava de flechas para estuprar uma mulher indígena, e a representação caricata de um elenco de estereótipos diversos, como nos jogos de luta, como *Street Fighter 2: The World Warrior* (Capcom, 1991). É verdade que os personagens comumente vistos em jogos de luta servem ao propósito de comunicar rapidamente ao jogador e se aplicam a todas as raças do mundo, incluindo aquelas dos próprios desenvolvedores. Não obstante, ainda reproduzem o racismo (e outros preconceitos) entranhados tanto nos desenvolvedores quanto nos consumidores.

A evolução dos jogos eletrônicos e sua busca pelo prestígio dispensado a Hollywood não melhorou a situação da discussão sobre raça na mídia. Em 2013, por exemplo, *Bioshock Infinite* (Irrational Games, 2013), continuação muito esperada da franquia *Bioshock*, contrapôs uma caricatura de supremacia branca americana do começo do século XX com uma revolução violenta empreendida pelas raças subjugadas e chegou à conclusão de que os dois lados eram igualmente errados para finalmente se livrar dessa discussão a tempo de um clímax divorciado desses temas. A discriminação racial da América de tempos passados é, no enredo, nada mais que um plano de fundo que justifica a ação do jogo de tiro, um longo corredor de inimigos desumanizados pela violência caricata que dispensam às raças discriminadas no país à época.

Criar histórias nas quais pessoas de raças discriminadas são transformadas em vítimas para justificar a vinda de um salvador da raça dominante não era o pior que a indústria AAA era capaz de fazer. Com a Guerra ao Terror consumindo vidas aos milhões e dólares aos bilhões, a Activision lançou *Call of Duty 4: Modern Warfare* (desenvolvido pela Infinity Ward) em 2007, dando início a uma onda de jogos de tiro com temática militar contemporânea na qual brancos (e alguns negros) estadunidenses se dedicavam exclusivamente a matar árabes e dissidentes dos EUA aos borbotões. Utilizando da iconografia da Guerra ao Terror, *CoD 4* e seus sucessores fizeram parte do conglomerado midiático que transformou muçulmanos e árabes em uma entidade satânica, oposta à cruzada contraterrorista do governo George W. Bush¹⁸⁴.

Com a indústria AAA destilando racismo em seus maiores sucessos e uma indústria controlada quase que completamente por brancos e amarelos japoneses, poderia se esperar que os jogos independentes viessem corrigir isso, porém essa não foi a realidade. Como vimos antes neste capítulo, a maioria dos primeiros jogos independentes foram feitos pelas pessoas que haviam crescido jogando nas décadas de 1980 e 1990. Além disso, muitos desses jogos foram criados com o intuito explícito de retomar e reler as convenções formais estabelecidas nessa época, retomando os

184 A paranoia estadunidense não se restringe aos inimigos do Oriente Médio. Russos são inimigos recorrentes na série *Modern Warfare* e *Call of Duty: Ghosts* coloca os protagonistas contra uma federação de países latinoamericanos comandados pela Venezuela.

gêneros popularizados na época do NES e do SNES. O ciclo de nostalgia continua até hoje, como já apontamos, o que significa que discussões sobre raça em jogos ainda são raros, e o desenvolvimento de jogos sendo feito por pessoas de minorias raciais é ainda mais raro.

Os jogos independentes pouco fizeram pela inclusão de minorias raciais. Como no caso das mulheres, a presença dessas pessoas no mundo dos jogos eletrônicos se resume à pouca representatividade que encontram nos mundos racialmente homogêneos da indústria hegemônica e dos jogos independentes. Houve avanços na representação dessas pessoas nos jogos criados, mas não o suficiente para expurgar os racistas da comunidade *gamer*, nem para modificar a estrutura da indústria a ponto das minorias terem poder decisório real.

A presença de minorias raciais nos países nos quais os jogos eletrônicos se desenvolveram foi, portanto, diminuta e nem a chegada dos jogos independentes pôde mudar essa situação. Apesar da existência, hoje em dia, de jogos feitos por essas minorias, elas ainda são submetidas a lideranças majoritariamente brancas na indústria e enfrentam uma resistência forte e virulenta quando se trata de expressar suas experiências ou existir em público graças ao preconceito entranhado na comunidade *gamer*. Mas e a situação ao sul da linha do Equador, onde as minorias raciais são ainda mais prevalentes?

Na época que os jogos eletrônicos foram inventados, os países do globo “em desenvolvimento” ainda eram conhecidos como Terceiro Mundo e foram alijados dos estágios iniciais da incipiente mídia. A transformação do jogo eletrônico de experimento universitário para bem de consumo da era digital não diminuiu automaticamente o preço do que estava sendo vendido; consoles e computadores pessoais eram muito caros e pouco úteis para as massas de pobres que não viviam no centro do capitalismo, permanecendo, até hoje, como um bem de consumo que representa ascensão social.

Hoje em dia, a maior parte dos jogadores dessas vastas regiões do globo joga no celular. Para elas, a chegada do *smartphone* teve o mesmo efeito do que narramos no que tange as mulheres, já que seu preço reduzido em relação a computadores pessoais e maior utilidade para a população em geral o transforma em um bem de consumo útil. A popularidade de jogos gratuitos disponível para esses dispositivos, como *Garena Free Fire* (Garena, 2019), um fenômeno em países como Brasil e Índia, atesta para o fato de que essa é a melhor forma de chegar à maioria da humanidade.

Antes dos celulares, no entanto, as únicas formas de se jogar um jogo eletrônico eram no fliperama, no console ou no computador pessoal. Os países que haviam inventado e popularizado a mídia, EUA e Japão, estavam muito preocupados com seu mercado interno para se desvencilhar do modelo de compra do *hardware* e de *software* que caracterizava a indústria na época. A chegada dos jogos eletrônicos ao Terceiro Mundo deveu muito a um país que tinha as condições de importar

um pouco da indústria de eletrônicos, mas não de copiar o mercado consumidor desses centros: a Coreia do Sul.

Em seu livro *Korea's Online Gaming Empire*¹⁸⁵, Dal Yong Jin trata de como o pequeno país do Leste Asiático chegou ao topo do mundo dos jogos eletrônicos competitivos *online*. A razão para a popularidade desse tipo de jogo na Coreia do Sul se deve muito às precárias condições econômicas do país na segunda metade do século XX. Ocupada pelo Império Japonês na Segunda Guerra Mundial, a península coreana foi palco da Guerra da Coreia no imediato pós-guerra e depois foi dividida em dois Estados autoritários: um comunista e outro capitalista.

Em sua posição de bastião avançado do capitalismo no Leste Asiático, a Coreia do Sul foi submetida a uma violenta ditadura apoiada pelos EUA, mas na condição de Estado periférico, sem receber as benesses que o Japão viveu, por exemplo. O resultado foi uma população pobre e constantemente atacada pelo governo, que controlava fortemente a mídia. No final do século XX, no entanto, algumas mudanças começaram a ocorrer.

O governo adotou medidas neoliberais, avançando na produtividade e investindo pesadamente em tecnologia. Com as divisas adquiridas através da produção de bens de capital, empresas como Samsung começaram a investir na indústria de tecnologia do país, coadunadas com o governo estatal. Conglomerados de mídia, impulsionados pelas regulamentações frouxas, mas surgidas das relações firmadas entre empreendimento privado e bem público durante a ditadura, queriam um nicho de mercado para chamar de seu.

O problema é que a Coreia do Sul não estava em condições de desenvolver um mercado de jogos eletrônicos próprio. Mesmo com o crescimento econômico vertiginoso e a entrada do país no rol de países desenvolvidos, a população ainda não estava disposta a mudar seus padrões de consumo, resultado da carestia das décadas anteriores. O futuro não prometia muito para a nascente indústria de jogos eletrônicos coreanos.

A solução para esse problema, segundo Dal Yong Jin, estava nos *PC Bangs*, equivalentes coreanos das *LAN Houses*, ou seja, um estabelecimento com computadores nos quais o cliente podia pagar por hora de uso de uma das máquinas. A população que tinha medo de gastar seu dinheiro, quando o tinha, para comprar um computador pessoal, era muito mais receptiva a pagar para usar um PC aos poucos. O *PC Bang* fez com os jogos para PC o que os fliperamas haviam feitos com outros gêneros, popularizando-os entre uma parcela da sociedade que simplesmente não tinha dinheiro para comprar o *hardware*. Os coreanos não inventaram a *LAN House*, mas foram eles que perceberam a potência dela, passando a fazer seus jogos tendo esses espaços e seu público como prioridade. A Coreia do Sul passou a potência do mundo dos jogos eletrônicos fazendo jogos grátis,

185 JIN, Dal Yong. **Korea's Online Gaming Empire**. The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, EUA. 2010.

cujo pagamento vinha na forma de microtransações. A indústria decolou e, necessitando de público consumidor, foi vender seus produtos em outros países.

A força do *soft power* coreano do século XXI ficou visível em jogos como *Grand Chase* (KOG Studios, 2003) e *Priston Tale* (Triglow Pictures, 2001), que chegaram ao Brasil intermediados pela *Level Up! Games*, especializada em importar jogos do pequeno país asiático. Aqui, esses jogos se misturavam a sucessos como *Counter-Strike* na disputa pela atenção de pessoas que eram muito pobres para comprar seu *hardware* ou muito conservadores nos seus gastos financeiros para consumir o que as empresas estadunidenses ou japonesas tinham para oferecer. Também eram populares entre adolescentes, cuja renda é controlada pelos pais. O Brasil foi apenas um dos casos de países subdesenvolvidos nos quais os jogos grátis para *hardware* mais barato que os consoles domésticos deslanchou. *Garena Free Fire* (Garena, 2017), por exemplo, é particularmente popular em regiões como América Latina, Índia e Sudeste Asiático¹⁸⁶.

A construção de um mercado consumidor para jogos eletrônicos no Terceiro Mundo não significou, no entanto, o surgimento de uma indústria local. A indústria sul-coreana visou mercados periféricos como nenhuma outra havia feito, mas seu estabelecimento deu-se graças a um potente investimento do governo, determinado a mudar a economia do país na era digital. Sem esse investimento estatal, não apenas as minorias raciais, mas toda a população de países sem uma indústria de jogos eletrônicos já estabelecida estariam impotentes frente a indústria hegemônica.

A questão da introdução de minorias raciais na indústria dos jogos eletrônicos é, portanto, uma questão de divisão internacional do trabalho e de fomento nacional à indústria. No começo do século XXI, muitas pessoas no Terceiro Mundo desenvolvem jogos, com temas e objetivos diferentes, indo desde a representação das dificuldades financeiras vividas pela população chilena em *Nanopesos* (Camila Gormaz, 2019) até a violência mitológica de *Asura* (Ogre Head Studios, 2017). A questão, no entanto, é que em nenhum desses países existe uma política de fomento à indústria que permita a essas pessoas expressar-se contundentemente.

Sem apoio dos poderes estatais, as indústrias de países periféricos definham. O máximo que conseguiram foi o sucesso ocasional com jogos como *Disco Elysium* (ZA/UM, 2019) e a existência em sites como *itch.io*, onde são vendidos jogos independentes. Nas lojas físicas e digitais, o Terceiro Mundo continua subjugado pelos EUA, pelo Japão e pela Europa Ocidental, de quem copia as convenções formais. Além disso, a dependência da infraestrutura desses países, que controlam a produção dos consoles domésticos e as lojas digitais, impede o surgimento de uma indústria verdadeiramente independente.

186 PATEL, Nishant. *Garena Free Fire – The Popular Battle Royale You’ve Probably Never Heard Of*. The eSports Observer. 2020

No Brasil a indústria de jogos eletrônicos ainda é pequena. Alguns jogos notáveis incluem *A Lenda do Herói* (Dumativa Game Studio, Castro Brothers, 2016), *Horizon Chase: Turbo* (Aquiris Game Studio, 2018), *Chroma Squad* (Behold Studios, 2015) e *Knights of Pen and Paper* (Behold Studios, 2015). Recentemente, *Unsung* (Studio Pixel Punk, 2021) e *Dodgeball Academia* (Pocket Trap, 2021) receberam boas críticas da mídia internacional de jogos. Infelizmente ainda são poucos os jogos que têm impacto no mercado nacional ou internacional; até mesmo encontrar jogos brasileiros é difícil, já que muitos deles tem títulos em inglês para se posicionar melhor no mercado e muitos desenvolvedores brasileiros continuam servindo de mão de obra barata para empresas do EUA e da Europa Ocidental.

3.3 Alternativa e oposição

Até agora, todas as histórias deste capítulo foram histórias de como a indústria cultural venceu, mesmo quando encontrava quem estivesse disposto a enfrentá-la. As novas pessoas que passaram a ter voz na indústria dos jogos eletrônicos foram incorporadas pela indústria hegemônica ou prontamente ignorados. Em termos de inovação formal, as únicas grandes mudanças vistas no grande esquema dos jogos eletrônicos foram a popularização dos jogos casuais, dos romances visuais e dos MMORPGs coreanos. Logicamente, devemos nos perguntar porque essas tentativas de abrir a indústria para outras vozes acabou ou ignorada, ou incorporada ao *mainstream*.

A primeira posição é imaginar que toda resistência à indústria cultural é fundamentalmente impossível e que qualquer esforço será incorporado pelas sempre vigilantes engrenagens do capitalismo, como postularam Adorno e Horkheimer quando acusaram Orson Welles de apenas legitimar a indústria cultural com seu trabalho¹⁸⁷. Os teóricos da Escola de Frankfurt viram a indústria cultural como um rolo compressor que atropela as tentativas de superá-la, tomando-as para si. É fácil tomar essa posição frente a mercantilização da cultura e aos inúmeros exemplos de bens que foram apropriados, como o *grunge*, o *rap* e o próprio *rock and roll*, hoje sinônimo de indústria cultural.

A incapacidade da arte para afetar a indústria cultural por si só gerou muitos desiludidos, que passaram a acreditar que não há solução para os problemas que a concentração dos meios de comunicação nas mãos de poucos cria. Eles se voltam para o fatalismo característico de Adorno e Horkheimer enquanto lamentam o estado da cultura nos dias de hoje e sonham com uma volta aos

187 “Todas as violações do exercício da profissão cometidas por Orson Welles lhe são perdoadas porque — incorreções calculadas — só fazem confirmar e reforçar a validade do sistema.” ADORNO, Theodor. **O Iluminismo como Mistificação das Massas** In: **Indústria Cultural e Sociedade**. 5ª edição. Editora Paz e Terra. São Paulo: 2009

tempos passados, de arte supostamente autêntica e livre. Outras pessoas, no entanto, teorizaram a indústria cultural de outra forma, e se propõem a enfrentá-la, logicamente, diferentemente dos artistas alternativos.

Dentre eles está o teórico marxista Raymond Williams¹⁸⁸, que propõe outra forma de analisar a relação entre cultura e hegemonia. Retomando Antonio Gramsci, ele analisa a indústria cultural a partir do conceito de *hegemonia*, ou seja, da construção de consenso na sociedade civil a fim de executar a dominação de classes. É importante ressaltar que o conceito desenvolvido por Gramsci opõe a hegemonia à *dominação*, mas ambas são analisadas enquanto forma de coerção de classes. A diferença entre as duas na análise marxista é que a hegemonia é um processo mais complexo e sutil de mascaramento da coerção inerente às relações entre a classe dominante e a dominada de forma a consolidar o domínio burguês.

A cultura hegemônica convive com o que Williams chama de “culturas residuais”, que já haviam sido hegemônicas, mas perderam seu lugar de destaque (como no caso dos filmes seriados da Era de Ouro de Hollywood) e pelas “culturas emergentes”, que foram recentemente criados e estão em ascensão (como no caso da cultura *otaku* no Ocidente dos anos 1990).¹⁸⁹

Mais importante para nossa análise, no entanto, é o conceito de arte alternativa. A palavra “alternativo”, quando se referindo a arte, tem vários significados no falar coloquial, incluindo o de arte “estranha”, “esquisita”, algo fora do padrão. Quando criticando a arte hegemônica, também significa contra-hegemônico, que se opõe à indústria cultural. Williams, por sua vez, usa a palavra com outro significado.

A “cultura alternativa”, para Williams, é um conjunto de práticas culturais e de organização política que difere da cultura hegemônica, mas não busca destruí-la. É nesse conceito que encontramos a música do *rock* alternativo ou os jogos *indies*. Se diferenciam da música pop ou dos jogos AAA em termos formais e temáticos, mas não fazem parte de um movimento político com um programa que envolva a destruição da indústria cultural e a substituição do capitalismo por outro sistema socioeconômico.

Por outro lado, existe o que Williams chama de cultura “opositora em seu verdadeiro sentido”¹⁹⁰. Essa não aceita conviver com a cultura hegemônica nem ser incorporada com ela. Para culturas opositoras, a disputa é um jogo de soma-zero e a única forma de se estabelecer como a nova hegemonia é derrotar a anterior. Podemos ver esse tipo de cultura na relação que os

188 Raymond Williams (1921-1988) foi um crítico e acadêmico socialista galês. Williams se tornou influente entre a Nova Esquerda europeia por suas críticas marxistas de arte e cultura. Alguns de seus livros notáveis publicados em português incluem *Palavras-chave: um vocabulário de cultura e sociedade*, *A Produção Social da Escrita e Cultura e Materialismo*.

189 WILLIAMS, Raymond. **Cultura e Materialismo**. Tradução André Glaser. São Paulo: Editora Unesp, 2011. p. 56

190 *Ibidem*. p. 55

movimentos socialistas estabelecem com a indústria cultural. Não basta criticar o capitalismo ou fazer os filmes conceituais que o *mainstream* não faria; é necessário destruir o sistema, desbaratando as formas de criação de consenso burguesas e a própria existência da indústria cultural.

Conhecendo esses dois conceitos diferentes, podemos compreender a incapacidade crônica dos jogos independentes em afetar a indústria cultural. Jogos *indies* não podem mudar a indústria porque esse nunca foi seu projeto. Como formas de cultura alternativa, buscam prover opções para aqueles que estão insatisfeitos com aquilo que a indústria hegemônica tem para oferecer, mas não visam a destruição da hegemonia vigente. A ideologia revolucionária – a vontade de mudar o mundo e reorganizar cultura e economia – não são necessárias para o artista alternativo.

As culturas alternativas dependem, na realidade da cultura hegemônica. Se, para o socialista, o funcionamento da indústria cultural é resultado de uma grande cadeia de exploração e destruição (da vida natural e humana) inerente ao capitalismo, para o artista alternativo, a indústria cultural é resumida na insipidez de seus produtos, como fizeram Adorno e Horkheimer. E é essa mesma insipidez que garante ao “alternativo” ou ao *indie* seu status dentro da organização cultural contemporânea. O prestígio daquele que se posiciona de encontro ao hegemônico não está unicamente em seu trabalho, mas na sua qualidade de oposto da indústria cultural. Em certos casos, as benesses vão além do prestígio, já que a mesma indústria criticada pode, provada a popularidade da cultura alternativa, cooptá-los.

Isso não significa que todo artista alternativo seja indiferente ou um oportunista. Obviamente existem pessoas que decidem lutar contra os problemas da indústria cultural fazendo arte e cujo sentimento é sincero. A questão não é de moralidade do artista, mas sim de efetividade dos meios. A indústria cultural detém a maioria dos meios de comunicação e, portanto, competir com eles é como tentar enfrentar um exército um homem por vez. É impossível vencer uma indústria estruturada para garantir o poder de poucos sobre muitos entrando no campo de batalha escolhido por ela e moldado para favorecê-la.

Os movimentos políticos inspirados pelo pensamento socialista não pretendem combater a indústria cultural em seu reduto. Ao contrário dos seguidores de Adorno e Horkheimer, olham para além do mundo da cultura e buscam inspiração para sua organização na história da luta da classe trabalhadora. Seguem a lógica de Marx ao concluir que os problemas de um sistema não podem ser resolvidos apelando a esse mesmo sistema e buscam o conflito em torno do mundo do trabalho para enfrentar a homogeneização engendrada pela indústria cultural. Em pleno século XXI, esses desenvolvedores e desenvolvedoras pararam de lutar sozinhos, cada um criando seu jogo, e tentaram se organizar. Fundaram sindicatos, organizações trabalhistas, buscaram advogados e

decidiram levar os problemas do mundo da cultura para o mundo do trabalho. Mais do que isso, pararam de se ver primordialmente como artistas e começaram a se ver como trabalhadores.

CAPÍTULO 4

Jogos eletrônicos, entretenimento e luta por direitos

A história da indústria dos jogos eletrônicos passou por muitos tipos de pessoas até agora. Começamos com universitários brincando com equipamentos exclusivos no MIT, depois vimos o surgimento da indústria nas mãos de pessoas que misturavam idealismo *hippie* e hipercapitalismo *yuppie* na década de 1970. Fomos ao Japão para presenciar a indústria renascendo nos consoles da Nintendo e finalmente procuramos entender os motivos e procedimentos daqueles que renegaram a indústria em prol da sua autonomia artística. Até o *hardware* teve importância, visto como influenciou e continua influenciando as formas como jogadores interagem com a mídia.

Vimos a disputa entre “entretenimento” e “arte” que se desenrolou durante a história do jogo eletrônico. Aqueles que defendem o jogo como entretenimento são os defensores da indústria, seus donos e os consumidores para quem a ignorância típica do entretenimento é um refúgio da complexidade do mundo real. Por outro lado, a defesa do jogo como arte foi o que deu vigor à mídia quando estava sendo criada nos laboratórios das universidades estadunidenses e o que motivou seus melhores *designers* e teóricos a estudá-la. É também o motivo pelo qual tantos desenvolvedores relegaram a indústria e decidiram trilhar seus caminhos à margem da cultura hegemônica.

O esquema até aqui foi muito simples, seguindo a divisão conceitual e moral estabelecida por décadas de crítica cultural: entretenimento para um lado, arte para outro. O entretenimento é ruim, representando tudo o que há de perverso no capitalismo e na forma como ele transforma cada faceta da vida real em bens de consumo. A arte, por outro lado, é boa e representa o vigor humano e a sua capacidade de se rebelar contra a alienação. Apesar de todas as críticas feitas no Capítulo 2, seguimos até aqui a dicotomia estabelecida por Theodor Adorno e Max Horkheimer.

Para seguir o que foi dito em *Dialética do Esclarecimento*, no entanto, alguns procedimentos intelectuais precisam ser seguidos. Especialmente, é necessário ignorar os aspectos materiais da indústria cultural em prol de uma visão idealista, que prioriza a relação entre mentes e representações, não aquela entre braços e matéria-prima. Por ignorar a materialidade da indústria cultural, Adorno, Horkheimer e muitos outros teóricos que o seguem apagam a importância do trabalhador para o funcionamento do aparato capitalista. A indústria cultural deixa de ser uma indústria na prática, com suas matérias-primas, seus empregados e sua logística, e se torna um aglomerado de ordens burguesas e suas consequências (a alienação) que ocorrem de imediato, sem intermediação, conflito ou correspondência no mundo real.

A pior consequência dessa visão é a incapacidade de transformação da realidade. Socialistas recorrem ao proletariado revolucionário para enfrentar o capitalismo e social-democratas tentam frear a dominação burguesa através de um conjunto de reformas institucionais. Adorno e Horkheimer, por sua vez, não tem nenhuma força opositora para apresentar à burguesia e seus aparatos de dominação. Se entendemos que o processo de alienação, de consolidação da indústria, de exploração do trabalhador e do consumidor é errado, é preciso desenvolver uma teoria de ação política capaz de alterar a situação atual. Geralmente coloca-se na parte da sociedade que, mais que pensa sobre isso, luta efetivamente contra esse processo, ou caímos o risco de cair em um fatalismo quase suicida em sua apatia frente a barbárie.

Por esse motivo, este capítulo, último, é a culminação tanto deste trabalho quanto da luta contra a indústria cultural. Aqui, veremos o qual o estado atual da indústria dos jogos eletrônicos, como ela chegou a esse ponto e quais foram as formas encontradas pelos trabalhadores para enfrentar isso. Este capítulo é uma história daqueles que preferiram enfrentar os problemas sistêmicos da indústria em vez de evitá-los, daqueles que não puderam fundar seus próprios estúdios, e até mesmo daqueles que não sabem ler ou escrever, que estão na base da gigante e invisível pirâmide social que sustenta o consumo de jogos eletrônicos.

Para entender a luta dos trabalhadores da indústria dos jogos eletrônicos, é preciso compreender contra o que essas pessoas lutam, ou seja, o estado atual da indústria dos jogos eletrônicos no que tange as relações trabalhistas, além de sua história. Em termos claros e diretos, a situação atual da indústria é tenebrosa. O problema mais comum é o *crunch*, termo usado na indústria anglófona para descrever as horas-extras não-pagas. Não é incomum que surjam alegações de desenvolvedores trabalhando 10, 12 ou até mesmo 14 horas por dia, e trabalhando mais de cinco dias por semanas¹⁹¹. O problema é ainda maior quando o ciclo de produção está chegando ao final. Nos meses que antecedem o lançamento, muitas empresas levam os empregados ao limite na esperança de terminar o serviço que resta. Essa corrida alucinada para terminar o desenvolvimento dos jogos muitas vezes é vista positivamente, como demonstração de amor e dedicação à arte, e não como a falha de administração que realmente é.

A presença constante do *crunch* revela a incapacidade dos administradores de estúdios de desenvolvimento de jogos eletrônicos. A exaustão de mão-de-obra especializada no final do ciclo de produção, junto à requisição de mais mão-de-obra — que precisa ser treinada — demonstra que os administradores, que deveriam estipular prazos realistas e interceder por seus empregados frente ao alto escalão da empresa, realizam seu trabalho muito mal. Não buscam preservar sua força de

¹⁹¹ O problema do *crunch* é retratado por Jason Schreier em **Sangue, Suor e Pixels** em diversas empresas, como *CDProjekt Red* e *BioWare* no desenvolvimento de *The Witcher III: Wild Hunt* e *Dragon Age: Inquisition* respectivamente.

trabalho, nem maximizar sua eficiência. Em vez disso, deixam-se levar por promessas faraônicas e depois correm para compensar a ineficiência forçando os corpos e as mentes de seus empregados.

Para compreender o nível de incompetência presente na administração da indústria dos jogos eletrônicos, podemos voltar ao desenvolvimento de *Dragon Age: Inquisition* pela *Bioware*, subsidiária da *Electronic Arts* descrito pelo jornalista estadunidense Jason Schreier. Os jogos eletrônicos da empresa haviam sido desenvolvidos utilizando o motor gráfico *Unreal*, comprado da *Epic Games*. Como a *EA* possuía um motor gráfico próprio (a *engine Frostbite*, utilizada pela *DICE* no desenvolvimento da série *Battlefield*), a ordem da administração foi que todos os jogos das subsidiárias fossem feitos com esse motor gráfico. A ideia parece sã, considerando a redução de custos e simplificação do processo de produção.

O problema é que a *Frostbite* foi feita pela *DICE* exclusivamente para o desenvolvimento de sua série e focava naquilo que tornava os jogos de *Battlefield* únicos: a física de destruição de edifícios e a iluminação. Como motor gráfico de uso de uma única empresa, a *Frostbite* não apenas buscava satisfazer apenas as necessidades de seus criadores, como também carecia de documentação que permitisse a desenvolvedores que não fossem acostumados com essa ferramenta compreender suas peculiaridades. A câmera em terceira pessoa, característica da série *Dragon Age*, por exemplo, teve que ser desenvolvida do zero, e o processo de renderização da luz de ambientes, conhecido como *baking*, levava tanto tempo que atrapalhava o fluxo de trabalho¹⁹². Schreier também ressalta como a administração da própria *Bioware* fez pouco ou nada para facilitar o processo de produção e intermediar as discussões entre a linha de frente e a administração da *EA*, piorando a situação¹⁹³.

A recompensa que esses trabalhadores recebem pelos meses que passam trabalhando horas sem parar até durante os fins de semana normalmente é uma demissão. Como os administradores dos estúdios não conseguem organizar pré-produção, produção e pós-produção de forma a manter o quadro de funcionários por um longo período sem perdas financeiras, é comum que parte dos empregados, recém-contratados ou não, seja demitida logo após o lançamento de um jogo. Isso ocorre apenas para serem recontratados meses depois, quando o processo produtivo estiver engatado, se necessário for. A instabilidade empregatícia também se estende para o local no qual os empregados vivem. Com a consolidação de estúdios sob o mando de grandes distribuidoras, o remanejamento de trabalhadores para outras localidades após o fim de um projeto não é

192 Isso não era um problema tão grande em *Battlefield*, já que a série se focava em um número menor de ambientes com mais detalhes gráficos do que a série *Dragon Age*.

193 SCHREIER, Jason. **Sangue, Suor e Pixels**. Tradução Guilherme Kroll. 1ª ed. Rio de Janeiro: Harper Collins, 2018.

incomum¹⁹⁴. Os empregados terceirizados, comumente usados para cortar custos em atividades consideradas secundárias, gozam de menos proteções ainda.

Por fim temos uma série de comportamentos socialmente inapropriados, incluindo comportamento tal como fazer piadas de teor sexual ou soltar gases nos empregados, como no caso do COO da *Riot Games*, Scott Gelb¹⁹⁵. O comportamento ofensivo de pessoas como Gelb vem acompanhado de uma mistura de preconceitos. Apesar da decrescente importância do homem heterossexual branco na indústria, sexismo, homofobia e racismo são comuns no ambiente de trabalho, aumentando os problemas já relatados acima¹⁹⁶. Nenhum desses problemas é exclusivo da indústria dos jogos eletrônicos, mas essa é uma indústria na qual os empregados deveriam ter uma maior chance de barganha frente seus chefes, como pôde ter chegado a esse nível?

4.1 Origens da indústria no mundo do trabalho

O trabalho com jogos eletrônicos é altamente especializado. Como vimos no capítulo 1, é preciso muita familiaridade com dispositivos eletrônicos para trabalhar na indústria, o que significa que a maior parte dos seus empregados precisam ter relações profundas com esses equipamentos. Existem funções que dispensam o conhecimento profundo de computação, como dublagem e escrita, mas a maior parte do contingente de empregados de qualquer estúdio de desenvolvimento de jogos eletrônicos está em contato constante com as entranhas de seus computadores, e precisa conhecê-los profundamente. Além disso, empregados de outras funções, como os já mencionados escritores, além de dubladores, ilustradores etc. precisam conhecer jogos eletrônicos, mesmo que não entendam o funcionamento de *hardware* e *software*, o que significa familiaridade com a mídia, como vimos no Capítulo 3.

Como pôde, portanto, que uma indústria composta em sua maioria por homens brancos do Primeiro Mundo chegasse ao ponto de ser uma das mais incompetentes e desnecessariamente cruéis

194 Uma das consequências mais visíveis da pandemia de COVID-19 foi o estabelecimento do trabalho doméstico, comumente conhecido como *home office*, em diversas áreas da economia. Na indústria dos jogos eletrônicos, muitos estúdios adotaram essa forma de trabalho como forma de continuar suas atividades. Quando a vacinação avançou e o trabalho no escritório começou a voltar, muitos empregados resistiram à mudança, preferindo continuar o trabalho de casa.

195 WEBB, Kevin. **A top video game executive accused of farting on subordinates and hitting their genitals as a joke has been suspended without pay, but some employees want him gone entirely**. Disponível em: <<https://www.businessinsider.in/A-top-video-game-executive-accused-of-farting-on-subordinates-and-hitting-their-genitals-as-a-joke-has-been-suspended-without-pay-but-some-employees-want-him-gone-entirely/articleshow/67098871.cms>>. Acesso em 23 nov. 2021

196 Segundo Kristen Grind, Ben Fritz e Sarah E. Needleman, escrevendo para o *The Wall Street Journal*, o CEO da Activision-Blizzard Bobby Kotick sabia de diversas acusações de assédio sexual dentro das empresas que comandava e se recusou a resolver os problemas, chegando a proteger assediadores. Disponível em: <<https://www.wsj.com/articles/activision-videogames-bobby-kotick-sexual-misconduct-allegations-11637075680>>. Acesso em 23 nov. 2021

partes do entretenimento contemporâneo? A indústria dos jogos eletrônicos foi criada sobre as costas de trabalhadores especializados em diversas áreas diferentes, mas que continuam sendo tratados como proletários não-especializados. A lógica do mercado de trabalho que resume as relações de trabalho a compra e venda e postula que as más condições dos trabalhadores são devidas ao excesso de força de trabalho, segundo a Lei de Oferta e Demanda, claramente não explica isso. É nas relações políticas entre empregado e empregador, portanto, que encontraremos a resposta para a história da indústria dos jogos eletrônicos.

Qualquer tentativa de compreender o estado atual da indústria dos jogos eletrônicos precisa considerar o estado e o desenvolvimento da indústria cultural – e do capitalismo – no geral. A comparação especial é com o cinema, mídia que o jogo eletrônico buscou emular por décadas em sua busca por respeitabilidade, comparável ao jogo eletrônico por também ter sido criado já em um mundo capitalista. As outras seis artes precedentes, por outro lado, tiveram amplo tempo para se desenvolver em diversas sociedades que desconheciam a dominação burguesa.

Na comparação com o cinema, podemos enxergar as similaridades em como os sistemas de produção foram estruturados. A Nintendo, na década de 1980, buscou controlar todas as facetas de desenvolvimento e distribuição. Da mesma forma, os grandes estúdios da Era de Ouro de Hollywood tentaram. Possuíam estúdios, cinemas e até mesmo os atores, tornados propriedades dos executivos por contratos restritivos e um firme conluio entre os membros da alta burguesia.

Algumas diferenças, no entanto, são claras. Se o cinema da década de 1940 se apoiou em seus atores, a indústria dos jogos eletrônicos se calcava em suas personagens. Saíram Marilyn Monroe e Elvis Presley para entrar Super Mario e Sonic. Além disso, o cinema buscou o maior público possível, como comanda a expressão “mídia de massa”, enquanto os jogos eletrônicos se focaram em um público-alvo bastante específico. Outra grande diferença foi o lugar onde cada mídia se desenvolveu: antes, o protagonismo era dos EUA e da Europa Ocidental; depois, dos EUA e do Japão. A resposta para as diferenças entre as mídias, portanto, encontram-se na análise das diferenças entre o desenvolvimento do capitalismo nas épocas durante cada uma delas se desenvolveu. O cinema da *Belle Époque*, do entreguerras e do imediato pós-2ª Guerra Mundial em comparação com o jogo eletrônico do pós-2ª Guerra Mundial e do neoliberalismo.

A principal diferença entre o Primeiro Mundo antes e depois da 2ª Guerra Mundial foi a desmobilização da classe proletária. Entre o surgimento do capitalismo e a crise mundial de 1929, as classes proletária e burguesa viviam em pé de guerra uma com a outra. A Europa ganhou com a chegada do capitalismo industrial, mas muitas das inovações do século XIX não chegavam à classe proletária. Enquanto a burguesia de Paris vivia sua *Belle Époque* apreciando as inovações em urbanismo, as artes e Feiras Internacionais, o trabalhador francês engatinhava pelas minas de carvão

que aqueciam as cidades. A situação repetia-se por todo o mundo industrializado: na Inglaterra, crianças e mulheres tinham os braços arrancados nas fábricas da “oficina do mundo”; na Alemanha, um processo de industrialização levado a ferro e sangue impediu o surgimento das instituições liberais, prendendo o país em uma mistura de Antigo Regime e capitalismo; nos EUA, as fábricas povoadas por imigrantes europeus indesejados eram abastecidas pelos gêneros produzidos por negros do Sul que viviam como escravos, mesmo depois da Guerra Civil.

Em todo o mundo do século XIX, a dominação burguesa era mantida com mão de ferro. O capitalismo podia se vangloriar de ter produzido mais e melhores bens do que qualquer outro sistema econômico na história humana, mas não de tê-los distribuído justa ou igualmente nem de funcionar sem a aplicação constante de violência exemplar. Essa situação deu origem a movimentos políticos que denunciavam a insustentabilidade de um sistema baseado na crescente exploração de recursos humanos e naturais, mas que foram prontamente ignorados e violentamente reprimidos até que o sistema implodiu com a Primeira Guerra Mundial. Na Rússia, a fadiga da guerra levou à Revolução que colocou os bolcheviques no poder, enquanto na Europa Ocidental as matanças das trincheiras, seguidas de uma das maiores crises econômicas da história humana em 1929 expuseram a fragilidade do sistema, levando os movimentos que demandavam mudanças a um crescimento vertiginoso.

O descrédito do sistema liberal culminou na Segunda Guerra Mundial, quando os fascistas do Eixo, que muitos conservadores haviam ignorado ou apoiado, lançaram um ataque contra toda a humanidade, começando por movimentos de esquerda e minorias raciais. A guerra, maior da História em termos de mortes humanas, deixou marcas no meio ambiente, na organização política do globo e na mente dos seres humanos, cientes de que o terror dos campos de extermínio estava sempre mais perto do que se imaginava¹⁹⁷. Alguns teóricos comunistas esperaram que o capitalismo, que havia falhado com a Europa por quase quatro décadas, estivesse à beira da morte, mas não foi isso que ocorreu.

A recuperação do capitalismo se deu graças a um processo complexo. Na década de 1930, o programa *New Deal* estadunidense começou uma recuperação econômica que só foi levada a cabo com a implementação de uma economia de guerra em larga escala devido a Segunda Guerra Mundial. A aceleração econômica provocada pela guerra foi mantida nas décadas seguintes com programas de empréstimos comandados pelo governo dos EUA como o Plano Marshall, destinado à reconstrução da Europa, e investimentos no crescimento da economia interna, materializados na construção de subúrbios pelo país logo após a guerra.

197 Uma das maiores obras sobre a proximidade do terror nazista na modernidade é **Educação Após Auschwitz**, na qual Theodor Adorno argumenta que a função da educação no mundo contemporâneo deve ser evitar a repetição do terror nazista.

O resultado desse processo foi a elevação de certas partes do proletariado à classe média em ambas as regiões e a consolidação de direitos trabalhistas na Europa¹⁹⁸. Dessa forma, a Europa Ocidental e os EUA completaram a transição da dominação burguesa – mantida pela força – para a hegemonia burguesa – mantida pela ideologia e visando obscurecer a dominação, seguindo as definições de Gramsci¹⁹⁹. A classe média fechava os olhos para a exploração de classes e raças subalternas na América Central que plantava suas bananas, na África de onde saíam suas joias, no Havaí onde passavam suas férias ou na Índia que fetichizavam em seus orientalismos. Cega pelo brilho de seu novo padrão de vida, com eletrodomésticos, casas no subúrbio, educação superior acessível e paz social, a população de classe média do Primeiro Mundo se acalmou²⁰⁰.

Concorrente a isso, os governos capitalistas atacavam oponentes políticos, denunciando qualquer um que pudesse ser crítico da ordem liberal e do capitalismo como um agitador bolchevista. McCarthy e sua cruzada anticomunista expulsaram muitos artistas considerados subversivos dos EUA, enquanto o FBI assassinava ativistas pelos direitos civis²⁰¹ e a CIA ensinava forças armadas no Terceiro Mundo os segredos do pau de arara, do choque elétrico e de outras torturas inumeráveis.

Enquanto ativistas eram mortos no Primeiro Mundo e as ditaduras do Terceiro Mundo destruíam a vida de sua população sob os desejos dos capitalistas internacionais – com os auspícios de caudilhos e negociantes locais – a classe média ignorava esses problemas. Alimentada com uma mistura de propaganda disfarçada de entretenimento e bens de consumo, o Primeiro Mundo naturalizou sua situação. Fecharam os olhos para as raças oprimidas ao Sul do Equador, para a história de luta de seus ancestrais e até mesmo para os brancos alijados dos programas que construíram a classe média, presos nos *trailers parks* do Sul dos EUA. A classe média naturalizou o capitalismo, tratando os aspectos positivos do Estado de Bem-Estar Social como algo eterno.

Foi essa classe média que veio a povoar as universidades nas quais o jogo eletrônico foi desenvolvido. Enquanto os pobres dos EUA não acessavam o ensino superior ou tinham de se contentar com faculdades comunitárias, as universidades da vanguarda da tecnologia, como o MIT,

198 Nos EUA os direitos trabalhistas não foram consolidados como na Europa Ocidental, impedindo a criação do Estado de Bem-Estar Social como o conhecemos. Em vez disso, houve uma preferência pela implementação de uma série de benefícios privados e contingentes na forma do *private welfare* e de programas sociais pontuais como os *food stamps*.

199 Apesar de completa apenas após a Segunda Guerra Mundial, a presença da hegemonia no sistema capitalista obviamente precede o Estado de Bem-Estar Social, como atesta o fato de Gramsci ter desenvolvido sua teoria durante o governo de Mussolini e ter morrido sem nunca ver a guerra na Europa.

200 Obviamente houve exceções durante o período, como vemos nos movimentos por direitos civis na década de 1960 nos EUA e nos protestos contra a ditadura de Salazar em Portugal na década de 1970, além dos movimentos terroristas de esquerda como o IRA e o ETA respectivamente na Irlanda e na Espanha.

201 Segundo Churchill e Vander Wall, citados por Thaddeus Gregory Blanchette e Raquel de A. Barreto, “mais de 60 líderes nativos e aliados do AIM (*American Indian Movement*), por exemplo, seriam assassinados, só na Reserva Pine Ridge, por forças apoiadas pelo FBI entre 1972-76)”. BARRETO, BLANCHETTE. **Trouble Every Day: 1968 nos Estados Unidos**. Revista Eco Pós, v. 21, n° 1. 2018.

foram habitadas pelos filhos da classe média suburbana, que cresceram em um mundo de plenitude de emprego, de bens e de tempo ocioso. Essas pessoas tinham problemas com o sistema vigente, com seu trabalho alienado de 9h às 17h, com seus casamentos falidos e de fachada, com uma sociedade que priorizava a aparência do que a verdadeira felicidade, mas associavam movimentos políticos com a “inconveniência” causadas pelos protestos da década de 1960 ou com uma ameaça existencial a seu estilo de vida promovida por Moscou.

A indústria cultural se beneficiou dessa mudança dupla. Por um lado, o aumento da renda média nesses países permitiu que a população comprasse cada vez mais bens supérfluos, dentre os quais os bens culturais. Por outro lado, a paz social dá segurança os consumidores, que passam a poupar menos e gastar mais, especialmente com bens que não podem ser mantidos em caso de emergência, pois sabem que essas situações não acontecerão. A situação financeira periclitante não havia impedido que a população desses e de outros países consumissem bens culturais, mas ditou sob quais formas esses produtos poderiam ser vendidos. Os pobres preferem bens que combinem baixo custo (pois tem pouco dinheiro), pouco comprometimento (pois tem pouco tempo) e sejam coletivos (para maximizar a eficiência na compra). Isso explica, por exemplo, a predominância dos folhetins de cordel, do cinema e do rádio dentre os divertimentos da população pobre, já que são todos produtos relativamente baratos que proporcionam entretenimento para a família inteira e, no caso do rádio, por muito tempo.

Pouca renda também significa que o público-alvo ideal da indústria cultural são as famílias. Bens para partes específicas da população existem, mas são restritos às partes com mais renda da população, que pode se dar ao luxo de comprar um conjunto de bens para cada pessoa. Pudemos ver essa relação entre renda e consumo na forma como os fliperamas e o Atari 2600 se popularizaram, já que ambos diminuía o risco devido ao baixo investimento (fliperama) e à utilidade para toda a família (Atari 2600).

A nova ordem socioeconômica vivida após a Segunda Guerra Mundial alterou completamente a forma como a indústria cultural elaborava e vendia seus produtos. Com o *baby boom*, milhões de novos estadunidenses nasceram nos anos que sucederam o conflito, e eles não precisariam trabalhar cedo como seus pais fizeram. A situação dos países do Primeiro Mundo pôs a população que crescia na situação inédita de ter tempo e dinheiro em excesso. O resultado é que os adolescentes dessa época cresceram tendo o consumo como principal ritual de entrada no mundo adulto, e os bens culturais estavam no centro desse processo.

Já vimos que a Nintendo preferiu as crianças como público-alvo e que, posteriormente, a indústria dos jogos eletrônicos continuariam vendendo seus produtos para os jovens. Isso ocorreu como parte de um processo mais amplo, através do qual os adultos deixaram de ser o público

consumidor mais importante para a indústria, substituído por seus filhos, que gastam prodigamente (por não saber da importância do dinheiro e da poupança), tem poucas responsabilidades (por isso preenchem seu tempo com o consumo) e são facilmente influenciados por modas e pressão de seus pares.

Já na década de 1950 a definição de jovem começou a mudar. A ideia da juventude como tempo de aprendizado para a vida adulta e construção de conhecimentos e moral foi substituída pela juventude como tempo de consumo especializado de bens culturais, destinado a criar grupos de jovens que, através de pressão social, forçavam seus pares a consumir da mesma forma que eles. Na década de 1980 o processo de comercialização da juventude estava tão aprofundado que o sociólogo francês Michel Maffesoli cunhou o conceito de *tribo urbana* para descrever a forma como os jovens estruturavam os seus grupos sociais.

Argumento que em seu livro *O Tempo das Tribos: o Declínio do Individualismo nas Sociedades de Massa*²⁰², Maffesoli confundiu a comercialização da juventude com uma nova forma de sociabilidade pós-moderna. O sociólogo francês descreve, por exemplo, como as tribos urbanas se estruturam através de segredos, códigos de conduta e hábitos, porém esquece de apontar como os comportamentos ao redor dos quais essas pessoas se agregavam eram pautados pela indústria cultural. Os “rebeldes sem causa” da década de 1950, exemplo fundamental da tribo urbana, não tinham como ponto de referência algo real, e sim a imagem de James Dean, cuidadosamente cultivada pela indústria cultural. O desinteresse político desses jovens permitiu que a indústria se apropriasse continuamente de cada identidade desenvolvida, como vimos no Capítulo 3.

A indústria cultural aprendeu rapidamente como comercializar a vida dos jovens. Em vez do apelo de massa que era o carro-chefe da indústria até o momento, era mais eficiente vender estilos de vida para grupos específicos, dividindo a juventude de acordo com seus gostos. Dessa forma era possível multiplicar os bens a serem vendidos e garantir as vendas com base no medo que os consumidores tinham de ser excluídos de seus círculos de amigos, uma espécie de morte social. Essas tribos urbanas podiam ser criadas pela indústria, mas a preferência sempre foi pela apropriação, por demandar menos trabalho e ser menos arriscado.

No mundo do entretenimento, isso deu origem ao fenômeno dos fãs e do *fandom*. Derivadas de *fanatic* (fanático, em inglês), os termos descrevem os apreciadores cuja relação com em torno de um produto cultural chega ao nível do fanatismo. No Ocidente, podemos identificar os fãs dentre os *nerds* que amavam os trabalhos de ficção científica da década de 1950 e nos Beatles, que

202 MAFFESOLI, Michel. **O Tempo das Tribos: o Declínio do Individualismo nas Sociedades de Massa**. Tradução de Maria de Lourdes Menezes. 2ª edição. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.

arrastavam as multidões de fãs durante o auge da *Beatlemania*²⁰³. O investimento emocional dos fãs nas obras que apreciavam levou muitos a demonstrarem seu apreço através de *fanfics* (ficção feita por fãs), *fanzines* (quadrinhos feitos por fãs), *cosplay* (fãs fantasiados que representam personagens), especulações sobre as obras, etc. Por muito tempo, os fãs foram pouco utilizados na indústria cultural ocidental. Levou décadas para que ela compreendesse as capacidades positivas dos fãs que a sua indústria cultural havia cultivado e parasse de discriminá-los. A ojeriza aos fãs era ainda mais potente quando se tratava de mulheres, caracterizadas como histéricas ou loucas²⁰⁴.

Os fãs eventualmente chegaram à indústria cultural, usando seu conhecimento e paixão para produzir profissionalmente o que faziam de forma amadora. No Japão, por exemplo, os produtos da cultura de consumo que se desenvolveu no pós-guerra geraram a chamada cultura *otaku*, composta por pessoas consideradas obcecadas com seus hobbies, que geralmente eram bens de consumo tecnológico ou da indústria cultural. A influência da cultura *otaku* no *soft power* japonês é maior que na indústria cultural ocidental porque no país oriental boa parte da cultura pop foi desenvolvida por *otakus* após a década de 1980.

Com o tempo, a forma de consumir bens culturais promovida pelos fãs e pelos *otakus* se espalhou e solidificou pela indústria cultural. Hoje, a cultura dos fãs é tão normalizada que uma nova palavra foi inventada para descrever o tipo de obsessão fanática que caracterizava o fenômeno: *stan*, surgido de uma música de mesmo nome do *rapper* estadunidense Eminem, no qual ele descreve uma mistura de *stalker* (perseguidor) e fã²⁰⁵²⁰⁶. O mundo dos fãs saiu das subculturas e chegou ao *mainstream*, em eventos como a *Comic Con* e no complexo industrial da Disney, que hoje detém os direitos das revistas *Marvel* e da franquia *Guerra nas Estrelas*, dois bastiões da cultura dos fãs ocidentais.

Os *nerds* e os *otaku* foram as duas tribos urbanas centrais para a criação da indústria dos jogos eletrônicos. No Ocidente, *nerds* imprimiram sua apreciação pelas histórias de ficção científica, além da vontade de brincar com a tecnologia da Era Espacial, na emergente indústria. Robôs e viagens espaciais, além de cavaleiros, dragões e magos, se tornaram figuras comuns no mundo dos jogos eletrônicos. No Japão, a estética do *anime* e do *mangá* se tornou quase onipresente nos jogos eletrônicos, aparecendo nos JRPGs, nos jogos de aventura, nos jogos de simulação e estratégia, etc.

203 Ainda poderíamos adicionar as fãs femininas de Elvis Presley, astro do *rock and roll* que precedeu os Beatles. Os criadores negros do *rock*, no entanto, não se encaixam devidamente nas definições de tribo urbana porque suas prioridades ainda eram atreladas ao mundo do trabalho.

204 As modas vem e vão, mas a misoginia permanece. O entretenimento voltado para mulheres permanece até hoje “inexplicável” para a sociedade de massa, como atestam as reações negativas à *Beatlemania* na década de 1960 e aos fenômenos *Crepúsculo* e *50 Tons de Cinza* nos anos 2010.

205 Letras e vídeo disponíveis em: <<https://www.letras.mus.br/eminem/12709/>>. Acesso em 15 abr. 2022.

206 É importante notar que até a palavra *stan* está passando por um processo de mudança de significado, com fãs de grupo de *k-pop* (pop coreano) utilizando a palavra *stan* no lugar de fã.

Além disso, múltiplas franquias dos *animes*, como *Dragon Ball*²⁰⁷ e *Gundam*, marcam presença no mundo dos jogos eletrônicos.

Com o tempo, a indústria dos jogos eletrônicos desenvolveu uma tribo urbana própria, os *gamers*. A identidade *gamer* foi central para o desenvolvimento da indústria e os conflitos em torno do que significa ser ou não ser um *gamer* foi uma das questões principais no *GamerGate* e ainda é um dos principais tópicos de discussão quando se trata de jogos eletrônicos.

O último ponto necessário para compreender a indústria dos jogos eletrônicos e a indústria dos bens digitais é a financeirização do capitalismo no final do século XX e começo do século XXI. No Estado de Bem-Estar Social, diversas limitações foram estabelecidas nos sistemas financeiros em torno do globo para evitar a repetição de uma crise especulativa como aquela de 1929. Com a chegada de governantes como Augusto Pinochet, Margaret Thatcher e Ronald Reagan ao poder, no entanto, o Estado de Bem-Estar Social começou a ser solapado. Dentre eles e o governo autoritário de Pinochet, não faltaram assassinatos, censura e violência política que agiam como força motriz do neoliberalismo. Dentro do credo neoliberal estava a desregulamentação do mercado financeiro, medida que favorecia acima de tudo a alta burguesia.

Para compreender como esse processo afetou a economia contemporânea, é preciso entender o que é capital financeiro e qual é seu papel na economia capitalista. Capital é o dinheiro utilizado para gerar mais dinheiro, investimento, que podem ser divididos em dois tipos: o primeiro é o produtivo, ou seja, aquele utilizado para gerar mais bens e/ou serviços ou aumentar a eficiência de sua produção. Nisso inclui-se medidas como a contratação de funcionários, compra de maquinário, aquisição de informação sobre o mercado consumidor, construção de infraestrutura etc.

O segundo tipo de capital é o financeiro, composto pelo crédito e cuja função primordial é direcionar o dinheiro que estaria ocioso para os setores produtivos da economia. O dinheiro que ficaria parado embaixo do colchão, quando emprestado, permite que o consumidor adquira os produtos que deseja e que o produtor invista. Isso também inclui a Bolsa de Valores que é, na prática, um empréstimo cujo pagamento é feito em participação nos lucros e decisões da empresa, em vez de dinheiro, cuja função é viabilizar os investimentos de alto risco e alto lucro potencial. Consequentemente, o capital financeiro é de importância secundária para o desenvolvimento econômico capitalista, já que depende do capital produtivo e do consumo.

O problema é que investir em capital produtivo é complicado. A burguesia produtiva, especialmente a pequena burguesia, tem que lidar com centenas de diferentes riscos e variáveis que afetam seus negócios. O desenvolvimento de novas tecnologias ou uma mudança cultural podem

²⁰⁷ A influência do *anime* nos jogos japoneses é tanta que os designs dos personagens da franquia *Dragon Quest*, pedra fundamental do JRPG, foram originalmente feitas por Akira Toriyama, famoso por seu trabalho nos mangás *Dr. Slump* e, principalmente, *Dragon Ball*.

mudar os padrões de consumo; falhas na produção ou uma campanha de *marketing* mal-feita podem solapar a reputação da empresa; empregados podem perder a eficiência por múltiplos motivos; a linha de produção ou de fornecimento pode quebrar, etc. Para administrar todos esses recursos e manter os empregados trabalhando em prol dos seus interesses, a burguesia precisa trabalhar constantemente, mantendo-se vigilante durante todo o processo.

O capital financeiro, por outro lado, envolve pouquíssimo risco e menos trabalho ainda. O único trabalho do credor é administrar para quais pessoas emprestou e quanto deve receber e o único risco é o calote, mas ele pode ser minimizado emprestando apenas para devedores que tenham renda fixa e sempre mantendo uma reserva para o caso do calote. No Brasil, essa reserva é obrigatória, por exemplo, já que cada banco é obrigado a fazer um depósito compulsório ao Banco Central para cada empréstimo que executa e o Serviço de Proteção ao Crédito (SPC) e o Sistema SERASA existem para manter um registro dos maus pagadores, preservando os credores.

Na Bolsa de Valores, a renda é diretamente proporcional ao capital investido, mas o risco é inversamente proporcional, já que investidores com muito capital podem diluí-lo em múltiplas empresas, garantindo que mesmo frente uma falência a quantidade de dinheiro perdida seja apenas uma fração do total investido. Isso não acontece no capital produtivo, cuja operação é muito mais complicada do que a simples compra e venda de ações. Isso significa que a burguesia prefere, naturalmente, investir no capital financeiro do que no produtivo, levando a um processo contínuo de financeirização da economia capitalista.

O problema é óbvio: com cada vez mais capital no mercado financeiro, cria-se um abismo entre a quantidade de dinheiro dedicada à especulação, à *possível* produção ou valorização de bens, e entre o capital que é verdadeiramente dedicado ao incremento produtivo. Parte da burguesia reconhece o problema e prefere um sistema regulado, seja pelo Estado, seja por uma organização que os representa. Outra parte, no entanto, prefere matar a galinha dos ovos de ouro e abrir-lhe a barriga; seduzida pela promessa de lucro fácil e vultuoso, optam por colocar seu capital em negócios especulativos. Como resultado, os setores produtivos se esvaziam, a economia entra em estagnação e o poder de consumo da classe trabalhadora definha enquanto o valor real dos bens trocados na Bolsa de Valores se vê cada vez mais diminuto frente a seu valor especulativo. O tempo passa, o abismo aumenta e – inevitavelmente – a bolha estoura quando se percebe que as ações valorizaram enquanto as empresas não e todo o dinheiro fictício depositado na Bolsa evapora.

A desregulamentação do sistema financeiro anglo-americano (e conseqüentemente do sistema financeiro global) ocorreu enquanto a indústria de bens eletrônicos e da *internet* se desenvolvia nos EUA. A Califórnia, que antes havia abrigado a indústria cinematográfica de Hollywood, foi novamente escolhida para dar origem a esse novo ramo da economia no chamado Vale do Silício.

Imbuída de um *ethos* capitalista ao último grau, a indústria de eletrônicos – inclusive a de jogos eletrônicos – valoriza grandes personalidades que façam o lucro se materializar, independente de correspondência com as atividades produtivas que caracterizaram outrora o capitalismo industrial²⁰⁸.

Essas são as três grandes características das relações de trabalho do Primeiro Mundo quando do surgimento da indústria dos jogos eletrônicos: um proletariado desorganizado e complacente; uma indústria cultural baseada em comunidades de interesse socialmente dependentes dos bens que consomem; e um sistema econômico financeirizado ao extremo. É com base nesses pontos que podemos responder o porquê das lutas trabalhistas na indústria dos jogos eletrônicos terem avançado tão pouco nos últimos cinquenta anos.

4.2 Porque a luta fracassa até hoje

O primeiro ponto para compreender por que a luta em prol de melhores condições de trabalhos na indústria dos jogos eletrônicos foi infrutífera até hoje está na relação que os proletários dos países onde a indústria é mais potente tem com os movimentos em prol de seus direitos. Como resultado da desmobilização da classe trabalhadora e da intensa propaganda anticomunista promovidas após a Segunda Guerra Mundial, percebemos que os trabalhadores do Primeiro Mundo, especialmente dos EUA e do Japão, foram progressivamente desorganizados,.

A classe média estadunidense, por exemplo, apresenta uma taxa de sindicalização irrisória de apenas 6,1%²⁰⁹. A falta de sindicatos é um exemplo da ausência generalizada de formas de negociação coletiva no país que é o centro do capitalismo global e da indústria dos jogos eletrônicos. No Japão, o conservador Partido Liberal Democrático (PLD) vive uma hegemonia quase absoluta desde 1948. Se considerarmos o período após 1972, ano do surgimento dos jogos eletrônicos comerciais, o Japão viveu aproximadamente apenas 2.084 dias (5 anos e 259 dias) sob primeiros-ministros que não foram do PLD²¹⁰

Isso não significa, logicamente, que todos os *baby boomers* eram alienados e convenientemente alinhados com as múltiplas opressões que ainda existiam no mundo dessa época.

208 Além da Bolha da Internet, que ocorreu no final dos anos 1990 e começo dos anos 2000, temos a utilização em larga escala do termo “Unicórnio” para descrever *start-ups* cujo valor de mercado ultrapassa US\$ 1 bilhão (um bilhão de dólares). O que é notável é que a valorização dessas empresas se baseia unicamente no seu valor de mercado, e não no principal critério do capitalismo produtivo: lucro. Isso significa que uma *start-up* pode ser uma Unicórnio de grande sucesso e ter um retorno sobre investimento negativo, sendo fundamentalmente um dreno financeiro.

209 ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA, **UNION MEMBERS — 2021**. News Release: Bureau of Labor Statistics, U.S Department of Labor. 2022

210 Compare-se esse período com a duração de Shinzo Abe,. Ele que foi o primeiro-ministro de maior governo do Japão e membro do PLD governou um único mandato contínuo de 7 anos e 266 dias entre 2012 e 2020, além de um mandato de 1 ano e 1 dia entre 2006 e 2007.

Muitas dessas pessoas se revoltaram contra as instituições reacionárias que governavam sua vida. A geração da década de 1960 se rebelou em grandes manifestações que tomaram o mundo ocidental de assalto, especialmente no ano de 1968, mas os resultados desses movimentos políticos não chegaram a se materializar. Mesmo com toda a rebeldia jovem do período pós-2ª Guerra Mundial, o os EUA, a Europa Ocidental e o Japão vivem décadas de total hegemonia²¹¹ capitalista. No Japão, por exemplo, o poder do conservador Partido Liberal Democrático é exercido a contento desde a década de 1970 enquanto nos EUA permanece um sistema bipartidário que opõe o neoliberal Partido Democrata a um Partido Republicado cada vez mais autoritário²¹².

Os movimentos políticos organizados, por outro lado, foram reprimidos à bala. Entre as ditaduras da Operação Condor²¹³ e as execuções sumárias do COINTELPRO²¹⁴, as potências do Primeiro Mundo mantiveram sua hegemonia deixando um rastro de violência. A perseguição implacável à esquerda anticapitalista criou um vácuo político já que os representantes dessas ideologias estavam sendo constantemente mortos ou difamados. Nos EUA a esquerda tradicional e suas críticas ao capitalismo estão quase completamente ausentes do debate político, enquanto no Japão o conservador Partido Liberal Democrático goza de uma hegemonia conquistada com a queda da extrema-esquerda no final da década de 1970.

Como resultado, a classe média que foi fundar a indústria dos jogos eletrônicos não tinha a experiência da organização de classe nem a intenção de unir os trabalhadores em prol de uma pauta comum que desafiasse o sistema vigente. Na “terra das oportunidades” dos Estados Unidos da América, a forma usual de lidar com problemas trabalhistas tornou-se “aceitá-los ou tornar-se um burguês”. Muitos empregados da indústria dos jogos eletrônicos não imaginavam reforma que não a colocasse no lugar de seus superiores. Empresas como Activision, Electronic Arts e Blizzard, fundadas com o objetivo de serem mais éticas e produzirem jogos de maior qualidade que suas competidoras se tornaram algumas das maiores distribuidoras da indústria, cometendo os mesmos erros que as empresas às quais se opunham, às vezes em maior escala²¹⁵.

211 Hegemonia aqui é utilizada em seu sentido clássico de “controle político total sobre determinada região”, mais comumente utilizado nas Relações Internacionais, e não no sentido gramsciano.

212 Apesar da radicalização do Partido Republicano parecer um processo novo, impulsionado pela vitória de Donald J. Trump em 2016 com o apoio explícito de diversos grupos de extrema-direita, é importante lembrar que esse processo possui pelo menos cinquenta anos, advindo da estratégia de *dogwhistles* desenvolvida por Lee Atwater para renovar a chamada “Estratégia Sulista” do Partido durante a campanha de Ronald Reagan.

213 Operação do governo dos Estados Unidos da América para a instalação e manutenção de ditaduras no Cone Sul.

214 Oficialmente **Programa de Contra-Inteligência**, foi uma série de operações ilegais promovido pelo Bureau de Investigação Nacional (FBI) sob a direção de J. Edgar Hoover.

215 A Activision-Blizzard, gigante formada da união das duas empresas, recentemente se tornou o alvo de um grande escândalo relacionado a uma “cultura” de assédio sexual na empresa. Sobre isso pode-se ler MEEKS, Alexandra. **California sues Activision Blizzard, alleging culture of sexual harassment**. Disponível em: <<https://edition.cnn.com/2021/07/22/tech/activision-blizzard-sexual-harassment/index.html>>. Acesso em 15 abr. 2022

Isso ocorre quando os trabalhadores consideram o trabalho natural, e não uma relação de compra, venda e poder. A situação piora quando consideramos que, para muitos, o trabalho na indústria dos jogos eletrônicos é um privilégio que lhes é concedido. Para compreender como isso funciona, voltemos às tribos urbanas. Vimos que a indústria cultural da segunda metade do século XX, progressivamente, se estruturou em torno de subculturas jovens conhecidas como tribos urbanas e que duas dessas tribos, os *nerds* e os *otaku*, foram instrumentais na criação da indústria dos jogos eletrônicos e da cultura *gamer*, ela própria uma tribo urbana.

A tribo urbana é baseada, como argumentou Michel Maffesoli, criador do conceito, em um conjunto de práticas e conhecimentos mantidos em segredo e em uma série de rituais de pertencimento repetidos ciclicamente²¹⁶. O autor compara a importância do segredo para a tribo urbana com a máfia, mas podemos compará-las com a instituição das máscaras igbo ou com as práticas cortesãs da Europa absolutista. A semelhança entre todas essas sociedades é que são calcadas em privilégios intragrupo adquiridos a partir da repetição de comportamentos considerados aceitáveis pelo grupo. No centro dessa dinâmica está a distinção entre aqueles que conhecem o “segredo” e aqueles que não o conhecem.

É a partir dessa busca pela manutenção da posição adquirida no grupo que devemos compreender as tribos urbanas. Se o capitalismo havia contextualizado a arte como um bem de consumo, passível de compra e venda, a tribo urbana transforma os bens culturais em oportunidades para aquisição do mistério. O próprio Maffesoli admite que a tribo urbana, ao contrário das ideologias modernas, se baseia na exclusão do outro e na manutenção de um pequeno grupo de agraciados. Para se manter parte do grupo, portanto, é necessário estar em constante estado de performance: usar as roupas do grupo, falar as gírias do grupo, ouvir as músicas do grupo, saber o mesmo que o grupo. A manutenção do privilégio explica por que os *fandoms* são tão obcecados com o registro enciclopédico das informações encontradas na arte que consomem, já que é o conhecimento e recitação pública dessas informações que lhes garantem seu lugar na tribo.

Para os fãs, obras de arte não são objetos complexos e que devem ser compreendidos de forma crítica em sua relação com o mundo real, e sim uma fonte constante de mistérios a serem adquiridos e exibidos, de forma a garantir sua posição dentro do grupo. A indústria cultural rapidamente percebeu isso, multiplicando os produtos destinados a serem exibidos ou a facilitar a aquisição do conhecimento a ser exibido. Depois percebeu que trabalho também é uma forma de performance para o *fandom*.

216 Maffesoli ressalta o papel de rituais repetidos diversas vezes em seu livro, como na citação “Os costumes têm essa função [de cativar e negociar com o mistério]. Eles são para a vida cotidiana aquilo que o ritual é para a vida religiosa *stricto sensu*” (p. 32). Além dos subcapítulos I-3. *O costume* (pp. 30-44) e IV-6. *Massas e estilos de vida* (pp. 136-142).

Muitos fãs trabalham sem remuneração em sua dedicação para com seu grupo. Fazem fantasias, escrevem histórias, desenham e compõem. As léguas que essas pessoas percorrem para poder se expressar aos seus pares continua sendo um dos aspectos mais interessantes e positivos dessas comunidades. Foi dessa forma que muitas minorias puderam se expressar, como vimos no Capítulo 3, além de criar laços sociais. Para essas pessoas, exercitar suas capacidades criativas era uma dádiva, e a possibilidade de fazê-lo oficialmente era um sonho.

As empresas que compõem a indústria cultural rapidamente perceberam isso e trataram de encontrar uma forma de explorar esses fãs. Trabalhar com as empresas que possuem os direitos para uso das propriedades intelectuais ao redor das quais o *fandom* se organiza passou a ser visto como o mais alto degrau que um fã poderia galgar. Para as empresas, as vantagens de contratar fãs são diversas: eles já conhecem o material com o qual devem trabalhar, possuem alguma habilidade criativa treinada ao longo de anos e priorizam o mesmo tipo de consumo performático que o *fandom* valoriza, garantindo que as obras produzidas nunca se tornem muito críticas do padrão de consumo desenvolvido.

Mais do que isso, fãs são leais e se agarram com unhas e dentes à oportunidade de trabalhar com o que amam. Enquanto um trabalhador geralmente calcula a probabilidade de continuar trabalhando com base na remuneração, na segurança, nos benefícios e na satisfação que tem com o trabalho, fãs privilegiam a satisfação que conseguem. Seu trabalho é, acima de tudo, um caso de amor, de paixão desenfreada. Paixão essa que empresas fazem questão de fomentar, argumentando que os sacrifícios pelos quais os seus trabalhadores passam é a prova de sua dedicação, não o resultado deliberado de sua má administração²¹⁷.

Isso significa que a indústria dos jogos eletrônicos está dividida entre pessoas que preferem buscar uma melhoria nas suas condições de trabalho individualmente, aqueles que tem ojeriza a qualquer proposição de organização coletiva e aqueles que enxergam trabalhar nessa indústria não como um contrato, mas como um privilégio. Sobram aqueles determinados a lutar pelos seus direitos e os trabalhadores sem uma posição política definida. Conseguir unir esses dois grupos em um todo coeso encontra, no entanto, dois grandes obstáculos.

217 O designer Peter Molyneux, conhecido por suas promessas extravagantes que nunca consegue cumprir, descreve o *crunch* como: “energia, e é disso que você precisa, você precisa dessa energia nas pessoas e você precisa que tudo isso se junte. Tem essa coisa maravilhosa que acontece em seres humanos quando eles encaram o impossível, que é quando eles mostram seu melhor e é disso que você precisa”. Considerando os resultados decepcionantes dos jogos de Molyneux e o conhecimento que possuímos sobre a ineficiência do *crunch*, é claro que todo o processo de desenvolvimento desses jogos está errado e a paixão e a citada “energia” dos desenvolvedores está sendo utilizada como uma ferramenta para mantê-los trabalhando.

Traduzido pelo autor do original: “*But crunch is energy, and that's what you need, is you need that energy in people and you do need to all come together. There's this wonderful thing that happens to human beings when they're faced with the impossible, which is that they often bring their best foot forward and that's what you need.*” Entrevista disponível em: <<https://nodontdie.com/peter-molyneux-2>>. Acesso em 15 abr. 2022.

Vimos até agora como a indústria dos jogos eletrônicos foi afetada pelas conjunturas do século XX, pela sua configuração política, pelo funcionamento de sua economia, pelas relações estabelecidas entre as classes nesse momento. Apenas 19 anos depois da fundação da indústria dos jogos eletrônicos, no entanto, o século XX acabou. A União das Repúblicas Socialistas Soviéticas caiu em 1991, derrubando os prospectos de um comunismo global e estabelecendo uma década de hegemonia estadunidense, que seria derrubada junto às torres do World Trade Center em 2001.

A queda da União Soviética significou o fim da Guerra Fria e da disputa do capitalismo contra o comunismo. Como resultado, o Primeiro Mundo – em especial os EUA – se tornou o governante *de facto* do mundo, comandantes supremos do sistema de relações internacionais. Estados socialistas ainda existiam, mas estavam em franca decadência, como a Iugoslávia, ou representavam nenhum perigo para o capitalismo a nível global, como Cuba, Vietnã e Coreia do Norte. A China, futura concorrente dos EUA pela hegemonia mundial, ainda não mostrava todo seu poder e havia se afastado da URSS durante o governo de Deng Xiaoping.

O fim da Guerra Fria causou uma profunda reorganização do sistema político global. Estados e seus representantes precisavam compreender como o sistema internacional seria organizado nesse novo período histórico o mais rápido possível e para isso empreenderam intelectuais e políticos para descobrir isso. Algumas dessas pessoas eram teóricos, como Samuel Huntington, que propôs uma teoria que essencializa os possíveis novos conflitos em torno de “civilizações” por ele definidas²¹⁸. Os defensores do capitalismo neoliberal, por outro lado, estavam extasiados. Imaginavam que não haveria novas disputas; o capitalismo vencera e assim seria até o fim da existência humana.

A forma mais violenta e brutal dessa mentalidade hegemônica liberal foi a criação de uma política externa neoconservadora cada vez mais agressiva durante o governo de George W. Bush. Ao contrário do que dizem os estereótipos, foram os realistas nas Relações Internacionais quem mais se opuseram à cruzada antiterrorista do presidente republicano, enquanto liberais como Francis Fukuyama exortavam o direito dos EUA de moldar o sistema internacional a seu bel-prazer.²¹⁹

218 O artigo no qual Huntington propôs sua teoria, publicado na *Foreign Affairs* do Verão de 1993, é uma mistura de truísmos sem embasamento histórico (a centralidade das religiões para as “civilizações”), supressão sistemática de evidências em contrário de sua teoria (na proposição de uma rivalidade histórica entre as civilizações ocidental e islâmica na Idade Média), critérios de agrupamento inconsistentes (as civilizações são determinadas pela religião, mas a Europa Católica é agrupada junto com a Europa Protestante, Israel, EUA, Canadá, Austrália e Nova Zelândia, enquanto exclui a católica América Latina e toda a Europa Ortodoxa), e racismo óbvio (todas as regiões do mundo possuem civilizações próprias, exceto a África, cuja civilização é “considerada” pelo autor). HUNTINGTON, Samuel. **The Clash of Civilizations**. *Foreign Affairs*, Summer 1993. pp. 22-49.

219 Podemos contrastar a palestra *The False Promise of Liberal Hegemony*, de John Mearsheimer (disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=ESwIVY2oimI&t=2942s>>. Acesso em 21 maio 2022) com a carta ao Presidente Bush escrita por Fukuyama (disponível em: <<https://web.archive.org/web/20041230063728/http://www.newamericancentury.org/Bushletter.htm>>. Acesso em 21 maio 2022)

A vitória da hegemonia capitalista gerou uma situação inédita para os defensores do sistema socioeconômico: pela primeira vez na História o capitalismo não precisava justificar sua existência contra inimigos que podiam ameaçá-lo diretamente. Os advogados do capitalismo não precisavam mais se armar de seu arsenal usual; as taxas de pobreza decrescentes, o fortalecimento da classe média, as atrocidades do regime soviético. Podiam agora simplesmente apontar para o mapa-múndi e dizer que a URSS havia caído. Com a queda do chamado Socialismo Real, o capitalismo não precisava mais de defesas, pois não havia quem o atacasse. Não precisava ser mais o melhor sistema socioeconômico que existe, porque se tornou o único sistema socioeconômico, a única opção. A geração que cresceu no Primeiro Mundo da década de 1990 acostumou-se a acreditar que o *status quo* era o único estado de coisas, que todos os problemas do mundo seriam resolvidos pelas instituições com o tempo, sem necessidade de intervenção humana. Essa mentalidade funcionou bem até 2001, quando os EUA foram atacados pela Al-Qaeda e começou a longa e sangrenta Guerra ao Terror.

Os defensores do sistema ainda puderam manter um pouco de sua mentalidade, argumentando que os ataques jihadistas foram causados por um sistema retrógrado, avesso à mentalidade liberal do Ocidente, mas não por muito tempo. Em 2008, uma crise econômica causada pelo sistema financeiro derrubou a economia de países como Portugal e Grécia, sem contar as milhões de vidas afetadas no coração da União Europeia e dos EUA. Além disso, as mudanças climáticas continuaram a se agravar a cada ano. A gota d'água foi a volta da extrema-direita ao sistema político ocidental com a radicalização do Partido Republicano nos EUA, a fundação da Alternativa para a Alemanha (AfD), do Partido de Independência do Reino Unido (UKIP), a ascensão da Frente Nacional (futuro Reagrupamento Nacional) na França, etc. Nas Relações Internacionais, a China se empoderava a olhos vistos, tirando a supremacia dos EUA.

A sensação de que o mundo não tinha como ser mudado continuou, mas dessa vez convertida em um pessimismo desiludido. Após décadas de desmonte dos movimentos de esquerda no Ocidente e da suposta vitória do capitalismo no fim da Guerra Fria, o fim – ou até mesmo a mudança substancial – do capitalismo parece impossível. É esse o argumento que Mark Fisher desenvolveu em seu livro *Realismo Capitalista: É mais fácil imaginar o fim do mundo do que o fim do capitalismo?*, escrito em 2009. O resultado desse pensamento é uma escatologia suicida que podemos analisar enquanto manifestação das organizações política, econômica e social da época, já que – como já estabeleceu Émile Durkheim em seu livro *O Suicídio* – o suicídio deve ser considerado um fenômeno social.

A escatologia suicida é inerentemente oposta aos movimentos progressistas – revolucionários ou reformistas – que precisam ser movidos pelo otimismo, afinal, se nada pode mudar para o

melhor, não existe por que lutar. Movimentos que buscam melhorar as condições de trabalho na indústria dos jogos eletrônicos precisam superar esse estado de alienação suicida profunda.

Apesar dos pesares, de todas as dificuldades conjunturais e estruturais, os trabalhadores da indústria dos jogos eletrônicos continuam em suas tentativas de se organizar. O esforço ainda é primitivo, mas já consegue lidar com alguns dos problemas citados. Na última parte de nosso trabalho, veremos como isso foi feito.

4.3 Esforços para a união dos trabalhadores

O primeiro passo para a organização de trabalhadores da indústria dos jogos eletrônicos era o reconhecimento dos problemas pelos quais essas pessoas passavam em seu ambiente de trabalho. Por décadas, as atribuições da indústria foram naturalizadas como resultado lógico da dedicação do artista ao seu ofício ou como necessidades naturais do trabalho. A propaganda do Vale do Silício também se entranhou na mídia de massas, retratando o trabalho no mundo digital como um vale de expressão e diversão frente ao cinza e alienado trabalho de escritório ao qual a classe média havia se acostumado. Além disso, jogos eletrônicos sempre foram o trabalho da classe média educada do Primeiro Mundo, como já tratamos diversas vezes. Por isso, a simples possibilidade de haver problemas nesse trabalho foi muitas vezes relativizada ou simplesmente ignorada.

Seria necessário um escândalo do mais alto grau para começar a fazer com que os problemas da indústria fossem revelados e passassem a ser discutidos. Isso aconteceu no dia 10 de novembro de 2001, quando uma postagem anônima foi feita em um *blog* com o título *EA: The Human Story* de autoria de uma pessoa apenas identificada como *ea_spouse*²²⁰. Sabemos hoje que a autora da postagem é Erin Hoffman, desenvolvedora de jogos e escritora cujo marido trabalhava na empresa na época. O manifesto ficou famoso na época dentro da indústria e levou a processos que mudaram a forma como os empregados da EA eram classificados.

A grande repercussão da postagem de Erin Hoffman teve um grande impacto na indústria da época por tratar da maior questão trabalhista da época, o chamado *crunch*. Como já vimos, o *crunch* é a corrida final do processo de produção dos jogos eletrônicos, usado para terminar os produtos dentro do prazo de lançamento. Essa prática é comum porque jogos eletrônicos são uma mídia muito imprevisível e é comum que o final da produção e a pós-produção sejam muito maiores do que em outras indústrias, como a cinematográfica, porque a quantidade de mudanças necessárias é muito maior.

220 HOFFMAN, Erin. **EA: The Human Story**. Disponível em: <<https://ea-spouse.livejournal.com/274.html>>. Acesso em 23 nov. 2021.

Logicamente, pode-se argumentar que a quase onipresença do *crunch* poderia ser resolvida caso a administração da indústria diminuísse o tamanho dos jogos, reduzindo o número de variáveis a serem resolvidas no final da produção, ou aumentassem o tempo de produção, permitindo que os ajustes fossem feitos no devido tempo. Infelizmente, isso não aconteceu. Em vez disso, a indústria AAA apostou em estender os períodos de *crunch* ou em contratar mais funcionários no fim da produção. Por exemplo, segundo a postagem, o tempo de *crunch* na EA envolvia uma jornada de trabalho que começava às 09h e terminava às 22h, sete dias na semana. Os empregados protestaram à administração, alegando que as longas jornadas teriam um efeito negativo sobre a produção por aumentar a quantidade de erros no processo, mas foram ignorados²²¹.

A discussão sobre o *crunch* foi central para que os debates sobre as condições de trabalho na indústria dos jogos eletrônicos atingissem a massa crítica necessária para o surgimento de um movimento político por dois motivos: primeiramente, o quão comum era a prática na indústria; e em segundo lugar, a posição na EA na indústria na época. O primeiro ponto é simples de compreender: sendo o problema de trabalho exaustivo comum a praticamente todos os trabalhadores, era o tópico que mais provavelmente uniria os trabalhadores da indústria. O segundo ponto, no entanto, ajuda a explicar tanto o funcionamento da indústria como a demora para o surgimento de um movimento trabalhista real.

A indústria dos jogos eletrônicos estava em uma situação muito delicada no começo dos anos 2000. Como já discutimos no Capítulo 2, essa foi a época de consolidação da indústria, quando distribuidoras de jogos eletrônicos como a EA começaram a utilizar seu capital para comprar desenvolvedoras às dúzias, acumulando propriedades intelectuais e ativos. Dessa forma, passaram a controlar a maior parte do mercado e obter lucros vultuosos. Segundo Hoffman, foi graças a um golpe baixo de uma distribuidora que a desenvolvedora onde seu marido trabalhava colapsou e ele foi trabalhar na EA.

A consolidação da indústria em um oligopólio composto pelas maiores distribuidoras da indústria foi um desastre para o mundo do trabalho. Controlando a maior parte das marcas reconhecidas do grande público, além de uma grande força de trabalho e uma máquina de marketing invejável, as grandes distribuidoras se fiaram no lucro constante e garantido de suas maiores franquias, como *FIFA* e *Battlefield* (EA), *Call of Duty* (Activision), *Final Fantasy* (Square-Enix) e

221 Após a postagem de Hoffman, a *Electronic Arts* pagou US\$14,9 milhões em indenizações pelas horas-extras não recebidas, como aponta Tim Surette em reportagem intitulada **EA settles OT dispute, disgruntled "spouse" outed** para a *Gamespot*. Disponível em: <<https://www.gamespot.com/articles/ea-settles-ot-dispute-disgruntled-spouse-outed/1100-6148369/>>. Acesso em 23 nov. 2021. Eventualmente a própria Hoffman elogiaria as mudanças feitas pela empresa, como aponta Brendan Sinclair em **EA Spouse says EA doesn't get enough credit**. Disponível em: <<https://www.gamesindustry.biz/articles/2013-03-28-ea-doesnt-get-enough-credit-says-ea-spouse>>. Acesso em 23 nov. 2021

Resident Evil (CAPCOM). O trabalho criativo foi rapidamente descartado, dando lugar a uma rotina alienante. A qualidade de vida dos trabalhadores também piorou, já que os sacrifícios do *crunch*, foram ainda mais normalizados²²². Como Hoffman aponta em sua postagem, as horas extras eram deliberadas e planejadas. A utilização do *crunch* como um ritmo de trabalho normal também é apontado pelo jornalista Jason Schreier em seu livro *Sangue, Suor e Pixels*.

A qualidade dos jogos também caiu no período, como vimos no Capítulo 3 com o exemplo da franquia *Resident Evil*. As grandes distribuidoras passaram a se focar em produzir a maior quantidade de jogos facilmente reconhecíveis ao menor custo possível, com poucas considerações sobre a qualidade do produto final, exceto no que diz respeito à sua aparência nas campanhas de *marketing*. Como vimos em nossa crítica aos escritos de Adorno e Horkheimer, a qualidade do produto final – que eles abordam em *Dialética do Esclarecimento* – nada tem a ver com o mundo do trabalho, por eles ignorado, mas tem uma relação profunda com o mundo do consumo.

A decrescente qualidade dos jogos eletrônicos nessa época enfureceu os jogadores. As críticas à indústria misturavam reclamações legítimas, como as críticas à qualidade e repetitividade dos jogos, com ilegítimas, como aquelas que levaram ao *GamerGate*. A situação da época era tal que os *gamers* buscavam algum bode expiatório, alguma empresa para culpar, e a EA caiu como uma luva. A empresa, que predava outros estúdios constantemente para produzir jogos de baixa qualidade ou engavetar franquias amadas pelo público, agora era conhecida publicamente por suas péssimas condições de trabalho. Essa combinação de fatores solidificou a posição da *Electronic Arts* como a empresa mais odiada da indústria dos jogos eletrônicos, excepcionalmente “má” mesmo dentre as grandes distribuidoras, que começavam a ser percebidas pelo público consumidor como um problema. Com a chegada dos jogos independentes ao mercado, muitos *gamers* passaram a vê-los como a salvação da indústria, como vimos no Capítulo 3, levando a uma demonização cada vez maior dessas empresas.

Digo demonização e não crítica porque o processo foi rapidamente esvaziado de reflexão política. A comunidade *gamer* não se conscientizou sobre os problemas do capitalismo por causa da postagem de Hoffman e a consequente publicização dos problemas da indústria. Os *memes* sobre a EA que abundam até hoje nas comunidades *gamer* se focam grosso modo naquilo que afeta

²²² É importante notar que o *crunch* não é uma exclusividade da grande indústria. Desenvolvedoras como a *Id Software* já tinham a prática, como nota o fato de que um dos fundadores da empresa, John Carmack, admite ter passado por isso e ser a favor do *crunch* em uma entrevista ao podcast *The Joe Rogan Experience*. WILLIAMS, Brode. **Id Software founder weighs in on crunch culture**. Disponível em: <<https://cogconnected.com/2019/08/id-software-founder-weighs-in-on-crunch-culture/>>. Acesso em 15 abr. 2022

Além disso, outras formas de abuso trabalhista não são raros em estúdios independentes, cujos fundadores muitas vezes são protegidos devido a uma idolatria do “designer único”, como mostra a investigação jornalística feita pelo canal *People Make Games*. PEOPLE MAKE GAMES. **Investigating Three Indie Superstars Accused of Emotional Abuse**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=xDPzZkx0cPs>>. Acesso em 15 abr. 2022.

diretamente o consumidor, como a qualidade dos jogos e suas formas de monetização, não nas relações de trabalho. Muitos dos consumidores não estavam interessados na luta trabalhista da indústria, e sim no verniz de respeitabilidade política que ela provinha às suas próprias demandas. A comunidade *gamer* reclamava contra os problemas da indústria, mas apenas quando convinha. Se o jogo agradasse, era como se nenhum *crunch* houvesse existido, ou pior, como se o *crunch* – sem contar os outros problemas – fossem justificados.

O sequestro da pauta trabalhista pelas demandas dos consumidores atrasa constantemente a luta dos trabalhadores da indústria dos jogos eletrônicos. Em vez de compreender a luta dos empregados como algo mutuamente benéfico, que ajudaria a melhorar a qualidade dos jogos e diversificá-los, os consumidores começaram a vê-la como uma conveniência a ser utilizada como arma para fazer valer suas próprias demandas. Isso significa que os trabalhadores precisaram buscar apoio fora da comunidade *gamer*, e o fizeram de duas formas: o uso do aparato estatal e a volta às formas de organização trabalhistas popularizadas nos séculos XIX e XX.

A indústria dos jogos eletrônicos se estabeleceu em países desenvolvidos como os Estados Unidos da América e Japão que, apesar de terem problemas em suas relações de trabalho, possuem um aparato legal estabelecido e estável. Nesses países, a chance de assassinatos em represália a movimentos trabalhistas é menor que vemos em ditaduras ou até mesmo em certos países como o Brasil, ditos democráticos, mas nos quais milícias armadas assassinam ativistas como se respaldo legal tivessem.

O sistema judiciário foi, pois, a solução óbvia para empresas como a EA que cometiam ilegalidades no ambiente de trabalho. O caso *ea_spouse*, por exemplo, resultou em ações coletivas (*class-action lawsuits*) contra a empresa²²³. Em 2021 o governo da Califórnia começou a investigar a *Riot Games*, desenvolvedora do popular *League of Legends*, e a *Activision-Blizzard*, distribuidora de franquias como *Diablo* e *Call of Duty* por acusações de assédio nas empresas²²⁴²²⁵. Como utilizam o sistema legal para punir os perpetradores e indenizar os prejudicados, essas ações são úteis para casos nos quais é patente violação dos direitos dos trabalhadores, mas elas não resolvem os problemas por completo.

Primeiramente, os perpetradores podem não ser realmente punidos nesses processos, caso utilizem expedientes legais para evitar as punições – através do protelamento do processo tendo por

223 Ver nota 158

224 PARRISH, Ash. **California accuses Riot of misleading employees about their right to speak up**. Disponível em: <<https://www.theverge.com/2021/8/16/22627796/riot-games-harassment-lawsuit-california>>. Acesso em 24 nov. 2021

225 CASSIDY, Ruth. **The same government agency that's suing Activision Blizzard has an ongoing lawsuit with Riot Games**. Disponível em: <<https://www.pcgamer.com/it-turns-out-riot-games-is-also-being-sued-by-the-same-agency-as-activision-blizzard/>>. Acesso em 24 nov. 2021

fim a prescrição do caso, por exemplo. Também não são punidos quando a pena seja ineficaz, como no caso de multas inferiores ao lucro adquirido por meio do ilícito ou cujo pagamento seja *de facto* oriundo das contas da empresa e não do culpado. Ações legais também são, na prática, inúteis quando se trata de questões internacionais. O custo e a demora de mover uma ação em tribunais internacionais podem ser proibitivamente altos e empresas sediadas em países centrais como os EUA, o Japão e a Europa Ocidental podem simplesmente ignorar as decisões de tribunais da periferia do mundo, muitas vezes com anuência de ambos os governos.

Além do mais, ações legais são pouco eficientes quando feitas individualmente, já que a empresa pode protelar o processo de forma a prejudicar o empregado ou exercer retaliações. Isso explica a predileção pelas ações coletivas, o que envolve a necessidade de organização prévia, já que um conjunto de trabalhadores precisa concordar com representantes e demandas. Além disso, é preciso que as ações protestadas sejam ilegais, não apenas imorais. É possível começar uma ação de forma a gerar um precedente, mas esse proceder é difícil e pode se provar infrutífero ou ineficiente. Pior, a indústria pode se adiantar à possibilidade de ações e fazer lobby junto ao governo de forma a garantir a legalidade de seus abusos através de tecnicidades²²⁶.

Por último, existe a possibilidade de que indivíduos em posições de poder, empresas e indústrias inteiras resolvam as disputas do mundo do trabalho com o uso de violência. Mesmo com a predominância da hegemonia no Primeiro Mundo, a história desses países mostra que o uso de força paramilitar e policial, além de campanhas de assédio direcionadas a ativistas, mantém-se formas populares de impedir a organização da classe trabalhadora²²⁷. Tabloides e perfis oficiais de empresas em redes sociais também podem organizar campanhas de difamação, terceirizando o trabalho de tornar a vida de seus empregados um inferno através de um tribunal coletivo composto por anônimos. O problema é ainda maior na comunidade *gamer*, abastecida de pleno suprimento de radicais de extrema-direita experientes em campanhas de assédio em massa desde o *Gamergate*.

Se falta a possibilidade de consenso, sobra a imposição de um lado sobre o outro. No caso da classe trabalhadora, isso se manifesta na retenção da força de trabalho. Se os empregados não trabalham, o empregador logicamente não pode lucrar, o que o força a obedecer às demandas impostas. A simples ameaça de greve é capaz de impelir os empregadores à mesa de negociação se

226 Um desenvolvimento recente no caso de assédio sexual na Activision-Blizzard foi a acusação de que o governador da Califórnia, Gavin Newsom, haveria interferido diretamente para atrapalhar as investigações sobre a empresa. SCHREIER, Jason. **California Lawyer Quits Over Allegation Newsom Meddled in Activision Case**. Disponível em: <<https://www.bloomberg.com/news/articles/2022-04-13/california-lawyer-says-governor-interfered-with-activision-suit>>. Acesso em 15 abr. 2022.

227 Inclui-se nessa lista uma miríade de conflitos apenas no século XX, como a Batalha de *Blair Mountain* em 1921 nos EUA; os ataques da polícia contra os manifestantes pelos direitos civis nos EUA na década de 1960 e a violenta repressão a protestos anti-coloniais em Paris em 1961.

feita em um período crítico ou sustentada por um grupo organizado de trabalhadores. Isso significa que, para que as demandas sejam efetivas, é necessário haver uma real organização trabalhista.

Os trabalhadores da indústria dos jogos eletrônicos encontraram sua força na utilização das formas de organização trabalhista já popularizadas nos séculos anteriores, especialmente nos sindicatos. Esses grupos cuja função social é organizar a classe trabalhadora e representá-la em suas demandas se estruturaram no século XIX como forma de diminuir a disparidade de poder entre burguesia e proletariado. No começo do século XX, já havia diversos tipos de sindicatos no mundo industrializado, desde os paradoxais sindicatos patronais – utilizados para representar os interesses da burguesia – até os sindicatos revolucionários – cujo objetivo último é a substituição do capitalismo pelo socialismo.

Existem ainda sindicatos com diferentes escopos e características, desde aqueles que representam apenas um ofício até os que representam os trabalhadores de uma indústria e – finalmente – os que pretendem representar todos os trabalhadores de um setor da economia ou de uma Nação. Também se observa uma divisão de classes quando observamos as diferenças de interesses entre os sindicatos dos trabalhadores liberais e especializados e aqueles que representam os proletários não-especializados, de pior remuneração e situação mais instável. Existem ainda os sindicatos “pelegos”, feitos não para representar os trabalhadores, mas sim a burguesia e um Estado paternalista enquanto substituem a organização da classe trabalhadora. Por ser uma organização com objetivos e métodos amplos e lutar contra problemas comuns no sistema capitalista, os sindicatos são um fenômeno observado em todo o mundo industrializado.

Os trabalhadores da indústria dos jogos eletrônicos, no entanto, não possuíam esse tipo de representação. Como vimos, a organização dos trabalhadores foi constantemente atacada nos EUA e na Europa Ocidental durante toda a existência do capitalismo nesses países. Com o fim da Segunda Guerra Mundial, no entanto, a combinação de ofensiva anticomunista e apatia da classe média transformaram a organização trabalhista em uma raridade especialmente nos EUA, onde a indústria surgiu²²⁸. No Japão, a organização dos trabalhadores sempre foi mediada por um Estado autoritário, surgido da modernização conservadora da Era Meiji e persistindo durante Império Japonês e depois no Estado liberal instalado pelo governo dos EUA após 1945.

A indústria dos jogos eletrônicos que surgiu nos EUA (aquela na qual focaremos daqui em diante), como já tratamos reiteradas vezes, foi fundada por uma classe média que, por diversas razões, se organizaram muito menos que seus predecessores. Quando a indústria começou a se consolidar e muitos trabalhadores tomaram consciência de sua posição enquanto proletários, se

228 Segundo o Bureau de Estatísticas do Trabalho do governo dos EUA, as taxas de sindicalização de trabalhadores do setor público e privado foi, respectivamente, de apenas 33,9% e 6,1%. ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA, **UNION MEMBERS — 2021**. News Release: Bureau of Labor Statistics, U.S Department of Labor. 2022

viram desprovidos de grupos que os representassem frente a seus chefes. A indústria crescente, no entanto, incorporava ofícios que haviam surgido quando os EUA ainda se viam constantemente às voltas com os conflitos de classe, e herdaram seus instrumentos de barganha coletiva. Com o advento de jogos cinematográficos, por exemplo, vieram as contratações de atores, dubladores, cinegrafistas, dublês etc. Além disso, muito do que tornou a mídia famosa veio pela contribuição de ofícios que já existiam antes dos jogos eletrônicos, como ilustradores e compositores.

Esses trabalhadores, especialmente aqueles associados à indústria cinematográfica, já possuíam suas organizações trabalhistas, e se utilizaram delas quando chegou sua hora de pleitear seus direitos. Em 2017, por exemplo, uma greve do sindicato SAG-AFTRA paralisou a produção de séries e filmes nos EUA e também afetou a indústria dos jogos eletrônicos²²⁹. Graças a esse respaldo, dubladores e atores – que eram tão explorados quanto o resto dos trabalhadores da indústria – tiveram diversas das suas demandas atendidas, levando a melhores condições de trabalho. As demonstrações de eficiência dos sindicatos vistas nesses momentos começaram as considerações sobre sindicalização na indústria.

O problema é que esses trabalhadores são periféricos para a indústria. Sim, os jogos cinematográficos dependem de, mas nem todos os jogos o são. Jogos feitos por estúdios menores, por exemplo, não precisam de atores, mas ainda podem ter todos os problemas laborais típicos de uma empresa de grande porte²³⁰. Além disso, essa forma de conseguir avanços fraciona a força de trabalho, já que muitos dos trabalhadores centrais para a indústria, como programadores, logicamente se ressentem de atores serem mais ouvidos do que eles apesar de serem menos importante para o fluxo de trabalho.

Mais problemático ainda é o fato de que muitos dos trabalhadores da indústria são tão precarizados a ponto de não serem especializados (como os programadores) nem organizados (como os atores). São trabalhadores não-especializados como os zeladores, seguranças, e até mesmo os testadores de qualidades dos jogos. Nos EUA e na Europa Ocidental podem ser imigrantes – párias sociais na prática – sujeitos a toda sorte de abusos. Essas pessoas não são necessariamente parte da indústria dos jogos eletrônicos, nem estão em posição de definir como eles são feitos, mas seu trabalho é igualmente importante para o funcionamento da indústria.

A grande questão do mundo dos jogos eletrônicos era, portanto, a mesma que tantas vezes apareceu na história da luta de classes no mundo capitalista: como unir essas pessoas? Uma iniciativa dessas começou em 2018, durante uma palestra na famosa *Game Developers Conference*

229 A greve durou quase um ano e afetou onze grandes desenvolvedoras. Um sumário dos acontecimentos está disponível na página da *Wikipedia* do evento. Disponível em: <https://en.wikipedia.org/wiki/2016–2017_video_game_voice_actor_strike>. Acesso em 24 nov. 2021

230 Ver nota 199.

(Conferência de Desenvolvedores de Jogos), mais conhecida pela sua sigla GDC. Esse é um evento importantíssimo para a indústria, servindo como um evento para socialização e discussão sobre o ofício. O seu canal no YouTube, por exemplo, acumula uma série de palestras feitas por desenvolvedores profissionais que elucidam sobre as mais diversas disciplinas no campo de design de jogos, como vimos no Capítulo 1.

Segundo David Milner, reportando a história para a revista *gameinformer*²³¹, a conferência de 2018 envolveu uma palestra sobre os prós e contras da sindicalização. Os desenvolvedores já estavam conscientes dos problemas da indústria, especialmente da ubiquidade do *crunch*, e propostas de sindicalização já corriam na indústria estadunidense. O público considerou a palestra da GDC uma tentativa de impedir a união dos trabalhadores e decidiram fundar o movimento *Game Workers Unite* (“Trabalhadores do Jogo, Uni-vos” em tradução livre), conhecida pela sigla GWU²³².

A intenção era formar um sindicato amplo, reunindo todas as disciplinas centrais para a indústria em diversos países, como EUA, Reino Unido, Austrália e Brasil. A presença internacional já existe, e o GWU já ajudou a organizar certos protestos, como os que sucederam às acusações de assédio sexual na *Riot Games* em 2019²³³. No Reino Unido, a GWU é um sindicato, parte do *Independent Workers Union of Great Britain*²³⁴, que trata especialmente de trabalhadores informais da nova economia digital, como motoristas de aplicativo e entregadores.

Nos EUA, a GWU ainda não é um sindicato porque as leis do país permitem que os empregados sejam demitidos com praticamente qualquer justificativa, desde que não seja com base em discriminação de raça, gênero ou sexualidade. Na prática, isso significa que empregados envolvidos com sindicalização podem ser sumariamente demitidos tornando discussões sobre o assunto arriscadas. Como esse é o maior país na indústria, o prospecto de avanços para os trabalhadores da indústria dos jogos eletrônicos depende do que acontece lá.

O avanço da sindicalização na indústria dos jogos eletrônicos é lento, mas palpável. Iniciativas já aparecem nessa parte da economia antes dominada pela ideologia neoliberal do Vale do Silício, e notícias de protestos são cada vez mais comuns. Os membros do GWU, no entanto, não podem modificar toda a indústria sozinhos. Estão além de seu alcance os empregados do estrato mais baixo da indústria, como as crianças que extraem minérios no Terceiro Mundo²³⁵, e

231 MILNER, David. **Game Workers Unite: The Fight To Unionize The Video Game Industry**. Disponível em: <<https://www.gameinformer.com/2018/12/21/game-workers-unite-the-fight-to-unionize-the-video-game-industry/>>. Acesso em 24 nov. 2021

232 O site do movimento está disponível no link <<https://www.gameworkersunite.org/>>. Acesso em 24 nov. 2021

233 As Grass-Roots Labor Activism Rises, Will Unions Take Advantage? - The New York Times (nytimes.com)

234 BROWN, Fraser. Game Workers Unite UK becomes the country's first games industry union. Disponível em: <<https://www.pcgamer.com/game-workers-unite-uk-becomes-the-countrys-first-games-industry-union/>>. Acesso em 24 nov. 2021

235 A indústria dos jogos eletrônicos ainda não é capaz de garantir que seus produtos são feitos com minérios extraídos em áreas livres de conflito e em minas obedientes à legislação trabalhista internacional. SINCLAIR, Brendan.

trabalhadores em países como Japão – onde a barreira linguística é mais forte e a dependência da indústria estadunidense é menor – e China, cada vez mais importante no mundo dos jogos eletrônicos, mas praticamente isolada da indústria ocidental em termos de organização.

Apesar de todos os entraves, a organização trabalhista na indústria dos jogos eletrônicos avança. Impulsionada não por inércia e conveniência, mas sim pela vontade de melhorar as práticas laborais que construíram ao longo de décadas essa mídia que se tornou tão amada pelo mundo. Ela não resolve todos os problemas da indústria, mas é um passo adiante, em direção a jogos que sejam mais criativos, a empresas que respeitem mais seus trabalhadores, a uma indústria menos cruel com aqueles que a sustentam.

Conflict minerals the real link between games and violence. Disponível em: <<https://www.gamesindustry.biz/articles/2015-06-03-conflict-minerals-the-real-link-between-games-and-violence>>. Acesso em 20 maio 2022.

Conclusão

O final desta dissertação impõe a seguinte pergunta: *por que se preocupar com isso?* Qual é a importância de estudar a história das concepções de arte e entretenimento da mídia mais recente e inconsequente da história da humanidade? Jogos eletrônicos nunca motivaram guerras e movimentos de libertação nacional nem foram os principais meios de organização do Estado, essa máquina de morte e coerção cujo funcionamento é a base principal da História Moderna. Não foram os jogos eletrônicos que organizaram a economia capitalista ou os movimentos socialistas, inimigos cuja luta foi o motor da História Contemporânea.

Arte e entretenimento, esses conceitos que pautaram o presente trabalho, parecem tão completamente desconectados do mundo real que seu estudo passa por muitas vezes como um desperdício de recursos, a demonstração cabal da opulência da elite intelectual que se debruça sobre questões inúteis como afirmação da própria superioridade sobre as massas famélicas. Certamente é assim que muitos artistas compreendem a palavra “arte”, como atestam a arte moderna e o movimento Naturalista (além do Modernismo de autores como Jorge Amado, cujas características remontam a esse movimento), cujo objetivo primevo era provocar o leitor e criar um senso de consciência política que desafiasse a arte institucionalizada.

Por outro lado temos os defensores de uma arte supostamente pura, não contaminada pela ganância da burguesia capitalista. Essas pessoas retomam o argumento romântico de que o artista deve exercer sua autonomia criativa e afirmar sua humanidade através da arte. Esse tipo de romantismo rejeita não apenas a indústria cultural, mas também qualquer forma de criação coletiva, vista como uma mancha sobre a divina fagulha de inspiração carregada pelo artista.

Essa linha de argumentação ignora a importância da criatividade coletiva que está no cerne do pensamento romântico para manter apenas as partes desse movimento que deificam aqueles que já passaram pelos rituais necessários para se considerar parte da arte institucionalizada. O artista e o crítico de arte se tornam lâmpadas de libertação que guiam as massas incultas e embrutecidas ao correto patamar de apreciação artística. O resultado é uma mistura da teleologia fatalista iluminista com a subjetividade individualista romântica, terminando em um pensamento profundamente reacionário e aristocratizado que propõe que há apenas um jeito correto de se viver ao qual todas as sociedades humanas devem se conformar e que o movimento da História em direção a utopia será fruto das mãos do artista, cujas obras inspirariam as massas inertes a finalmente se levantar em prol de seus direitos.

Misture a isso um pouco de crítica à burguesia e é possível até mesmo convencer partes consideráveis da esquerda de que essa perspectiva profundamente hierárquica e egocêntrica é, na

verdade, teoria anticapitalista. E foi exatamente isso que, provavelmente de forma involuntária, Theodor Adorno e Max Horkheimer fizeram em seus textos. Adorno, influente como o foi dentre os críticos de arte, foi quem mais pautou o debate sobre o que os autores chamaram de *indústria cultural* na segunda metade do século XX. O desprezo pelo capitalismo não era novo, base que é do pensamento socialista, mas esses membros da Escola de Frankfurt inovaram ao falar não do *processo* pelo qual as coisas são feitas no capitalismo, mas que *produtos* são o resultado desse processo e ao transformar *alienação* em um conceito completamente pautado pelo consumo, removendo-o de sua origem no mundo do trabalho.

O resultado agradou tanto os intelectuais do mundo da arte quanto muitos membros da esquerda nas últimas décadas, cimentando a dicotomia arte/entretenimento criada pelos autores, além do conceito de “indústria cultural” e sua versão de “alienação” no discurso leigo. Nesse período, muitas foram as pessoas que, imbuídas de um fervor artístico, decidiram enfrentar a indústria cultural de frente, criando arte inovadora e provocativa. Muitos dos movimentos artísticos que se tornaram populares na segunda metade do século XX fizeram isso, como *arte alternativa*.

O resultado dessa separação e da idolatria da arte e do artista foi uma série de derrotas em sequência. Primeiramente, diferentes formas de compreender arte tenham sido ignoradas por aqueles que seguem esse movimento, como vimos no **Capítulo 1**. Além disso, a indústria cultural se consolidou cada vez mais rápido desde o seu surgimento no século XIX, como vimos no **Capítulo 2**. Por fim, todas as tentativas de enfrentar a indústria cultural através da criação de arte alternativa se mostraram fúteis no nível macroeconômico e social. Como vimos no **Capítulo 3**, não tardou para que todo movimento artístico independente fosse incorporado às engrenagens da indústria cultural, trivializando sua forma e diluindo suas mensagens. Como nas mídias que vieram antes, os jogos independentes de ontem se tornaram os produtos de massa do amanhã.

Tudo isso foi inegavelmente o resultado da dicotomia entre arte e entretenimento produzida pela principal corrente teórica que disserta sobre a indústria cultural. A crença de que pode-se enfrentar o poder alienante do capitalismo através da arte é um sonho na melhor das hipóteses. Como já foi estabelecido tanto por Adorno e Horkheimer quanto pelo próprio Marx antes deles, uma das maiores características do capitalismo é sua notável capacidade de adaptação. Por que os mesmos teóricos que incluíram a adaptabilidade capitalista em suas teorias insistem em enfrentar esse sistema em seu próprio jogo continua um mistério.

Felizmente, ainda há uma chance de melhoria em relação a indústria cultural. Contradizendo o imaginário romântico, organizações continuam lutando pelos direitos dos trabalhadores inclusive na incipiente indústria dos jogos eletrônicos. Como vimos no **Capítulo 4**, o movimento ainda é incipiente e é difícil imaginar que apenas uma organização trabalhista seja capaz de derrubar a

maior indústria do entretenimento do mundo. Isso, no entanto, é um sinal de que a situação na indústria cultural está mudando e que existe a possibilidade de escapar da rotina de Sísifo que se tornou a arte alternativa.

O estudo dos conceitos de “arte” e “entretenimento”, sua história e seus usos nos provam que separar arte de entretenimento, imaginando uma justaposição entre pureza individual e pecado corporativo é um erro em camadas: ignora a capacidade para criatividade coletiva; deifica o artista e o crítico de arte; falha em compreender as motivações e ações da indústria cultural e ignora os trabalhadores envolvidos na produção do entretenimento. Mostra, acima de tudo, uma fixação com as formas mais reacionárias do pensamento romântico e uma incapacidade de se importar com a vida daqueles que não foram iniciados nos ritos da arte institucionalizada. É uma receita para o fracasso construída com base no desejo por adulação de pessoas que não tem problema em utilizar o arcabouço teórico que seja para se colocar no centro da História da humanidade.

A visão de que arte e entretenimento não são o mais importante para delimitar como a produção cultural contemporânea funciona, no entanto, é parte de uma tradição progressista e libertária que valoriza o artista mas também a comunidade que o criou; que imagina a coletividade como algo capaz de criação artística e que vê nos movimentos políticos a força motriz da História. Lutar pelos direitos dos trabalhadores da indústria cultural significa lutar contra aquilo que a tornou tão insidiosa e permitir que a luta contra a alienação avance para além de criações artísticas que todos sabemos serão incorporados à indústria em menos de uma década.

Glossário

8-bit: Processadores que utilizam 8 bits (unidade básica de informação) simultaneamente para executar seus processos. No contexto de jogos eletrônicos, se refere à terceira geração de consoles domésticos, os jogos produzidos para eles e a estética inspirada nos produtos dessa época.

16-bit: Processadores que utilizam 16 bits (unidade básica de informação) simultaneamente para executar seus processos. No contexto de jogos eletrônicos, se refere à quarta geração de consoles domésticos, os jogos produzidos para eles e a estética inspirada nos produtos dessa época.

AAA: Nome comumente dado aos grandes estúdios de jogos eletrônicos e seus produtos, sinônimo de *blockbuster*. Jogo de alto padrão, geralmente em termos de orçamento.

Beat ‘em Up: Jogo no qual o jogador luta contra uma multidão de inimigos. Predecessor dos jogos de luta.

Bug: Falha em um *software* que causa seu mau funcionamento.

Computador pessoal (PC): Um computador de uso pessoal, em oposição aos computadores institucionais. Hoje em dia, com a multiplicação de aparelhos que possam ser considerados computadores, a sigla PC é mais utilizada para se referir a computadores de uso geral e maiores em tamanho que *smartphones* e *tablets*. Inclui *laptops*.

Console doméstico: Computadores feitos para jogos eletrônicos e uso doméstico, sendo mais potentes que os consoles portáteis. Vendidos completos, são otimizados para jogos e subsidiados pelas fabricantes.

Console portátil: Computadores feitos para jogos eletrônicos para uso individual, sendo menos potentes que os consoles domésticos, mas tendo a vantagem da portabilidade. Como os consoles domésticos, são vendidos completos, são otimizados para jogos e subsidiados pelas fabricantes.

Circuito integrado: Conjunto de circuitos eletrônicos utilizados para a produção de computadores modernos. Também conhecidos como *chips* ou *microchips*.

Crack: Programa que permite o pirateamento de jogos, evitando as verificações de autenticidade de compra instalados por desenvolvedores e/ou distribuidores.

Dating sim (simulador de encontros): Jogos baseados em administração de tempo no qual o objetivo dos jogadores é ganhar a afeição de uma ou mais personagens. Comumente associados ao Japão, sua cultura pop (*animes* e *mangás*) e a jogos pornográficos.

Demo: Abreviação de “Demonstração”. Um pequeno trecho de um jogo distribuído de graça para permitir a potenciais compradores testar o produto.

Digital Rights Management (DRM): Programa utilizado para impedir a pirataria de programas digitais.

Downloadable Content (DLC): Conteúdo adicional que pode ser baixado pela internet para complementar jogos

Emulador: Programa que simula um Sistema Operacional. Utilizado para acessar jogos de plataformas diferentes. Ex.: um emulador de SNES imita o funcionamento do console, permitindo que seus jogos sejam lidos por um computador Windows.

Expansão: Conteúdo adicional vendido de porte substancial vendido para um jogo já completo. Hoje em dia a maioria das expansões são consideradas DLCs, mesmo que vendidas em formato físico.

First-party: Jogo desenvolvido pela mesma empresa que fabrica um console para o qual é distribuído ou por uma de suas subsidiárias

FPS: Sigla para jogo de tiro em primeira pessoa (*first-person shooter* em inglês), um gênero de jogo caracterizado pela perspectiva em primeira pessoa e uma ênfase na resolução de problemas através do uso de armas de fogo. Pode ser combinado com outros gêneros.

Gacha: Abreviação de *gachapon*, máquinas nas quais o indivíduo coloca um valor monetário em troca de um prêmio aleatório, comuns no Japão. No contexto de jogos eletrônicos, se referem a jogos que utilizam o mesmo sistema fundamental do *gachapon*, apesar de geralmente mais complexos que sua versão física. Comumente associados a táticas de monetização predatória, jogos casuais do Leste Asiático e vício em jogos eletrônicos.

Gamer: (Auto)denominação para jogadores e aficionados por jogos eletrônicos.

Geração de consoles: Um grupo de consoles vendido como equivalentes em potência durante o mesmo período temporal. Quando consoles mais potentes são lançados, a geração muda, mesmo que os anteriores ainda sejam vendidos.

Hack: Modificações feitas por usuários sem autorização para tal em sistemas informáticos. Comumente confundidos com *malwares*, que são modificações feitas para prejudicar outrem.

Hacker: Pessoa muito proficiente no uso de computadores. Coloquialmente usada no sentido de ladrão de dados ou invasor de sistemas.

Hardware: Um componente ou o conjunto de componentes físicos de um computador.

JRPG: RPG Japonês. Comumente associados a história linear, sistema de combate simplificado, menor foco na expressão individual do jogador e um visual similar a animes e mangás. Conhecido como RPGs Japoneses por terem surgido e serem populares no Japão.

Microtransação: Compra de conteúdo complementar para um jogo a um pequeno preço.

Mod: Abreviação de modificação. Alteração em um jogo eletrônico criada por jogadores.

Modder: Aquele que faz *mods*.

Otimização: No contexto de informática e dos jogos eletrônicos, significa melhoria do desempenho de um determinado programa.

Patch: Mudanças lançadas pelos desenvolvedores do jogo para consertar problemas ou adicionar conteúdo ao jogo. também podem ser feitos por fãs (*patches* não-oficiais).

Pixel: A menor unidade de uma imagem digital, composta por um quadrado de uma única cor.

RPG: Sigla para jogo de interpretação de papéis/personagens (*role-playing games*, em inglês). São jogos (eletrônicos ou não) focados em permitir que os jogadores interpretem personagens e vivam histórias como eles.

Second-party: Jogo desenvolvido por empresa que não a fabricante de um console, mas exclusivo a esse console.

Smartphone: Telefones móveis (celulares) com capacidades de um computador, como acesso à Internet e jogos eletrônicos.

Software: Um componente ou o conjunto de componentes digitais de um computador.

Sprite: Imagem composta de *pixels* utilizada para exibir partes de um jogo em duas dimensões.

Stealth: Jogo centrado na evasão de inimigos e na resolução de problemas através desse método.

Survivor horror: Tipo de jogo de horror no qual o jogador tenta sobreviver a inimigos muito mais poderosos que ele, geralmente fugindo deles e administrando recursos escassos para sua sobrevivência.

Third-party: Jogo desenvolvido por empresas que não sejam a fabricante de um console nem tenham contrato de exclusividade com ela.

TTL: Sigla para Lógica Transistor-Transistor (*Transistor-Transistor Logic* em inglês). Foram a base do desenvolvimento de computadores antes de serem substituídos pelos circuitos integrados (*microchips*).

Referências:

ADORNO, Theodor. **Educação após Auschwitz**. Tradução: Wolfgang Leo Maar.

ADORNO, Theodor. HORKHEIMER, Max. **Illuminismo como Mistificação das Massas**. In: *Indústria Cultural e Sociedade*. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2009.

ANNO, Hideaki. **Celebrating the Revival of Gundam as Tale**. In: YASUHIKO, Yoshikazu. *Mobile Suit Gundam: THE ORIGIN* vol. 1

ARENDT, Hannah. **Origens do Totalitarismo**. Tradução Roberto Raposo. Companhia de Bolso, 2013.

BARRETO, BLANCHETTE. **Trouble Every Day: 1968 nos Estados Unidos**. Revista Eco Pós, v. 21, nº 1. 2018.

BBC. **The 8 Generations of Video Game Consoles**. Disponível em: <https://www.bbc.co.uk/archive/console_generations/zvcjkty>

BENJAMIN, Walter. **A Obra de Arte na Era de sua Reprodutibilidade Técnica**. In: **Magia e técnica, arte e política: Ensaios sobre literatura e história da cultura**. Tradução Sérgio Paulo Rouanet; Prefácio Jeanne Marie Gagnebin. 7ª ed. São Paulo: Brasiliense: 1994.

BRASIL. **Código de Defesa do Consumidor**. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 2020. Edição 2020/2021. Artigo 37, Parágrafo 2º. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078compilado.htm>.

BREVE, Giovanna. **Girls in the House: Youtuber fala do sucesso da série criada em The Sims**. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/start/ultimas-noticias/2020/02/07/girls-in-the-house-youtuber-conta-a-criacao-da-webserie-feita-em-the-sims.htm>>

BURTON, Bonnie. **Behold Tokyo's New Giant Unicorn Gundam Robot Statue**. Disponível em: <<https://www.cnet.com/news/ behold-tokyo-japan-giant-unicorn-gundam-robot-statue/#ftag=MSF491fea7>>.

This 25-ton Gundam Robot in Japan Can Move its Arms and Legs. Disponível em: <https://www.msn.com/en-us/news/technology/new-55000-pound-gundam-robot-in-japan-can-move-its-limbs-like-a-boss/ar-BB17JApj#image=BB17JApj_1|2>

CANDIDO, Antonio. **O Romantismo no Brasil**. São Paulo: Humanitas. FFLCH. 2002

CANNON, Tom. **Arcades to E-sports: How Your Competitive Game Influences Player Culture and Values**. Palestra apresentada na Game Developers Conference, 2017.

CARRERA, Isabella; CISCATI, Rafael. **GamerGate e a guerra contra as mulheres nos videogames**. Disponível em: <<https://epoca.globo.com/vida/noticia/2014/11/bgamergeteb-e-guerra-contra-mulheres-nos-videogames.html>>

CASSIDY, Ruth. **The same government agency that's suing Activision Blizzard has an ongoing lawsuit with Riot Games**. Disponível em: <<https://www.pcgamer.com/it-turns-out-riot-games-is-also-being-sued-by-the-same-agency-as-activision-blizzard/>>.

CASSIDY, et al. **Digital Fair Repair Act**. Illinois House Bill, 102nd Regular Session. Disponível em: <<https://openstates.org/il/bills/102nd/HB3061/>>.

CBC RADIO. **Why Ray Davis flew 26,000 km to save Lola**. Disponível em: <<https://www.cbc.ca/radio/undertheinfluence/why-ray-davies-flew-26-000-km-to-save-lola-1.5009086>>

CHATFIELD, Tom. **Videogames now outperform Hollywood movies**. The Guardian. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/technology/gamesblog/2009/sep/27/videogames-hollywood>>. Acesso em 11 nov. 2021

CRECENTE, Brian. **Tencent's \$330M Epic Games investment absorbed 40 percent of developer [Updated]**. Disponível em: <<https://www.polygon.com/2013/3/21/4131702/tencents-epic-games-stock-acquisition>>.

DAVIS, Angela. **Mulheres, raça e classe**. Tradução: Heci Regina Candiani. 1ª ed. São Paulo: Boitempo, 2016

DeMARIA, Rusel. **High Score! The Illustrated History of Electronic Games**. 3ª ed. Boca Raton: CRC Press.

DEWEY, Catitlin. **The only guide to Gamergate you will ever need to read**. Disponível em: <<https://www.washingtonpost.com/news/the-intersect/wp/2014/10/14/the-only-guide-to-gamergate-you-will-ever-need-to-read/>>

DICIONÁRIO MICHAELIS. Editora Melhoramentos, 2022.

DONOVAN, Tristan. **Replay: The History of Video Games**. Yellow Ant Media; 2010.

ENGELS, Friedrich; MARX, Karl. **Manifesto do Partido Comunista**. São Paulo: Penguin Books, 2012.

ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA. **Brown, Governor of California v. Entertainment Merchants Association**. 2011

_____ **UNION MEMBERS — 2021**. News Release: Bureau of Labor Statistics, U.S Department of Labor. 2022

FABER, Rodrigo; MARQUES, Roque. **Meu vizinho jogou: a história do mapa que proibiu o CS no Brasil**. Disponível em: <<https://interativos.globoesporte.globo.com/esports/materia/meu-vizinho-jogou-a-historia-do-mapa-que-proibiu-o-cs-no-brasil>>

FERNANDES, Matheus. **Como o Bomba Patch formou uma geração que consome futebol pelo videogame**. Disponível em: <<https://www.vice.com/pt/article/qvngj5/bomba-patch-historia-futebol-videogame>>

FRANK, Allegra. **It took just 24 hours to crack Shadow of War's DRM**. Disponível em: <<https://www.polygon.com/2017/10/12/16464616/middle-earth-shadow-of-war-drm-cracked-denuvo>>.

_____ **THQ Nordic hosts AMA on forum known for child porn and hate campaigns.** Disponível em: <<https://www.polygon.com/2019/2/26/18241827/thq-nordic-ama-8chan-apology-backlash>>.

FUKUYAMA, Francis. **Letter to President Bush on the War on Terrorism.** Disponível em: <<https://web.archive.org/web/20041230063728/http://www.newamericancentury.org/Bushletter.htm>>.

G1. **Justiça proíbe games 'Counter-Strike' e 'Everquest' no Brasil.** Disponível em: <<https://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL265391-6174,00-JUSTICA+PROIBE+GAMES+COUNTERSTRIKE+E+EVERQUEST+NO+BRASIL.html>>

GJONI, Eric. **thezoepost.** Disponível em: <<https://web.archive.org/web/20170923202726/https://thezoepost.wordpress.com/>>.

GOULART, Lucas; NARDI, Henrique Caetano. **GAMERGATE: cultura dos jogos digitais e a identidade gamer masculina.** Revista Mídia e Cotidiano, Artigo Seção Livre. Volume 11, Número 3, dezembro de 2017

HAMILTON, Kirk. **In The End, Diablo III Just Shouldn't Have Been 'Always Online'.** Disponível em: <<https://kotaku.com/in-the-end-diablo-iii-just-shouldnt-have-been-always-1624648696>>.

HARRIS, Blake J. **Console Wars: Sega, Nintendo and the Battle That Defined a Generation.** Atlantic Books; 2017.

HART, Aimee. **Why visual novels are a haven for LGBT+ stories.** Disponível em: <<https://www.rockpapershotgun.com/why-visual-novels-are-a-haven-for-lgbt-stories>>.

HOFFMAN, Erin. **EA: The Human Story.** Disponível em: <<https://ea-spouse.livejournal.com/274.html>>. Acesso em 23 nov. 2021.

HORTI, Samuel. **Rampant racism and toxicity are driving players away from Mordhau (updated).** Disponível em: <<https://www.pcgamer.com/rampant-racism-and-toxicity-are-driving-players-away-from-mordhau/>>.

HUIZINGA, Johan. **Homo Ludens: o jogo como elemento da cultura.** Tradução de João Paulo Monteiro. São Paulo: Perspectiva, 2017. 8ª ed

HUNTINGTON, Samuel. **The Clash of Civilizations.** Foreign Affairs, Summer 1993. pp. 22-49.

JENSEN, K. Thor. **20 Years Ago, Bejeweled Kicked Off the Age of Casual Gaming.** Disponível em: <<https://www.pcmag.com/news/20-years-ago-bejeweled-kicked-off-the-age-of-casual-gaming>>.

JIN, Dal Yong. **Korea's Online Gaming Empire.** The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, EUA. 2010.

KENT, Steven. **The Ultimate History of Video Games: From Pong to Pokemon – The Story Behind the Craze That Touched Our Lives and Changed the World.** Crown; 2001.

LAHTI, Evan. **Maxis explains the use of SimCity always-online DRM.** Disponível em: <<https://www.pcgamer.com/maxis-explains-the-use-of-simcity-always-online-drm/>>.

LIEN, Tracey. **No Girls Allowed.** Disponível em: <<https://www.polygon.com/features/2013/12/2/5143856/no-girls-allowed>>.

LIPKIN, Nadav. **Examining Indie's Independence: The Meaning of "Indie" Games, the Politics of Production, and Mainstream Co-optation.** *The Journal of the Canadian Game Studies Association* Vol 7(11). pp. 8-24.

MAFFESOLI, Michel. **O Tempo das Tribos: o Declínio do Individualismo nas Sociedades de Massa.** Tradução de Maria de Lourdes Menezes. 2ª edição. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.

MARINO, Paul. **3D Game-Based Filmmaking: The Art of Machinima.** Scottsdale, Arizona: Paraglyph Press. 2004

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às Mediações: comunicação, cultura e hegemonia.** Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

MEARSHEIMER, John. **The False Promise of Liberal Hegemony.** Palestra. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=ESwIVY2oimI&t=2942s>>.

MEEKS, Alexandra. **California sues Activision Blizzard, alleging culture of sexual harassment.** Disponível em: <<https://edition.cnn.com/2021/07/22/tech/activision-blizzard-sexual-harassment/index.html>>.

MICROSOFT. **Your Feedback Matters – Update on Xbox One.** Disponível em: <<https://news.xbox.com/en-us/2013/06/19/update/>>.

MILNER, David. **Game Workers Unite: The Fight To Unionize The Video Game Industry.** Disponível em: <<https://www.gameinformer.com/2018/12/21/game-workers-unite-the-fight-to-unionize-the-video-game-industry>>.

MORRISON, Geoffrey. **Up Close and Personal with Tokyo's 59-foot Gundam Statue.** Disponível em: <<https://www.cnet.com/news/tokyo-59-foot-gundam-statue/#ftag=MSF491fea7>>.

NINTENDO. **SNES Development Manual - Section 3, Super NES Sound.** Disponível em: <<https://archive.org/details/SNESDevManual>>. Acesso em 26 mai. 2021.

NITTA, Yuji. **Bandai Celebrates 35 Years of Gundam model kits.** Disponível em: <<https://asia.nikkei.com/Business/Bandai-celebrates-35-years-of-Gundam-model-kits>>

NUNES; HAIGH. **Marca, Valor do Intangível: Medindo e Gerenciando seu Valor Econômico.** Ed. Atlas

OSBORNE, Natalie. **Intersectionality and kyriarchy: A framework for approaching power and social justice in planning and climate change adaptation.** *Planning Theory* 201X, Vol XX(X). pp. 1–22

PAJOT, Lianne. SWIRSKY, James. **Indie Game: The Movie.**

PARRISH, Ash. **California accuses Riot of misleading employees about their right to speak up.** Disponível em: <<https://www.theverge.com/2021/8/16/22627796/riot-games-harassment-lawsuit-california>>.

PATEL, Nishant. **Garena Free Fire – The Popular Battle Royale You’ve Probably Never Heard Of**. The eSports Observer. 2020

PENDLEBURY, Steve. Game Resellers Diss EA's Project 'Ten Dollar'. Disponível em: <<https://gamerant.com/game-resellers-angry-ea-project-ten-dollar/>>

PEOPLE MAKE GAMES. **Investigating Three Indie Superstars Accused of Emotional Abuse**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=xDPzZkx0cPs>>.

PERSICHETO, Renata. **O que é Gamergate e por que você se importaria com ele**. Disponível em: <<https://tecnoblog.net/174053/o-que-e-gamergate-estudio-pax-east/>>.

PLUNKETT, Luke. **Sony Just Smacked The Xbox One In The Mouth**. Disponível em: <<https://kotaku.com/sony-just-smacked-the-xbox-one-in-the-mouth-512492046>>.

_____. **The Xbox One Just Had A Very Bad Day**. Disponível em: <<https://kotaku.com/the-xbox-one-just-had-a-very-bad-day-511766497>>.

PROCTOR, Nathan. **Half of U.S States looking to give Americans the Right to Repair**. Disponível em: <<https://uspirg.org/blogs/blog/usp/half-us-states-looking-give-americans-right-repair>>.

RAPOZA, Kenneth. **China's Tencent Buys Stake In U.S. Epic Games**. Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/kenrapoza/2012/06/20/chinas-tencent-buys-stake-in-u-s-epic-games/?sh=2396bcbd54df>>.

REISINGER, Don. **Sony: PS3 is hard to develop for--on purpose**. Disponível em: <<https://www.cnet.com/home/smart-home/sony-ps3-is-hard-to-develop-for-on-purpose/>>

RIVA, Piero Gondolo della. **Prefácio**. In: VERNE, JÚLIO. **Paris do Século XX**. São Paulo: Editora Ática. 1995

ROMANO, Aja. **What we still haven't learned from Gamergate**. Disponível em: <<https://www.vox.com/culture/2020/1/20/20808875/gamergate-lessons-cultural-impact-changes-harassment-laws>>

ROSA-AQUINO, Paola. **Fix, or Toss? The ‘Right to Repair’ Movement Gains Ground**. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2020/10/23/climate/right-to-repair.html>>.

SANTO, Brian. **The Consumer Electronics Hall of Fame: Atari 2600**. Disponível em: <The Consumer Electronics Hall of Fame: Atari 2600 - IEEE Spectrum >.

SANTOS, Christiano Britto M. **Medal of Honor e Call of Duty: uma Comparação entre Missões do Videogame e Eventos Históricos**. Tese de Doutorado. Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ, Rio de Janeiro, 2014

SCHREIER, Jason. **California Lawyer Quits Over Allegation Newsom Meddled in Activision Case**. Disponível em: <<https://www.bloomberg.com/news/articles/2022-04-13/california-lawyer-says-governor-interfered-with-activision-suit>>.

_____. **Microsoft Is Removing Xbox One DRM**. Disponível em: <<https://kotaku.com/microsoft-is-removing-xbox-one-drm-514390310>>.

_____ **Sangue, Suor e Pixels.** Tradução Guilherme Kroll. 1ª ed. Rio de Janeiro: Harper Collins.

_____ **Xbox One Games ‘Can Only Be Given Once’.** Disponível em: <<https://kotaku.com/xbox-one-games-can-only-be-given-to-one-person-ever-511754913>>.

SCHÜSSER-FIORENZA, Elisabeth. **Deus (G*d) trabalha em meio a nós: De uma Política de Identidade para uma Política de Luta.** Revista de Estudos da Religião, nº1, 2002. pp. 56-77

SILVA, Pedro Henrique da Costa e. **Social e Socialidade nos Jogos Eletrônicos e E-sports: A História do Campeonato Brasileiro de League of Legends.** Trabalho de Conclusão de Curso em História pela Universidade Federal Fluminense.

SINCLAIR, Brendan. **Conflict minerals the real link between games and violence.** Disponível em: <<https://www.gamesindustry.biz/articles/2015-06-03-conflict-minerals-the-real-link-between-games-and-violence>>.

_____ **EA Spouse says EA doesn't get enough credit.** Disponível em: <<https://www.gamesindustry.biz/articles/2013-03-28-ea-doesnt-get-enough-credit-says-ea-spouse>>.

SURRETE, Tim. **EA settles OT dispute, disgruntled "spouse" outed.** Disponível em: <<https://www.gamespot.com/articles/ea-settles-ot-dispute-disgruntled-spouse-outed/1100-6148369/>>.

TRONCOSO, Raymon. **Farmers ask for ‘right to repair’.** Disponível em: <<https://www.dailyherald.com/business/20210303/farmers-ask-for-right-to-repair>>.

_____ **‘Right to repair’ bill dought for farmers.** Disponível em: <<https://www.thetelegraph.com/news/article/Right-to-repair-bill-sought-for-farmers-15997921.php>>

WALKER, John. **Maxis Insider Tells RPS: SimCity Servers Not Necessary.** Disponível em: <<https://www.rockpapershotgun.com/simcity-server-not-necessary>>.

WEBB, Kevin. **A top video game executive accused of farting on subordinates and hitting their genitals as a joke has been suspended without pay, but some employees want him gone entirely.** Disponível em: <<https://www.businessinsider.in/A-top-video-game-executive-accused-of-farting-on-subordinates-and-hitting-their-genitals-as-a-joke-has-been-suspended-without-pay-but-some-employees-want-him-gone-entirely/articleshow/67098871.cms>>.

WIKIPEDIA. **Home video game console generations.** Disponível em: <https://en.wikipedia.org/wiki/Home_video_game_console_generations>.

WILLIAMS, Brode. **Id Software founder weighs in on crunch culture.** Disponível em: <<https://cogconnected.com/2019/08/id-software-founder-weighs-in-on-crunch-culture/>>.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura e Materialismo.** Tradução de André Galser. São Paulo: Editora Unesp, 2011

YÚDICE, George. **A conveniência da cultura: usos da cultura na era global.** Tradução de Marie-Anne Kremer. Belo Horizonte: Editora UFMG; 2004

Ficha catalográfica automática - SDC/BCG
Gerada com informações fornecidas pelo autor

S586j Silva, Pedro Henrique da Costa
Os jogos eletrônicos por quem os faz : Conceitos de "arte"
e "entretenimento" na indústria dos jogos eletrônicos /
Pedro Henrique da Costa Silva ; Samantha Quadrat, orientadora.
Niterói, 2022.
146 f.

Dissertação (mestrado)-Universidade Federal Fluminense,
Niterói, 2022.

DOI: <http://dx.doi.org/10.22409/PPGH.2022.m.10449130703>

1. Jogos eletrônicos. 2. Indústria cultural. 3. Arte. 4.
Entretenimento. 5. Produção intelectual. I. Quadrat,
Samantha, orientadora. II. Universidade Federal Fluminense.
Instituto de História. III. Título.

CDD -